

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS

MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Sonia Montaña

A TV jogo no SBT

São Leopoldo, abril de 2007

Sonia Montaña

A TV jogo no SBT

Dissertação apresentada à Universidade do Vale do Rio dos Sinos como requisito parcial para obtenção do título de **mestre** em Ciências da Comunicação.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Suzana Kilpp

São Leopoldo, abril de 2007

Sonia Montaña

A TVjogo no SBT

Dissertação apresentada à Universidade do Vale do Rio dos Sinos como requisito parcial para obtenção do título de **mestre** em Ciências da Comunicação.

Aprovado em 09/05/2007.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Massimo Canevacci – Universidade La Sapienza – Roma

Prof. Dr. Alexandre Rocha da Silva - UNISINOS

Prof^a. Dr^a. Suzana Kilpp (orientadora)

AGRADECIMENTOS

Agradecer, além de uma página escrita no final de uma etapa vivida é um ato espontâneo, quase lúdico que reconhece a presença benéfica do outro, descobre sua gratuidade, e quer, de alguma forma, gratificar. Trata-se de um jogo de combinações afetivas, jogo de memória, jogo de identificações e de reconhecimento de diferenças. É o que tentarei jogar aqui, embora resumidamente e sob o risco de não poder citar muitas pessoas às quais ainda agradecerei.

A minha mãe, Nilda, por me ensinar a escolher meus companheiros de jogo, um jogo de sensibilidade.

A meu pai, Domingo, por me ensinar o jogo das palavras, palavras que se fizeram poemas, discurso político e resistência.

Aos meus irmãos, Guzmán, Fernando e Gerardo (*in memoriam*), por serem meus primeiros e mais queridos companheiros de jogo.

Aos meus sobrinhos, Fiorella e Leandro, por me ensinar a brincar com eles e como eles.

As minhas companheiras de vida e comunidade, com as quais perdemos muitos jogos e ganhamos alguns, mas nunca perdemos a capacidade de jogar.

Aos meus colegas e professores do Mestrado por dividir comigo seus jogos. Os que dizem respeito à produção de conhecimento e tantos outros. Especialmente a professora Christa Berger e a colega Daniela Schmitz por acompanhar tão de perto o meu jogo.

A minha orientadora e grande amiga, Suzana Kilpp, pela delicadeza e confiança com que despertou a pesquisadora que havia em mim e por me ensinar, com sua vida, a liberdade dos que jogam contra os aparelhos.

A Deus: pura ludicidade, liberdade pura, pura criação.

“Até aqui tratava-se de saber se a vida devia ter um sentido para ser vivida. A partir daqui, pelo contrário, impõe-se-nos que ela será vivida até melhor por não ter sentido.”

Albert Camus

“Sempre gostei de trabalhar com os refugos. Coisas que são jogadas fora, que não são boas e todos o sabem: sempre pensei que elas têm um grande potencial de diversão. É um trabalho de reciclagem.”

Andy Warhol

RESUMO

A pesquisa relatada nas páginas desta dissertação de mestrado problematiza o jogo televisivo (programas de jogo e jogos fora dos programas) no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) como enunciação da mídia TV. A dissertação, inserida na linha de pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais, do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UNISINOS, partiu da intuição de uma TV jogo na emissora, em relação à qual o projeto colocava os seguintes problemas de pesquisa: 1) Identificar os sentidos dados pela emissora ao jogo em mundos televisivos construídos a partir do jogo; 2) Estabelecer relações entre o jogo nos imaginários da emissora e em outros imaginários (na cultura brasileira, nas ciências humanas, nas ciências exatas); 3) Analisar o lúdico no SBT na perspectiva do jogo, perspectiva que é ao mesmo tempo contrariada, enunciativamente, por parte da emissora, justamente pelo abundante comparecimento de jogos nos seus panoramas televisivos. As opções metodológicas feitas estão relacionadas ao método intuitivo de Bergson e à dissecação das imagens televisivas. O *corpus* que possibilitou a análise é um recorte transversal da programação do SBT, tempos fluidos que permitem perceber outros jogos da emissora, para além dos que são enunciados como tais. Dentro dos resultados encontrados nesta pesquisa, constatou-se três principais esforços feitos pela emissora em relação ao jogo: mostrar-se jogando, inocentemente, como nos primeiros tempos da TV; investir todos os movimentos possíveis na concorrência contra as outras emissoras e incluir no jogo os principais co-jogadores - as outras empresas do grupo Silvio Santos. A sociedade imaginada pelo SBT seria uma grande Casa de jogos de azar cujo maior prêmio é a ascensão social do ganhador. Considerando a TV como um dos aparelhos da pós-indústria, a pesquisa se pergunta também a respeito dos espaços de liberdade (ou sobre a falta deles) nas interzonas lúdico-televisivas do SBT. Talvez uma das questões mais importantes descoberta nestas incursões tenha sido a abordagem do jogo como uma forma de compreender as culturas mais arcaicas e as contemporâneas, sobretudo a cultura televisiva.

Palavras-chave: *TV jogo*, cultura televisiva, duração-memória, intuição, SBT.

RESUMEN

La investigación relatada en las páginas de esta disertación cuestiona el juego televisivo (programas de juego y juegos fuera de los programas) en el Sistema Brasileiro de Televisión, (SBT) como enunciado de la media TV. La disertación, inserida en la línea de investigación Medias y Procesos Audiovisuales, del Programa de Postgrado en Comunicación de la UNISINOS, partió de la intuición sobre la existencia de una *TV juego* en la emisora. Sobre ella, el proyecto formulaba los siguientes problemas de pesquisa: 1) Identificar los sentidos dados por la emisora al juego en mundos televisivos construidos a partir del juego; 2) Establecer relaciones entre el juego en los imaginarios de la emisora y en otros imaginarios (en la cultura brasileira, las ciencias humanas, las ciencias exactas); 3) Analizar lo lúdico en el SBT a partir de la perspectiva de juego, perspectiva que es al mismo tiempo contrariada, por la misma emisora, justamente por la abundante presencia de juegos en sus panoramas televisivos. Las opciones metodológicas de este trabajo están relacionadas al método intuitivo de Bergson y a la disección de las imágenes televisivas. El *corpus* que posibilitó el análisis es un recorte transversal de la programación del SBT, tiempos fluidos que permiten percibir otros juegos de la emisora, mas allá de los que son enunciados como tales. Dentro de los resultados encontrados en la investigación, constaté tres principales esfuerzos realizados por la emisora en relación al juego: mostrarse jugando, inocentemente, como en los primeros tiempos de la TV; invertir todos los movimientos posibles en la disputa contra las otras emisoras e incluir en el juego los principales co-jugadores - las otras empresas del grupo Silvio Santos. La sociedad imaginada por el SBT sería una grande Casa de juegos de azar cuyo mayor premio es la ascensión social del ganador. Considerando la TV como uno de los aparatos de la pós-industria, la pesquisa se pregunta también a respecto de los espacios de libertad (o sobre la falta de esos espacios) en las interzonas lúdico-televisivas del SBT. Tal vez uno de los aspectos mas importantes descubiertos en estas incursiones haya sido la del juego como una forma de comprender las culturas mas arcaicas y las contemporáneas, sobretodo a cultura televisiva.

Palabras claves: *TV juego*, cultura televisiva, duración-memoria, intuición, SBT.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
I - INCURSÕES NA MEMÓRIA DO JOGO	26
II - INCURSÕES NA MEMÓRIA DA TV.....	64
III - DEVIRES DE <i>TV JOGO</i> NO SBT.....	88
CONSIDERAÇÕES FINAIS	152
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	156

INTRODUÇÃO

“A memória não tem nenhum dever.”
Do filme *Elogio do Amor*, de Jean-Luc Godard

O texto desenvolvido nas páginas desta dissertação é uma incursão pelo jogo, pela TV e pela *TV jogo* no SBT. Nele, não haverá muitos títulos, subtítulos ou indicadores específicos, só os mínimos necessários para permitir a navegabilidade do(a) leitor(a). Aqueles indicadores que o pensamento, em um inevitável congelamento do movimento no espaço, sempre acaba por instaurar para compreender os fluxos.

Antes, muitas formas de estruturar o texto foram experimentadas, dando ele a ver, por si só, a cada mudança, características diversas do que me parecia serem as do objeto da pesquisa, o jogo televisivo que é movimento, que é, nos termos de Bergson (1999), duração. Em todas, o movimento ficava demasiadamente enclausurado, enrijecido pela matéria formal. Inúmeras vezes cortei e remontei parágrafos, troquei títulos e a estrutura capitular. Não satisfeita, optei finalmente por deixar o texto mais fluido, ao mesmo tempo pausado e descontinuado, gaguejando na língua acadêmica, talvez.

Minha intenção é, agora, dar a ver alguns movimentos que fiz na apreensão do objeto. Espero que o(a) leitor(a) não tenha uma necessidade compulsiva de títulos, legendas, mapas, guias turísticos e placas de trânsito a ponto de ser impedido de entrar comigo em um certo caos. Mesmo que sinta um pouco da vertigem que senti tantas vezes durante o processo da pesquisa, resta a quem conseguir embarcar no método da intuição – que explicarei de imediato – para enfrentar os desafios da multiplicidade, o consolo de jogar múltiplos jogos. E, de fato, um dos principais jogos a ser aprendidos hoje é esse: o de “desorientar-nos nas múltiplas possibilidades, perder-nos, abandonar-nos à perda e até usufruir da própria perdição” (CANEVACCI, 1997, p. 104).

O jogo do texto (ou da linguagem) não é diferente dos demais, como veremos mais adiante. Como em relação a um aparelho (de Flusser), joga-se com ou contra ele para produzir (ou não) uma informação.

Um primeiro nível de jogo com ou contra o texto desta dissertação seria, então, o que propus como deixar-se perder com o texto. Mas pode se dar também nas três grandes alternativas que adotei para cercar meu objeto: na primeira faço **incursões na memória do jogo**, na segunda faço **incursões na memória da TV** e na terceira aponto **devires da TV jogo no SBT**.

Uma incursão é, para mim, o contrário da excursão. A excursão relaciona-se ao turista, àquele que vai a pontos tradicionais da cidade seguindo uma espécie de roteiro oficial de visitação dos lugares de maior brilho. A incursão é feita às vezes em lugares mais opacos, iluminando-os com o desejo de decifrar a cidade. Fiz assim minhas incursões na memória do jogo e da TV. Essas incursões percorrem certamente diversas épocas, mas na minha abordagem não importa a perspectiva seqüencial, aquela em que uma época substitui a anterior, pois entendo haver uma **coexistência de todas as formas do jogo na memória do jogo, e de todas as formas de TV, na memória da TV**.

Entender a memória como **coexistência virtual**, em termos do tempo em vez de espaço, é uma contribuição de Henri Bergson. Para Bergson é muito caro o tema da coexistência do passado com o presente que ele foi, e condição para que se entenda seu conceito de duração. Afirma Deleuze (2006) que Bergson viu a memória como função do futuro, e que memória e vontade eram tão só uma mesma função: “Dizer que o passado se conserva em si e que se prolonga no presente é dizer que o momento seguinte aparece sem que o precedente tenha desaparecido. Isso supõe uma *contração*, e é a contração que define a duração” (DELEUZE, 2006, p.63). A **memória do jogo**, então, foi pensada como duração, uma coexistência virtual do jogo no presente, tanto o das sociedades mais arcaicas quanto o das contemporâneas. Virtualmente, eles estão todos presentes na memória do jogo. E a **memória da TV** é a coexistência de todos os jogos já jogados por esse aparelho e virtualmente presentes na TV de hoje.

A partir da incursão nessas memórias proponho e problematizo o conceito de *TV jogo*, e aponto **devires de TV jogo no SBT** em atualizações do jogo nas práticas e nas imagens técnicas da emissora.

Um segundo nível do jogo com ou contra o texto pode ser feito a partir dos grifos em negritos com os quais pontuo a direção dos meus afetos. Essa pontuação mostra, por um lado, que nem tudo que vi, li ou escrevi me afetou da mesma forma e, por outro lado, que adotei com

relação ao texto o mesmo método (intuitivo) que usei nas leituras e na análise, deixando-me afetar.

Um outro nível do jogo se encontra no ritmo do texto, fluido e quebrado por silêncios (ou brancos) e por textos incrustados. Às vezes, esses textos são imagéticos, como os *frames* retirados do fluxo televisual do SBT.

Mas o presente texto tem também sua própria memória, uma memória de pelo menos dois anos, em que foi mudando minha compreensão do objeto de pesquisa. Na memória do computador, a pasta com o título “mestrado” guarda desde os primeiros rascunhos do projeto que apresentei para ser admitida no Programa até diversos arquivos com nomes como “pesquisa”, “qualificaçãofinal” até “dissertaçãofinal”, sem falar de todas as versões que há no meio das citadas.

Lembro assim que em novembro de 2004 apresentei para a seleção de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNISINOS, projeto com o título *Brasilidades televisivas na Globo e no SBT*. O tema das identidades brasileiras da forma que eram enunciadas na TV (brasilidades televisivas) atiçavam então, desde a graduação em jornalismo, minha curiosidade de estrangeira. E a escolha das emissoras baseava-se em que a TV Globo e o SBT são as duas emissoras que mais disputavam audiência no Brasil, e com estratégias bem diferentes.

Uma vez aprovado o projeto, ao longo das disciplinas e da orientação, na tentativa de delimitar melhor o objeto e o problema de pesquisa, fui incentivada a percorrer, de maneira mais livre, a programação da TV aberta brasileira, a partir dos meus interesses, fosse para confirmar e focalizar o tema escolhido, fosse para descobrir algo diferente, menos conhecido e, portanto, mais desafiador. Assisti aleatoriamente à TV aberta durante duas semanas. Acompanhava mais tempo de uma determinada emissora ou as atravessava todas por meio do *zapping*. Ampliei o espectro das emissoras, incluindo as menores, e tentei descobrir elementos que se repetiam, e o que percebi foi que o jogo comparecia na tela de todas as emissoras, principalmente na do SBT.

Chamaram muito minha atenção, no SBT, além dos programas de jogo, a estética de *casas de jogos*, os prêmios capazes de mudar a situação social de uma pessoa ou família, a inserção do jogo em forma de sorteio ou pergunta a ser respondida por telefone em programas que não são de jogo, o estilo do SBT de *casa* que enuncia o Brasil como uma pequena vizinhança, em torno da figura do apresentador-empresário-patrão-pai (ou padrinho) Silvio

Santos, figura principal na emissora, cuja presença está vinculada, como apresentador, exclusivamente a programas de jogo.

No início, foi apenas uma constatação: o SBT faz televisão através do jogo. Depois, fiz algumas associações e perguntas em torno do imaginário lúdico brasileiro: descobri que era uma TV de jogos que promete fortuna, em um país de extrema desigualdade econômica, país onde o jogo de azar e a TV ocupam um lugar importante na vida das pessoas.

Ainda antes de decidir a respeito da pesquisa que faria, constatei a pouca bibliografia existente sobre o SBT e sobre o jogo televisivo. A única obra escrita diretamente sobre o SBT era de autoria de Maria Celeste Mira (1995)¹. Trata-se de um estudo antropológico muito interessante, no qual a autora se pergunta sobre a convivência do tradicional e do moderno, a permanência dessas duas formas culturais no coração da modernização brasileira, nos meios de comunicação de massa. A pesquisa desenvolvida no SBT a levou à conclusão de que as tradições populares são incorporadas pelos meios técnicos de produção cultural de tal forma que podemos ver nos programas de auditório uma espécie de “circo eletrônico”, nome com o qual batizou a pesquisa uma vez publicada.

Na obra a autora constata o jogo como central na emissora, mas não é a questão central no seu trabalho: nem o jogo, nem o propriamente televisivo.

Achei que o objeto estava definido e reescrevi o projeto da pesquisa. Mudei o título: a pesquisa passou a se chamar provisoriamente “O jogo na produção de sentido sobre TV no SBT”. Acompanhei a programação da emissora mais de perto e gravei tempos de TV relativos a uma semana, entre os dias 15 e 21 de agosto de 2005. Redirecionei minhas leituras e cerquei novos conceitos e autores, e no dia 10 de abril de 2006, apresentei esse projeto à banca de qualificação com o título “A *TV jogo*: processos de significação da TV no SBT”. Ou seja, num determinado momento da pesquisa intuí que meu objeto precisava de outro conceito, o de *TV jogo*, que eu ainda não sabia bem o que era.

Uma das questões mais polêmicas que este projeto suscitou na banca foi o título “*TV jogo*”, que ainda não estava expresso em um conceito. As perguntas pediam esclarecimentos sobre o que fazia do SBT uma *TV jogo*. Seria pelo fato de o SBT apresentar programas de jogo

¹ Sérgio Miceli escreveu *A noite da madrinha*, sobre o programa de Hebe Camargo, em 1972, quando ainda não existia o SBT.

(competição, azar, sorteios, etc.)? Seria *TV jogo* porque a emissora faz parte de um conglomerado de empresas cujo centro é o jogo? Haveria então uma espécie de “sociedade do jogo” imaginada e exibida no SBT? Seria *TV jogo* porque trata-se de um aparelho e nesse caso seriam estudadas as formas de jogo desse aparelho e seu correspondente programa? Em sendo assim, quais seriam as relações estabelecidas entre as imagens de jogo propriamente ditas com o funcionamento do *software* no aparelho SBT?

As perguntas giravam mais ou menos em torno desses eixos, além de outras relacionadas ao lugar da TV no imaginário lúdico brasileiro. No meu entender, tudo aquilo fazia parte da “*TV jogo*”. Mais perto das lógicas da adição, do “e”, do que das lógicas do “ou”, as perguntas se apresentavam em linhas divergentes, que ajudavam a cercar o objeto por lados diversos.

O conceito de *TV jogo* estava se mostrando tensionante, em certa forma vivo, lúdico; mas era frágil, vago e contraditório. Parecia naquele momento muito difícil derrotá-lo; parecia com aqueles jogos que anunciam o *game over* antes de se ter conseguido os pontos suficientes do nível jogado, levando o jogador a perder os pontos feitos e a ter de reiniciar o jogo.

Mais do que um conceito em construção, a *TV jogo* mostrava-se como uma **virtualidade que se atualizava de maneiras mais ou menos sólidas, até se aproximar da total fluidez** (da duração que vim a descobrir depois). A *TV jogo* se virtualizava nas suas atualizações da TV, conectava molduras e produzia conectividade, interação entre os diversos co-jogadores.

Efetivamente, a primeira questão que tinha chamado minha atenção foi, sim, a excessiva presença de jogo no SBT, especialmente programas de jogo, as molduras mais sólidas e mais facilmente perceptíveis. Essa observação me levou a tomar a emissora e o jogo como objeto de pesquisa. Uma segunda constatação foi a de que a presença do jogo não se limitava aos programas formais *games shows*, *quiz shows*, etc., o jogo transitava rizomaticamente² na duração da emissora, ele se atualizava em espaços, ou melhor, em zonas inesperadas.

Essa observação ia estendendo minha percepção do jogo na TV; além de reconhecê-lo em programas e tempos de programação no SBT, também fui vendo que tantas outras emissoras apresentam fortes devires de *TV jogo*, embora não à primeira vista, e que o jogo, como já percebera na pré-observação, de fato se alarga e se aprofunda pelos interstícios da TV.

² Para Deleuze e Guattari (1996) o rizoma é como a erva que existe exclusivamente entre os grandes espaços não cultivados. Ela preenche os vazios, ela cresce entre, e no meio das outras coisas.

Em programas, entre os programas e contra os programas há jogos de diversos graus e natureza. O jogo em programas televisivos ou entre programas (o jogo como teor contedudístico) é um rizoma que se espalha e atualiza na programação televisiva, com variações de grau, particularmente no SBT. O jogo *contra* ou em função do programa (desta vez no sentido de *software*), é um jogo que difere em natureza do anterior, e se atualiza nas práticas das emissoras em relação à técnica, à estética e à linguagem do aparelho televisual, e independe do teor dos programas.

Novas leituras e conceitos dos quais fui me apropriando me ajudaram a perceber que o aparelho televisual atualizado no SBT tinha seu correspondente meta-aparelho: o grupo de empresas que formam o conglomerado Silvio Santos. Nas atualizações do meta-aparelho na programação do SBT podia observar isso agora claramente, já que as diversas empresas do conglomerado comparecem no patrocínio, nos prêmios, nos intervalos comerciais, moldurando as *ethicidades*³ umas às outras.

É possível encontrar jogos contra e a favor do programa numa mesma emissora. Podemos entender a TV, nos termos de Bergson (1999), como um corpo que percebe segundo diversas necessidades de agir a cada momento, sendo que tais percepções e necessidades aparecem nos conceitos vinculados às imagens técnicas que o aparelho produz, nos termos de Flusser (2002). No SBT, a *TV jogo* se atualiza assim no ritmo, na cadência da programação de jogos, entre jogos e fora dos jogos como teor de programas.

No SBT é muito fácil encontrar práticas homológicas, pouco esforço de obrigar o aparelho a produzir novas informações, a vitória do aparelho sobre o programador e sobre os jogadores. Provavelmente isso aconteça, em grande parte, por razões comerciais, que apostam em produção de baixo custo, grande escala e sucesso de público mais ou menos garantido. Mas não só. A emissora, na sua história e em suas práticas, parece também ter explorado muito poucos espaços de experimentação. Joga-se contra o programa quando se produz zonas de experimentação e de liberdade em relação ao programa do aparelho: quando se diminui a distância entre jogadores e co-jogadores, entre a produção e a recepção, quando se faz avançar as técnicas, nos termos de Benjamin (1996).

³ *Ethicidades* ou construtos televisivos são pessoas, fatos, acontecimentos, durações, objetos que a TV mostra como tais, mas que são imagens técnicas televisivas deles.

Fazendo uma releitura das afirmações de Walter Benjamin sobre o autor como produtor, posso dizer que **a tendência de uma TV só pode ser correta do ponto de vista político quando for também correta do ponto de vista técnico**. Benjamin sugeria que a pergunta a ser formulada para avaliar uma obra devia ser: a obra é compatível com as relações de produção da época, e, portanto, reacionária, ou visa sua transformação, e, portanto é revolucionária?

Em vez, então, de perguntar como uma TV se situa no tocante às relações de produção da época, pergunta que Benjamin explicitamente descartava e que talvez Bergson consideraria um falso problema, a partir de Benjamin perguntaríamos como ela se situa *dentro* dessas relações. A pergunta visa à função exercida por determinada TV no interior das relações de produção de uma época, visa de modo imediato à técnica televisual das TVs, lembrando que para o autor, o conceito de técnica é usado para superar o contraste infecundo entre forma e conteúdo.

Se em nossa primeira formulação dissemos que a tendência política correta de uma obra inclui sua qualidade literária, porque inclui sua tendência literária, é possível agora dizer, mais precisamente, que essa tendência literária pode consistir num progresso ou num retrocesso da técnica literária (BENJAMIN, 1996, p. 122).

Um **exemplo** bem contemporâneo no **progresso das técnicas e no jogo contra os programas foi a criação do *software* livre**, por Richard Stallman. Neste caso há um jogo contra o *software* tanto no sentido estrito dado pela informática quanto no sentido de experimentação da liberdade, fazendo com que o programa produza novas informações (Flusser) ou amplie a memória e a percepção do corpo TV (Bergson) ou ainda faça avançar as técnicas (Benjamin).

Stallman (2006) explica que o *software* livre não é uma designação econômica, ou seja um programa gratuito: significa que os usuários são livres para usar o programa, estudar seu código-fonte, modificá-lo e distribuí-lo com ou sem mudanças, seja gratuitamente, seja cobrando por isso. Também para publicar outras versões, de maneira que a comunidade possa fazer o que queira com esse programa. Para o autor, essa criação é ao mesmo tempo um discurso ético e técnico porque o *software* livre constrói liberdade e comunidade, e a forma de ele fazê-lo ou, de o *software* privativo negar essa liberdade, é técnica.

O *software* privativo priva a liberdade do usuário com sua licença que não permite copiar seu programa. Só está disponível o código executável. A perda de liberdade não resulta do que faz o programa, e sim de sua forma de distribuição. Às vezes, é possível convencer os programadores de liberar um programa, mas, uma vez que um programa é privativo, ou seja, que é construído de maneira que priva a liberdade dos usuários, o programador escolhe o poder sobre os usuários e usa seu poder para tirar-lhes outras liberdades. Por exemplo, pode interferir no programa com finalidades maléficas para destruir arquivos ou vigiar o usuário. Pode fazer isso facilmente, porque, como o programa é privativo, os usuários não podem mudá-lo, eles não têm defesa, por que os programas privativos mantêm os usuários em estado de dependência, de colonização eletrônica. Muitos usuários não vão se interessar em mudar, por que é fácil e cômodo continuar assim. É bom saber que, com o *software* livre, o programador não tem poder sobre os usuários, até pode dispor de funcionalidades maléficas, mas os usuários podem modificar sua versão e fazer versões diferentes. No *software* livre, os usuários ganham, no privativo, o programador ganha (STALLMAN, 2006, p. 5-6).

O autor define-se um *hacker*⁴, afirma que longe do sentido de vandalismo que o termo foi tomando, para ele um *hacker* é alguém que costuma divertir-se com sua inteligência, que “poderíamos traduzir como ‘espírito brincalhão’. Quando digo que sou um *hacker*, quero dizer que gosto de me divertir com a inteligência, brincar com ela, não só com o computador”.

Na medida em que uma emissora de TV revelasse as técnicas de sua TV, desvelando o jogo e diminuindo a distância que separa jogadores de co-jogadores, ela seria politicamente e tecnicamente mais correta. Ao contrário, na medida em que esses jogos se transformam em códigos-fontes privativos, o programador ganha, ou melhor, o programa ganha, e ganha ele porque o programador (a emissora) também estaria programado para isso.

Já Huizinga (2004) explicava como o jogo pode ser usado para esconder desígnios políticos ou econômicos; no caso do jogo televisivo ele pode ocultar seu próprio jogo, que deriva em colonização eletrônica ou em produzir liberdade abrindo seus “códigos fontes”. Nesse sentido, é muito clara a afirmação de Derrida de que assistir TV é uma tarefa política; eu diria que fazer TV também o é, já que, em uma sociedade programada, é política a definição de contra quem jogamos, e que, lembrando Gadamer, todos somos jogadores: os que produzem TV, os que

⁴ A palavra, etimologicamente, está relacionada ao verbo cortar nas línguas germânicas. O termo desenvolveu-se vindo a ser associado ao ato de modificar ou inventar algo para realizar funcionalidades que não as originais. As atividades criativas e originais de um inventor ou mecânico seriam o equivalente de hacking, "hackear" (ou raquear) na língua portuguesa.

assistem TV, os que produzem conhecimento sobre a TV e os que não fazem nenhuma dessas coisas.

Embora defenda aqui que os mundos televisivos são mundos lúdicos, estou fazendo um recorte que foca esses mundos lúdicos atualizados em imagens técnicas de jogo no SBT. Sem desconhecer o aparelho TV e sua forma de se atualizar no SBT, não terei como ponto de partida outras atualizações que não sejam as imagens técnicas de jogo na emissora.

Para Walter Benjamin, citado por Canevacci (1997) estava muito claro que **novos objetos de pesquisa desenvolvem novos métodos**. Canevacci assinala essa idéia como antecipadora,

porque é próprio de nossa cultura – e particularmente da comunicação visual – uma produção sempre mais rápida e compulsiva dos objetos comunicativos que não podem ser mais interpretados segundo os velhos esquemas, mas sobre os quais é preciso dirigir as nossas capacidades criativas de um novo método adequado ao objeto e não a si próprio, de uma forma auto-referencial (CANEVACCI, 1997, p.111).

Para o autor é o próprio objeto que destrói o velho aparelho conceitual.

Em várias oportunidades McLuhan (2005) criticou a nossa tendência conservadora para aceitar o desconhecido. Por exemplo,

Essa reação humana à novidade, à inovação, é normal. Sua impropriedade como reação não desvia de modo algum as pessoas dessa estratégia. É uma espécie de *déjà vu*. Sempre que se defronta com o novo, você diz: ‘Já vi isso antes, não é tão novo quanto parece’. Isso parece ligar-se à antiga teoria do saber humano como algo que vai necessariamente do conhecido para o desconhecido (...) Quando nos encontramos com o desconhecido o retraduzimos em termos do conhecido. Encontramos apenas auto-ilusões convenientes (MCLUHAN, 2005, p. 125).

Na comunicação, um dos problemas nas abordagens da televisão é olhar para ela e para as imagens por ela produzidas como se fossem janelas para o mundo, imagens da mesma natureza. Esta visão leva a problematizar o conteúdo da TV e pode até inspirar estudos de recepção, ou seja, leva a colocar os olhos fora dela própria, mas, em relação ao que a TV é, esse ponto de partida é um falso problema. Aqui é bom lembrar a afirmação de Flusser, transferindo-a para as

imagens televisivas: “Não o que se passa lá fora, nem o que está inscrito no aparelho; a fotografia é a realidade. Tal inversão do vetor da significação caracteriza o mundo pós-industrial e todo o seu funcionamento” (2002, p. 33).

Quanto ao método, poderia dizer que nesta pesquisa segui basicamente dois, embora eles se valham de outros: a **intuição**, que acompanha toda a pesquisa, e a **metodologia das molduras**, um procedimento desconstrutivo de análise proposto por Kilpp (2003), que é usada na abordagem das imagens televisivas. Explicarei, a seguir, as duas metodologias.

O **método intuitivo** foi proposto pelo filósofo Henri Bergson e retomado pelo filósofo Gilles Deleuze. Precisei aqui partir da filosofia, porque, como explica Deleuze (2006), ela pretende instaurar ou restaurar uma outra relação com as coisas e, portanto um outro conhecimento, nos dar a conhecer a coisa em si mesma. Para o autor, Bergson não recusa direito algum ao conhecimento científico; ele apreende pelo menos uma das duas metades do ser, um dos dois lados do absoluto, “um dos dois movimentos da natureza, aquele em que a natureza se distende e se põe ao exterior de si”(DELEUZE, 2006, p.34). Segundo Bergson, a ciência e a filosofia juntas dariam aceso a uma compreensão total.

Para Bergson (1999), a realidade não tem como princípio constitutivo supremo o ser ou a substância, mas a vida. Se a realidade é vida, é necessário, para estudá-la, um método que possa aproximar-se dela sem submetê-la a nenhuma pressão, a nenhuma distorção, a nenhuma abstração, sem medi-la, nem quantificá-la. Bergson também não faz distinções entre dois mundos, um inteligível e um sensível; ele, segundo Deleuze (2006), reconhece somente dois movimentos, ou antes dois sentidos de um único e mesmo movimento: “Um deles é tal que o movimento tende a se congelar em seu produto, no resultado que o interrompe; o outro sentido é o que retrocede, que reencontra no produto o movimento do qual ele resulta” (2006, p. 34). O primeiro seria segundo a natureza, correndo o risco de se perder a cada repouso, a cada respiração. O segundo se faz contra a natureza, mas ela aí se reencontra, se retoma na tensão. O segundo só pode ser encontrado sob o primeiro.

Para isso torna-se necessário utilizar **uma forma de abordagem e apreensão do real que comunique diretamente a intimidade do sujeito** – o que Bergson chama de “eu profundo” ou duração pura – com a intimidade do objeto concreto e singular, também pura **duração**. A essa forma de contato entre sujeito e objeto o autor chama de **intuição**. Explicada por Deleuze, a

intuição “é o movimento pelo qual saímos de nossa própria duração para afirmar e reconhecer a existência de outras durações acima ou abaixo de nós” (1999, p. 17).

Intuição é a capacidade que nos leva a perceber o objeto e todo o seu dinamismo, vendo a modificação das coisas em seu processo dinâmico, que capta “de dentro” o objeto, coincide com ele, ao invés de descrevê-lo “de fora”. A intuição seria capaz de captar a existência em sua diferença irreduzível e mesmo inexprimível, ao passo que a análise nos forneceria somente uma tradução dessa diferença, exprimindo-a por meio de elementos já conhecidos. Embora a intuição seja uma forma de conhecimento imediato, ela não é obtida de forma simples; ela constitui, para Bergson, um verdadeiro método.

Deleuze (1999) explica que a intuição como método não se caracteriza por procedimentos que definem etapas sucessivas de uma investigação, mas por suas regras: a primeira regra consiste na formulação e criação de problemas; a segunda diz respeito à descoberta das verdadeiras diferenças de natureza ou articulações do real; a terceira à apreensão do *tempo* real, pois os problemas devem ser pensados e resolvidos mais em função do tempo do que do espaço, isto é, em termos da duração.

A intuição como método está diretamente relacionada, então, à teoria da duração. O centro do pensamento de Bergson estaria na **intuição da duração**. Para o autor, **pensar intuitivamente é pensar em termos de duração**: a duração é heterogênea e qualitativamente criadora, é o que muda por natureza, é a multiplicidade qualitativa, é o movimento, é o indivisível e o substancial, é o absoluto. “*El universo dura. Cuanto más profundicemos en la naturaleza del tiempo, tanto mas comprenderemos que duración significa invención, creación de formas, elaboración continua de lo absolutamente nuevo*” (BERGSON, 1987, p.13).

Deleuze (2006) explica que Bergson substitui o conceito platônico de alteridade pelo conceito aristotélico de alteração. O ser é alteração, e é a isso que Bergson denomina duração. Duração é o que difere de si mesmo. Como método, a intuição seria o método que busca a diferença. Entre duas coisas sempre haveria uma diferença de grau, mas o que difere por natureza nunca são duas coisas e sim duas tendências na mesma coisa. A intuição divide o misto em duas tendências que diferem por natureza, são elas, distensão e contração. Para Deleuze, a própria diferença da coisa é uma das tendências. A duração é a diferença de natureza, o que difere

consigo, enquanto a matéria é o indiferente, simples repetição de grau. Há graus na própria diferença, e a matéria seria o grau mais baixo.

Já a duração é uma multiplicidade virtual. Trata-se de uma definição complexa, justamente porque para entender a duração deve-se compreender primeiro a noção de virtualidade. Mas não é só para entender o conceito de duração, segundo Deleuze, pois Bergson “leva a extremos a noção de virtual, e funda sobre ela toda uma filosofia da memória e da vida” (DELEUZE, 1999, p. 37).

Ao analisar o misto percepção-lembrança, Bergson (1999) estabelece diferenças de natureza segundo as quais o misto deve ser dividido. Dessa análise deriva o principal dualismo Bergsoniano: matéria-memória. Para o autor, a matéria é o conjunto das imagens, e nesse universo umas agem sobre as outras. Uma dessas imagens se destaca de todas as demais, na medida em que a conhecemos por dentro: trata-se de nosso corpo. O corpo é afetado por todas as imagens, age sobre todas elas e as afeta por sua vez. Ele recebe e transmite movimento, como as demais imagens, mas meu corpo se deixa afetar por aquelas imagens relacionadas a minha ação possível ou a minha necessidade de agir. Como ele próprio explica, “Eu chamo de matéria o conjunto das imagens, e de percepção da matéria, essas mesmas imagens referidas à ação possível de uma certa imagem determinada, o meu corpo” (BERGSON, 1999, p.173).

No caso da matéria, todas as imagens interagem, sem que se possa assinalar um centro qualquer. No segundo caso, todas as imagens são referidas a uma única dentre elas, que seria o centro, e em vez de afetá-las e ser por elas afetada sem discriminação, parece fazer uma seleção daquilo que lhe interessa para agir sobre elas conforme seus interesses.

O ser vivo transforma parte do seu meio ambiente (o conjunto total das imagens) num mundo próprio (o conjunto parcial das imagens capazes de afetá-lo e de serem por ele afetadas). Neste caso, as imagens passam a ser referidas aos afetos de uma única imagem: o corpo. Mas a percepção nada acrescenta à imagem percebida; antes, pelo contrário, ela lhe subtrai alguma coisa. A consciência consiste precisamente nessa escolha. A imagem subtrativa é menos do que a imagem ela mesma, mas não é outra coisa: “Há na imagem uma diferença de grau e não de natureza entre ser e ser conscientemente percebida” (BERGSON, 1999, p. 187).

A percepção se constitui no ser vivo, portanto, em função de sua necessidade de agir. A percepção desenha a ação possível sobre as demais imagens que o cercam, que, em conformidade

com sua proximidade ou distância, em relação ao seu próprio corpo, estendem até ele suas promessas ou suas ameaças, com um grau maior ou menor de urgência.

Existem tendências cujo estado se negligenciou e que se explicam simplesmente pela necessidade que temos de viver, ou seja, em realidade, de agir. (...) A necessidade de se alimentar não é a única. Outras organizam-se em torno dela, visando a preservar o indivíduo ou a espécie: ora, cada uma dessas necessidades leva a distinguir, ao lado de nosso próprio corpo, corpos independentes dele, dos quais devemos nos aproximar ou fugir. Nossas necessidades são portanto feixes luminosos que, visando à continuidade das qualidades sensíveis, desenham aí corpos distintos. (...) Estabelecer essas relações muito particulares entre porções assim recortadas da realidade sensível é justamente o que chamamos *viver* (BERGSON, 1999, p.232).

A percepção supõe memória, por meio da qual o conteúdo informacional da percepção é interpretado e reinterpretado. O corpo seleciona as lembranças que possam trazer um máximo de esclarecimento para a situação atual a resolver. Percepção e memória formam, no corpo, um misto. O que há de subjetivo ou inextensivo na percepção deve-se à memória, às lembranças que intervêm no processo perceptivo: “Percepção e lembrança penetram-se sempre, trocam sempre alguma coisa de suas substâncias” (BERGSON, 1999, p. 233), mas são de naturezas diferentes.

Segundo Bergson (1979), o eu profundo flui, como uma unidade em perpétua mudança, por trás de situações aparentemente descontínuas do eu superficial. Mas esse progresso na continuidade supõe a atividade unificadora que é a memória. A liberdade se encontra, para o autor, no eu profundo e não no eu superfície, naquele que quer, que se apaixona, que amadurece, que evolui, que cresce sem cessar, que é puro dinamismo e constitui a verdadeira personalidade, embora Bergson reconheça que a maioria das pessoas vive no eu de superfície.

Para o autor a duração interior é a vida contínua de uma memória que prolonga o passado no presente. Considera, no entanto, fundamental distinguir entre dois tipos de memória: a memória-hábito e a memória-recordação. A primeira repete e torna prático o efeito de experiências passadas (como quando se repete de cor um texto anteriormente lido); a segunda reproduz o passado enquanto passado, revivendo-o (como quando se recorda das circunstâncias em que se leu aquele texto pela primeira vez).

A memória-recordação registra sob a forma de imagens-lembranças, todos os acontecimentos de nossa vida cotidiana, à medida que eles se desenrolam deixando a cada fato, a cada gesto, seu lugar e sua data. Essa seria a memória verdadeira que recupera o próprio passado sem intenção utilitária. Para evocar o passado em forma de imagem, é preciso poder abstrair-se da ação presente, é preciso saber dar valor ao inútil, é preciso querer sonhar (BERGSON, 1999, p. 90).

O fundamento da percepção estaria no conjunto infinito de imagens-movimento do universo: “Na percepção, de algum modo, nos colocamos fora de nós mesmos e tomamos contato direto com as imagens que se nos apresentam” (BERGSON, 1999, p. 214) A percepção remete, então, a uma “percepção pura”. A lembrança não é uma percepção enfraquecida, ela não é menos intensa do que a percepção, ela só não possui por si mesma esse caráter envolvente, e mesmo urgente, que define a ação contínua do ser vivo em seu ambiente. A percepção pura seria o fundamento da percepção e a “lembrança pura”, da memória. A primeira é matéria, imagem luz, e a segunda não, ela é da ordem do inextenso e não depende da matéria para ser. A lembrança pura é virtual.

Os três passos do método da intuição estarão presentes ao longo de todo o trabalho, de maneira explícita ou implícita, para eu poder passar do estado da experiência às condições da experiência.

A **metodologia das molduras** é um procedimento desconstrutivo de análise proposto por Kilpp (2003) que compreende a TV como modo particular de montar quadros de experiência e significação mediante a sobreposição de territórios de sentido instaurados no interior da tela e produzidos tecnicamente. A televisão imagina e constrói sua própria realidade (mundos televisivos). Ela não é uma janela de outra coisa que não seja ela própria. Se, nesse sentido, ela não “mostra” a “realidade” externa, algo desta aparece na tela de TV, por conta desses quadros, assim montados, e também pelos compartilhamentos entre os imaginários em mundos televisivos com o imaginário das sociedades e culturas dos quais a TV participa; mas também pelos restos dos processos de montagem, que deixam vestígios nos panoramas.

Esta metodologia, de alguma forma, contém outras metodologias que contribuem para chegar ao propriamente televisivo. Ela permite atravessar a opacidade da TV através de três eixos: molduras, *ethicidades* e imaginários, virtualidades que se atualizam no propriamente televisivo.

A metáfora da dissecação do cadáver, inspirada em Leonardo da Vinci, implica dizer que para adentrar a telinha e ultrapassar os teores conteudísticos da TV-que nos cegam e ensurdecem em relação aos procedimentos técnicos e estéticos que são o modo *sui generis* da mídia produzir sentido - é preciso matar o fluxo, desnaturalizar a especiação, intervir cirurgicamente nos materiais plásticos e narrativos, cartografar as molduras sobrepostas em cada panorama e verificar quais são e como elas estão agindo umas sobre as outras, reforçando-se ou produzindo tensões” (KILPP, 2006, p 2).

Há molduras mais sólidas, que sempre estão na TV: o canal, a emissora, o gênero, o programa, as demais unidades autônomas (como as vinhetas e os *brakes* comerciais), a programação (em grade e em fluxo), a TV como mídia, e as moldurações intrínsecas aos panoramas (o ecrã, ou telinha). Há também as molduras mais fluidas, e as moldurações das *ethicidades* relacionadas ao jogo poderão se revelar na medida em que as molduras forem sendo dissecadas.

A TV monta em seqüência e sobrepõe nos panoramas molduras de diferentes graus e natureza; por isso a razoabilidade dos sentidos deve passar, na análise, pela dissecação de cada uma e pela remissão de umas às outras. É assim que os construtos televisivos ou *ethicidades* são significados. As *ethicidades* têm sentidos identitários fluidos já que se encontram em um compósito de molduras.

Na significação, os sentidos são agenciados entre emissor e receptor, que têm repertórios pessoais e culturais distintos, memórias que percebem diferentemente a mesma matéria – a partir do que Kilpp (2003) designa de corpo-moldura, seguindo Bergson.

No conjunto dos três eixos (molduras, *ethicidades* e imaginários) que se articulam nesta metodologia, os imaginários que emergem de mundos televisivos podem ser relacionados com outros imaginários de mundo, já que esses são minimamente compartilhados.

Para a pesquisa, escolhi alguns tempos de TV em que aparecem molduras de jogo, e caracterizados por serem zonas de passagem entre molduras: são vinhetas que anunciam programas, programas que contêm propagandas, anúncios de jogos que implicam convergência de mídias, tempos de programas em que o limite entre quadro e programa fica difuso, etc. A complementariedade entre as imagens dissecadas e sua remissão ao fluxo televisivo permitiu

perceber a TV de que trata esta dissertação, e que se encontra na opacidade das imagens televisuais: a *TVjogo*.

I - INCURSÕES NA MEMÓRIA DO JOGO

Já comentei rapidamente ao iniciar este trabalho, como o método intuitivo de Bergson entende que os problemas devem ser pensados e resolvidos mais em função do tempo que do espaço. Mas o que é o tempo?

Ilya Prigogine (1996) lembra a trajetória da física e da filosofia na tentativa de compreender o tempo. Ele aponta os avanços de filósofos do século XIX como Bergson, Hegel, Husserl, William James, Whitehead ou Heidegger que se interrogaram sobre a dimensão temporal de nossa existência. Enquanto para os físicos que seguiam Einstein o problema do tempo estava resolvido, para esses filósofos o tempo continuava sendo a questão por excelência, aquela em que estava em jogo a significação da existência humana.

Prigogine faz uma interessante crítica das ciências, particularmente da física, ciência que por excelência estuda a dinâmica do movimento e suas leis. Para o autor, antes da existência do universo existia o tempo; nós e o universo temos uma idade, mas o tempo não teria nem início, nem fim. O *big-bang* seria um evento associado a uma instabilidade que é ponto de partida de nosso universo, mas não do tempo.

O físico se une à crítica que Popper fazia ao determinismo laplaciano⁵, confirmado pelo determinismo das teorias físicas, sendo elas, segundo Prigogine, o obstáculo mais sólido e mais sério no caminho de uma explicação e de uma apologia da liberdade, da criatividade e da responsabilidade humanas.

Para Popper, porém, o determinismo não põe somente em causa a liberdade humana. Ele torna impossível o encontro com a realidade, que é a vocação mesma de nosso conhecimento. Popper escreve mais adiante que a realidade do tempo e da mudança sempre foi para ele o fundamento essencial do realismo (PRIGOGINE, 1996, p. 21).

⁵ Conhecido também pelo “demônio de Laplace”, trata-se de um experimento mental concebido pelo físico Pierre Simon Laplace: de posse de todas as variáveis que determinam o estado do universo em um instante t , ele pode prever o seu estado no instante $t' > t$. Tal conceito é sustentado, conforme aponta o filósofo Lyotard em seu clássico *A Condição pós-moderna*, pelo princípio de que os sistemas físicos, inclusive o sistema dos sistemas que é o universo, obedece a regularidades, e que por conseguinte sua evolução delineia uma trajetória previsível e dá lugar a funções contínuas 'normais' (e à futurologia...).

Ainda Prigogine cita Bergson respondendo à pergunta “de que serve o tempo?” O tempo é o que impede que tudo seja dado de uma só vez. Ele atrasa, ou antes, ele é o atraso. Deve, pois, ser elaboração. Seria, então, o veículo de criação e de escolha. Para Prigogine, Popper e Bergson o realismo e o indeterminismo seriam solidários. Essa convicção choca-se com o triunfo da física moderna, embora a oposição entre o tempo reversível e determinista da física e o tempo dos filósofos levou a conflitos abertos. Para Prigogine (1996), se não incorporamos em nossas leis físicas a dimensão evolutiva, estamos condenados a uma concepção contraditória da realidade.

Os três autores parecem estar próximos ao conceber o tempo como mudança, longe da concepção de Newton de um universo estático cujas leis podem ser estudadas até alcançar certezas.

Como foi comentado anteriormente, então, Bergson aprofundou a visão do tempo em termos de duração, uma multiplicidade virtual. Trata-se de uma definição complexa, justamente porque para entender a duração deve-se compreender primeiro a noção de virtualidade. Mas não é só para entender o conceito de duração, segundo Deleuze (1999), pois **Bergson “leva a extremos a noção de virtual, e funda sobre ela toda uma filosofia da memória e da vida”** (p.37).

E se, conforme Deleuze,

O virtual é em si o modo daquilo que não age, uma vez que ele só agirá diferenciando-se, deixando de ser em si, mas guardando algo de sua origem. Por isso ele é o modo daquilo que é. (...) O subjetivo, ou a duração é o virtual. Mais precisamente, é o virtual em tanto que se atualiza, em vias de se atualizar, inseparável do movimento de sua atualização (1999, p. 36).

nesse sentido é impossível compreender a duração sem compreender o virtual e sua atualização.

Para Bergson, o virtual não tem de realizar-se, mas tem de atualizar-se; **as regras da atualização não são semelhança e limitação (como é o caso do possível, que se realiza, ou não), mas diferença ou divergência e criação.** O que é primeiro no processo de atualização é a diferença – a diferença entre o virtual de que se parte e os atuais aos quais se chega, e também a diferença entre as linhas complementares segundo as quais a atualização se faz. **A evolução**

acontece do virtual aos atuais. A evolução é atualização e a atualização é criação. **A vida é produção, criação de diferenças.**

A matéria não esconde nada, ela não possui virtualidades ocultas, e mesmo que nos oculte algo, trata-se de diferenças de grau: há na matéria algo a mais, mas não algo diferente daquilo que é atualmente dado. **Não haveria virtualidade na matéria, mas a memória é virtual.** Para Bergson falar em memória é falar em duas formas de sobrevivência do passado: **o passado sobrevive ao presente nos mecanismos motores e nas lembranças.**

Segundo Deleuze (2006), Bergson entende que a diferenciação é o modo de atualização, de criação. Uma virtualidade que se atualiza é ao mesmo tempo o que se diferencia, dando origem a séries divergentes, linhas de evolução, espécies. A essência de uma tendência é desenvolver-se em forma de feixe, criando, tão só pelo fato de seu crescimento, direções divergentes. O impulso vital será a própria duração, à medida que se atualiza, à medida que se diferencia. Se a diferenciação é o modo original e irreduzível pelo qual uma virtualidade se atualiza, a própria duração é a virtualidade. A duração, a vida, o movimento não são atuais, são virtualidades nas quais toda atualidade tem sua raiz. **A duração é uma coexistência virtual.**

Todo misto se divide em duas tendências, a matéria é uma tendência, definida como afrouxamento, a duração é uma tendência, definida como contração. O espaço é um misto de matéria e duração, de matéria e memória. A diferença de natureza não está entre as tendências, ela é uma dessas tendências e se opõe à outra. **A duração é o que difere de si, a matéria é o que não difere de si, o que se repete.** Por ser a duração o que difere de si mesma é preciso ir até o fim, até ver, enfim, na matéria uma derradeira nuance da duração. **A virtualidade só pode diferenciar-se a partir dos graus que coexistem nela.** A diferenciação é somente a separação do que coexistia na duração.

Em minha pesquisa estou, assim, considerando o jogo em sua duração, como virtualidade que se atualiza, sendo que em cada atualização uma das suas tendências se contrai mais uma vez para novas atualizações e novas virtualizações. O jogo atualiza-se, por exemplo, no xadrez, e ao mesmo tempo o xadrez é uma virtualidade que se atualiza em diversos tabuleiros, partidas e movimentos; todas essas atualizações e virtualizações fazem parte da duração jogo que se diferencia e atualiza no xadrez.

A perspectiva bergsoniana me leva a ter em conta também que **as mídias, inclusive o SBT** – a mídia TV do Sistema Brasileiro de Televisão que está em questão neste trabalho – **são corpos que percebem aquilo que necessitam para agir**. Corpos dotados de percepção e memória, em suas imagens, mas não só nelas, eles mostram quais são suas percepções substrativas: a percepção dos objetos menos o que não lhes interessa para agir. Mas o SBT é parte de um corpo maior: o conglomerado Silvio Santos, a própria televisão brasileira, etc., que serão pensados também corpos que percebem para agir, embora as percepções e as ações possam ser heterogêneas dentro do mesmo corpo plural.

Mas antes de seguir nessa direção, que nas próximas opções será decisiva, é necessário falar sobre o jogo, sobre os sentidos do jogo, que não foi pensado por Bergson, e só então formular o conceito na perspectiva bergsoniana. Isso não seria possível, a meu ver, sem passar por um dos mais profícuos pensadores do jogo, Huizinga, que propôs ser o jogo raiz de cultura.

Em épocas mais otimistas que a atual, nossa espécie recebeu a designação de Homo Sapiens. Com o passar do tempo, acabamos por compreender que afinal de contas não somos tão racionais quanto a ingenuidade e o culto da razão do século XVIII nos fizeram supor, e passou a ser de moda designar nossa espécie como Homo faber. (...) Mas, existe uma terceira função que se verifica tanto na vida humana como na animal, e é tão importante como o raciocínio e o fabrico de objetos: o jogo. Creio que depois de Homo faber e ao mesmo nível que Homo sapiens, a expressão Homo ludens merece um lugar em nossa nomenclatura.

Johan Huizinga

O conceito de jogo como raiz de cultura foi amplamente desenvolvido pelo historiador holandês no livro *Homo Ludens* (2004). Huizinga (1872-1945) foi conhecido por seus trabalhos sobre a baixa Idade Média, a Reforma e o Renascimento, mas sua principal contribuição foi mesmo *Homo Ludens*, escrito em 1938.

A Huizinga é atribuído um grande mérito: o de descobrir a presença do jogo na maioria das manifestações da cultura. A poesia, o direito, a guerra, o conhecimento, a filosofia, a arte estariam permeados por uma espécie de “espírito do jogo”. Para ele (2004), o próprio desenvolvimento da cultura acontece *sub specie ludi*, sob forma de jogo. Jogar, portanto, constitui-se num elemento integrante da cultura, essencial para o desenvolvimento humano.

Huizinga resiste à consideração simplista de que “tudo é jogo”. Critica posições como a de Frobenius – que concebe a cultura como “um jogo que emerge do ser natural” – porque as considera demasiado “místicas” ou porque descrevem de modo excessivamente vago a relação entre jogo e cultura. É justamente essa relação que Huizinga tenta esclarecer, em detrimento de outras questões sobre o jogo: **o que ele tenta fazer é mostrar como a cultura emerge do jogo.**

O historiador nunca aceitou as correções que seus contemporâneos lhe sugeriam: falar do jogo como elemento *na* cultura. Ele sempre defendeu o genitivo *da*. **“Minha intenção não era definir o lugar do jogo entre todas as manifestações culturais e sim determinar até que ponto a própria cultura tem um caráter lúdico”** (HUIZINGA, 2002, p. 54). Por isso sua crítica a todas as teorias que explicam o jogo a partir do pressuposto de que ele estaria ligado a alguma coisa que não é o próprio jogo, vendo nele uma espécie de finalidade biológica, ou explicações psicologizantes: o jogo como preparação para a vida adulta, como descarga de energias, etc. Há nessas abordagens um falso problema, no sentido de Bergson, confundindo diferenças de grau, quando na realidade há diferenças de naturezas entre o jogo e as finalidades que lhe são atribuídas, o que não ajuda na compreensão do conceito de jogo.

Para o autor, essas teorias deixam de lado a característica fundamental do jogo: sua intensidade e seu poder de fascinação. Huizinga aponta que a grande maioria dos autores preocupa-se apenas superficialmente em saber o que o jogo é em si mesmo e o que ele significa para os jogadores. Abordam diretamente o jogo, utilizando-se dos métodos quantitativos das ciências experimentais sem antes disso prestarem atenção a seu caráter profundamente estético. Em geral eles deixam de lado a característica mais fundamental do jogo.

A todas as “explicações” acima referidas poder-se-ia perfeitamente objetar: Está tudo muito bem, mas o que há de realmente divertido no jogo? Por que razão o bebê grita de prazer? Por que motivo o jogador se deixa absorver inteiramente por sua paixão? Por que uma multidão imensa pode ser levada até o delírio por um jogo de futebol? A intensidade de um jogo e seu poder de fascinação não podem ser analisados por análises biológicas. E, contudo, é nessa intensidade, nessa fascinação, nessa capacidade de excitar que reside a própria essência e a característica primordial do jogo. O mais simples raciocínio nos indica que a natureza poderia igualmente ter oferecido a suas criaturas todas essas úteis funções de descarga de energia excessiva, de distensão após um esforço, de preparação para as exigências da vida, de compensação de desejos insatisfeitos etc., sob a forma de exercícios e reações puramente mecânicos. Mas, não, ela nos deu a tensão, a alegria e o divertimento do jogo (HUIZINGA, 2004, p. 5).

O prazer provocado pelo jogo o transforma, segundo o autor, numa necessidade. Se no jogo existe alguma coisa “em jogo” que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação, ele encerra um elemento não material. “Este último elemento, o divertimento do jogo, resiste a toda análise e interpretação lógicas” (HUIZINGA, 2004, p. 5).

Nesse sentido, podemos entender o jogo tanto como raiz de cultura, conceito amplamente desenvolvido pelo autor, quanto como duração ou coexistência virtual, nos termos de Bergson: **a dimensão lúdica como o ser do jogo, o modo que não age, e o jogo agindo, como sua atualização.** É esta segunda, a atualização do jogo e de formas culturais que estão por ele perpassadas que permite entendê-lo como raiz de cultura. O fato de ele ser raiz de cultura leva a pensar numa dimensão do jogo em si, irreduzível, uma duração, uma multiplicidade virtual.

Pensar, nos termos de Huizinga (2004), em jogo como raiz de cultura, é pensar na cultura surgindo sob a forma de jogo desde suas primeiras manifestações como se elas fossem uma primeira “jogada”. Mesmo as atividades que visam à satisfação imediata das necessidades vitais,

como por exemplo a caça, tendem a assumir, nas sociedades primitivas, uma forma lúdica. É através do jogo que a sociedade exprime sua interpretação da vida e do mundo. Com isto, o autor não está afirmando que o jogo se transforma em cultura, e sim que já em suas fases mais primitivas a cultura possui um caráter lúdico, e que ela se processa segundo as formas e no ambiente do jogo.

O jogo é uma atividade cuja significação reside em si mesma, não se classificando apenas como um fenômeno biológico ou fisiológico. Suas características principais são: ser atividade voluntária e desinteressada, que ocorre em tempo e espaço próprios a cada jogo, e ser regrada. **No jogo, a pessoa se encontra inteiramente absorvida, vivenciando-o plenamente.** O autor aproxima o conceito de jogo ao de festa, pois “ambos implicam uma eliminação da vida quotidiana. Em ambos predomina a alegria, embora não necessariamente, pois também a festa pode ser séria. Ambos são limitados no tempo e no espaço. Em ambos encontramos uma combinação de regras estritas com a mais autêntica liberdade” (HUIZINGA, 2004, p. 46). **São próximos ao domínio lúdico conceitos como desafio, perigo, competição, risco, sorte, temeridade, porque em todos esses casos alguma coisa “está em jogo”**

A linguagem e o mito também nasceram “jogando”. “Na criação da fala e da linguagem, brincando com essa maravilhosa faculdade de designar, é como se o espírito estivesse constantemente saltando entre a matéria e as coisas pensadas” (HUIZINGA, 2004, p. 7). Por detrás de toda expressão abstrata se oculta uma metáfora, e toda metáfora é jogo de palavras. Assim, ao dar expressão à vida, o homem cria um outro mundo, um mundo poético, ao lado do da natureza.

Para Huizinga (2004), o jogo autêntico possui, além de um ambiente delimitado e do divertimento, a consciência, mesmo que seja latente, de estar apenas “fazendo de conta” ou jogando, embora em alguns casos essa consciência não esteja presente e o limite entre jogo e seriedade se torne indeterminado. O exemplo trazido pelo autor é o da bolsa de valores. **Quem joga roleta tem consciência do jogo, à diferença de quem joga na bolsa de valores.** Em ambos os casos o fator operante é a esperança de lucros, mas no segundo caso o jogador ilude-se de que é capaz de prever as tendências do mercado.

Assim como essas, muitas outras formas de jogo que foram se desenvolvendo na história têm relação direta com a antiga prática lúdica da aposta. No final da Idade Média, lembra

Huizinga (2004), apostava-se sobre a vida e morte de pessoas, sobre o nascimento de um menino ou menina, sobre conquistas de terras, sobre a eleição do Papa, tal como hoje se aposta em corridas de cavalos.

A obra de Huizinga dá particular atenção ao **“instinto” de competição (agonístico)** como algo que perpassa a história das civilizações. Ele **não pode ser confundido com o desejo de poder ou de dominação**. “O que é primordial é o desejo de ser melhor que os outros, de ser o primeiro e ser festejado por esse fato” (2004, p.58). **Nos casos em que o espírito de competição envolve a dominação** estaríamos diante do falso-jogo, pois **haveria uma hipertrofia do espírito lúdico**. O espírito agonístico, para Huizinga, teve uma importância fundamental na evolução das civilizações. Na China primitiva, por exemplo, quase todas as atividades assumiam a forma de uma competição ritual: atravessar um rio, escalar uma montanha, colher flores... “O esquema característico das lendas chinesas relativas à fundação dos reinos é o do herói derrotando seus adversários por meio de proezas” (HUIZINGA, 2004, p. 63). A vitória pode ser obtida pela força, habilidade ou esperteza, mas também por pura sorte. A sorte pode ter um significado sagrado; os dados jogados podem determinar e significar os desígnios divinos. Era costume também entre os gregos organizar competições a propósito de tudo o que oferecesse a possibilidade de uma luta, de concursos de beleza masculinos à decifração de enigmas, concursos de canto, resistência em se conservar acordado, etc.

Até o Direito e a Jurisprudência, segundo Huizinga, estão atravessados pelo espírito agonístico. Nas sociedades primitivas havia um antigo costume jurídico de estabelecer os limites de uma propriedade rural em função do resultado de uma corrida ou do lançamento de um machado. Para o autor, o caráter agonístico do Direito continua até hoje. O julgamento pode ser considerado como um jogo de azar, como uma competição ou como uma batalha verbal. Se fizermos com que o nosso olhar passe da administração da justiça nas civilizações altamente desenvolvidas para aquela que se encontra na fase menos adiantada da cultura, veremos que a idéia do bem e do mal, a concepção ético-jurídica é ultrapassada pela idéia de ganhar ou perder, isto é, por uma concepção agonística. “O que interessa ao espírito primitivo não é tanto o problema abstrato do bem ou do mal, mas principalmente o problema extremamente concreto de ganhar ou perder” (HUIZINGA, 2004, p. 90.). Dada a fraqueza dos padrões éticos, o fator agonístico vai ganhando imenso terreno na prática judicial e, na medida em que ele vai aumentando, aumenta também o fator sorte, elementos próprios da esfera lúdica. Uma atitude

semelhante e corriqueira citada pelo autor, no qual se conectam decisão e sorte é, por exemplo, quando não conseguimos nós próprios tomarmos uma decisão e a “tiramos à sorte”.

O autor identifica também elementos lúdicos, particularmente agonísticos, na vida política das democracias parlamentares, exemplificando com os debates da Câmara dos Comuns na França e na Inglaterra do século XVIII. Eles geralmente ocorriam de acordo com as regras de um jogo marcado pelas rivalidades pessoais e cuja finalidade era uns darem cheque-mate aos outros “sem com isso prejudicarem os interesses do país ao qual servem com seriedade” (HUIZINGA, 2004, p.229). Esse fator lúdico está presente em todo o sistema eleitoral.

A presença do espírito agonístico nas culturas leva Huizinga a discutir em que condições a guerra é ou não um jogo. Não haveria dúvidas de que toda luta submetida a regras apresenta características formais de jogo. Só é lícito falar da guerra como função cultural na medida em que ela se desenrola de maneira que seus participantes se considerem uns iguais aos outros, ou antagonistas com direitos iguais. Sua função cultural depende de sua qualidade lúdica. **A guerra, para o autor, perde sua qualidade lúdica quando os participantes perdem as condições de igualdade.** “Quando a guerra é travada fora do âmbito dos iguais, contra grupos que não são reconhecidos como seres humanos e, portanto, são privados dos direitos humanos, bárbaros, diabos, pagãos, hereges e ‘raças inferiores’. Ali desaparecem da guerra os últimos vestígios do elemento lúdico” (HUIZINGA, 2004, p. 102). O ataque “de surpresa”, a emboscada, o massacre, também não podem ser considerados formas agonísticas de guerra. Além disso, os objetivos políticos da guerra – **a conquista, a subjugação ou dominação de outro povo – também se situam fora do âmbito da competição propriamente dita.**

Huizinga alerta para atividades cuja razão de ser dependem de interesse material e que em sua fase inicial não tinham nada a ver com o jogo, coisas sérias que se transformam em jogo. Ele reconhece um impulso dado ao princípio agonístico que parece estar novamente levando o mundo em direção ao jogo, mas seria um impulso independente da cultura propriamente dita e que é dado principalmente a partir dos meios de comunicação e a competição comercial. Os negócios se transformam em jogo promovendo a competição entre setores de produção e de venda de uma empresa, por exemplo.

Haveria também duas outras distorções, equivocadas, apontadas pelo autor como falsos jogos. A primeira está associada a certas formas lúdicas utilizadas consciente ou

inconscientemente para ocultar determinados desígnios políticos ou sociais. O segundo equívoco em relação ao jogo é chamado por Huizinga de **puerilismo, uma mistura de adolescência e barbárie** em que atitudes de adolescente dominariam a vida adulta e social. “O gregarismo é talvez o mais forte e o mais alarmantes desses costumes. Seu resultado é a mais baixa forma de puerilismo: gritos ou outros sinais de saudação, o uso de emblemas e distintivos, a marcha em ordem unida ou em um passo especial” (HUIZINGA, 2004, p. 228). Uma outra atitude pueril seria a sede insaciável de divertimentos vulgares e de sensacionalismo, o gosto pelas reuniões e manifestações de massa tão próprias da época do autor. “O autêntico jogo desapareceu da civilização atual, e mesmo onde ele parece ainda estar presente trata-se de um falso-jogo, de modo tal que se torna cada vez mais difícil dizer onde acaba o jogo e começa o não-jogo. Isto é especialmente verdadeiro no caso da política” (2004, p. 229).

As relações entre jogo e falso jogo parecem ser um elemento importante no pensamento de Huizinga, e esse assunto torna-se central quando o historiador aborda os últimos dois séculos da história do jogo como elemento da civilização. A regra geral, observada por Huizinga é **que o elemento lúdico vai gradualmente passando para segundo plano, sendo sua maior parte absorvida pela esfera do sagrado. O restante cristaliza-se sob a forma de saber: folclore, poesia, filosofia, e as diversas formas da vida jurídica e política. Fica assim completamente oculto por detrás dos fenômenos culturais o elemento lúdico original.** Mas é sempre possível que a qualquer momento, mesmo nas civilizações mais desenvolvidas, o “instinto” lúdico se reafirme em sua plenitude, “mergulhando o indivíduo e a massa na intoxicação de um jogo gigantesco” (2004, p. 229).

O espírito de competição lúdica, enquanto impulso social, é mais antigo que a cultura, e a própria vida está toda penetrada por ele, como verdadeiro fermento. O ritual teve origem no jogo sagrado, a poesia nasceu do jogo e dele se nutriu, a música e a dança eram puro jogo. O saber e a filosofia encontraram expressão em palavras e formas derivadas das competições religiosas. As regras da guerra e as convenções da vida aristocrática eram baseadas em modelos lúdicos. Daí se conclui necessariamente que em suas fases primitivas a cultura é um jogo. Não quer isto dizer que ela nasça *do* jogo, como um recém-nascido se separa do corpo da mãe. Ela surge *no* jogo, e *enquanto* jogo, para nunca mais perder esse caráter (HUIZINGA, 2004, p. 192).

Mas, ao mesmo tempo em que o autor faz essa afirmação ele se pergunta se realmente a cultura nunca se separa da esfera do jogo. No percurso histórico feito por Huizinga em sua obra, ele encontra a criação lúdica presente com muita força em todas as épocas até o século XIX, a partir do qual parece haver pouco lugar para o jogo. Segundo o autor, o trabalho e a produção passam a ser o ideal da época, e depois seu ídolo. Toda Europa vestiu roupa de trabalho. Assim, as dominantes da civilização passaram a ser a consciência social, as aspirações educacionais e o critério científico.

Em conseqüência surge a ‘lamentável’ concepção marxista segundo a qual o mundo é governado por forças econômicas e interesses materiais. Este grotesco exagero da importância dos fatores econômicos foi condicionado por nossa adoração do progresso tecnológico, o qual por sua vez foi fruto do racionalismo e do utilitarismo que destruíram os mistérios e absolveram o homem da culpa e do pecado. Mas esqueceram de libertá-lo da insensatez e da miopia, e a única coisa que ele passou a ser capaz foi de adaptar o mundo à sua própria mediocridade (HUIZINGA, 2004, p. 243).

Huizinga constata que as grandes correntes de pensamento do século XIX eram adversas ao fator lúdico na vida social. Nem o liberalismo nem o socialismo contribuíram para ele em alguma coisa. **A ciência analítica experimental, a filosofia, o reformismo, a igreja e o estado, a economia, tudo na época se revestia da mais extrema seriedade.**

Procurar o elemento lúdico no século XX, pode levar, segundo o autor, a conclusões muito contraditórias. A separação entre jogo, ritual e sociedade – através, por exemplo, da institucionalização dos esportes, especialmente por iniciativa governamental – é característica da contemporaneidade. A opinião do autor é oposta à visão popular dessa época, que via nos jogos olímpicos a apoteose do elemento lúdico. Para Huizinga, o velho fator lúdico sofre uma atrofia quando o jogo se sofisticava em excesso, “pois no verdadeiro jogo é preciso que o homem jogue como uma criança (...) No caso do esporte, temos uma atividade nominalmente classificada como jogo, mas levada a um grau tal de organização técnica e de complexidade científica que o verdadeiro espírito lúdico se encontra ameaçado de desaparecimento” (2004, p. 221).

Ao longo de *Homo Ludens* é possível perceber que a huizinguiana é uma abordagem da ética do jogo. Nela, o conhecimento, livre aceitação e respeito às regras do jogo garantem a igualdade entre os participantes e permitem estabelecer limites entre o que é e o que não é jogo.

No pensamento do historiador parece que qualquer desvio das sociedades em sua forma de exprimir e interpretar a vida e o mundo fora do jogo traz profundas conseqüências éticas ao jogo e as civilizações. Nesses casos, surge algo – o puerilismo, o ocultamento de desígnios políticos ou sociais, o fomento à produção comercial, etc. – que não é jogo nem é seriedade.

A meu ver, **esta forma de conceber o jogo é muito produtiva para tensionar a ética (ou falta de) do jogo da cultura contemporânea**, mesmo que pareça haver um pouco de idealismo na visão do autor. E essa é a crítica que alguns autores (Caillois, por exemplo) fazem a Huizinga, vitimado pelo regime nazista, que o manteve preso de 1942 até sua morte. Ainda que *Homo Ludens* tenha sido escrito antes da Grande Guerra, Huizinga já fora marcado em sua visão de mundo (e do jogo) pelo fascismo, e seu desencanto com a cultura de seu tempo é indisfarçável.

O sociólogo francês Roger Caillois (1990), então, embora concorde com ele nas características fundamentais do jogo, apresenta uma definição mais abrangente que a de Huizinga.

Em algumas de suas manifestações, o jogo é lucrativo ou ruinoso em extremo e está até destinado a sê-lo. Isso não impede que essa característica se associe ao fato de o jogo permanecer rigorosamente improdutivo, mesmo na sua forma de jogo a dinheiro. O somatório dos lucros seria, no melhor dos casos, sempre igual às perdas dos outros jogadores. Quase sempre lhe é inferior devido às despesas correntes, aos impostos ou aos lucros do empresário, o único que não joga ou cujo jogo está defendido contra o azar pela lei dos grandes números, isto é, o único que não pode tirar gozo do jogo. Há deslocação de propriedades, mas não produção de bens (CAILLOIS, 1990, p. 24).

Caillois não identifica a corrupção do jogo com a institucionalização ou profissionalização deste. Para o autor, que a atividade seja remunerada ou não, profissional ou amadora, muda alguma coisa em relação ao jogador, mas não em relação ao jogo. Para ele, a corrupção fundamental no jogo aparece quando este se desloca do seu campo normativo para um espaço não regrado.

Fora da arena, depois do soar do gongo, começa a verdadeira perversão de *agôn*, de todas a mais difundida. Ela surge em cada antagonismo que já não é moderado pelo rigor do espírito do jogo. Ora, a concorrência absoluta nunca é apenas uma lei da natureza; encontra na sociedade a sua violência original (CAILLOIS, 1990, p. 66).

A corrupção do jogo, para Caillois deve-se à sua contaminação pela realidade, à afetação do mundo lúdico imaginado pelo jogo – que se rege por regras próprias. Mas “não haveria adulteração do jogo, o que há é erro e desvio de uma das quatro impulsões primárias que presidem aos jogos. (...) o instinto considerado não encontra, na categoria de jogo que lhe corresponde, a disciplina e o apoio que o cativam” (1990, p. 66). Ou seja, o autor concorda com Huizinga na importância central das regras: se o jogo se transfere para um espaço desregrado (em relação às regras daquele jogo, que, nos termos de Bergson, são parte de sua natureza, de sua duração), ele se corrompe.

Para Caillois, porém, os jogos são de muitos tipos: jogos de sociedade, de destreza, de azar, ao ar livre, de paciência, de construção. Evocam facilidade, risco ou habilidade. Contribuem para a descontração e a diversão. Eles se opõem ao trabalho assim como o tempo perdido se opõe ao tempo bem empregue⁶. O jogo não produz nada, nem bens, nem obras. A cada novo lance, e mesmo que estivessem a jogar toda a sua vida, os jogadores sempre voltam a estar a zero e nas mesmas condições do início. Esta gratuidade fundamental do jogo é a característica que mais o desacredita na sociedade moderna – da produção e do trabalho – e que o mantém isolado das atividades produtivas. Assim, ele serve como metáfora para entendermos outras situações: por exemplo, **como totalidade fechada, completa e imutável desde o início, ele é concebido para funcionar sem intervenção (exterior, da realidade) que não seja a energia intrínseca que lhe dá movimento, e constitui decerto uma preciosa tensão ao mundo real, essencialmente em mudança.**

O jogo combina em si, paradoxalmente, as idéias de limite, liberdade e invenção. No processo civilizatório, ele estaria nos ensinando a viver em sociedade, respeitando regras compartilhadas com uma margem de liberdade e criação. A busca por uma combinação harmoniosa entre limites, liberdade e invenção está, segundo Ilya Prigogine, físico russo já citado neste texto, no centro do pensamento ocidental. “Como conceber a criatividade humana ou como pensar a ética em um mundo determinista?” (1996, p. 14), pergunta-se Prigogine. Para ele, essa questão traduz uma **tensão profunda no interior de nossa tradição, que se pretende ao mesmo**

⁶ Este sentido e outros sentidos (divertimento, prazer, etc.) relacionados ao jogo como sociabilidade é ignorado pela teoria dos jogos, que será desenvolvida mais adiante, e pelo conceito de jogo que parece ser dominante na pós-indústria.

tempo promotora de um saber objetivo e afirmadora do ideal humanista de responsabilidade e de liberdade.

Segundo este autor, a democracia e as ciências modernas são herdeiras da mesma história, mas essa história levaria a uma contradição se as ciências fizessem triunfar uma concepção determinista da natureza, ao passo que a democracia encarna o ideal de uma sociedade livre.

Essas questões me levam a perguntar se a concepção de democracia plenamente realizada e a da ciência como “certeza”, como inteligibilidade completa da natureza própria da ciência positivista do mundo ocidental, são “espaços” tão fechados quanto os do jogo e só poderiam existir enquanto tais. Prigogine defende a idéia de que nos situamos hoje em um ponto crucial, “um ponto de partida de uma **nova racionalidade que não mais identifica ciência e certeza, probabilidade e ignorância**” (1996, p. 14).

Voltando a Caillois (1990), uma das suas principais contribuições é a constatação de que há quatro impulsões primárias do jogo, a partir das sensações e experiências que ele proporciona: *Agôn, Alea, Mimicry e Ilinx*.

Agôn – Está presente nos jogos de competição, onde a igualdade de oportunidades se torna artificial para que os competidores se enfrentem em condições ideais. A rivalidade é o elemento principal e o resultado se estabelece por mérito pessoal: “portanto sempre se trata de uma rivalidade em torno de uma só qualidade (rapidez, resistência, força, memória, habilidade, engenho, etc.)” (1990, p. 43). Encontra-se nestes jogos o desejo da vitória, pois “A prática do *Agôn* supõe (...) uma atenção sustentada, um treino apropriado, esforços assíduos e uma vontade de vencer” (1990, p. 45). Caillois encontra o *Agôn* presente também em fenômenos culturais, visto que “fora dos limites do jogo, se encontra o espírito do *Agôn* em outros fenômenos culturais que obedecem as mesmas leis: o duelo, o torneio, certos aspectos constantes e surpreendentes da chamada guerra de cortesia” (1990, p. 45).

Alea – É característica de jogos onde a decisão não depende do jogador, em que o vetor principal é o acaso, nos quais a habilidade do jogador não tem poder decisório no resultado: ele deve entregar-se ao destino. Exemplos puros dessa categoria de jogo são os dados, a roleta, cara ou cruz, certos jogos de cartas, loteria, etc. Para o autor, **estes jogos não têm a função de fazer os mais inteligentes ou hábeis ganharem dinheiro, mas de anular as superioridades naturais e adquiridas e possibilitar que seja dado o veredicto da sorte.**

Mimicry – Caracteriza o jogo em que se faz presente a ilusão, a interpretação e a mímica. Permeado pelo uso de máscaras, o jogo torna-se uma grande representação com a construção de diversos personagens. Incluem-se nesta categoria as interpretações teatrais e dramáticas. *Mimicry* é invenção incessante.

Ilinx – Esta categoria refere-se à busca da vertigem e do êxtase, consistindo em romper, por algum instante, a estabilidade da percepção e da consciência por um pânico voluptuoso: “em qualquer caso, se trata de alcançar uma espécie de espasmo, de transe ou de perturbação dos sentidos que provoca a anulação da realidade por algo brusco que se torna superior” (1990, p. 58).

A partir, então, de Huizinga, Caillois e Prigogine tentarei agora caracterizar o jogo, nos termos de Bergson, como virtualidade. Para isso, volto ainda a Huizinga.

Na obra de Huizinga há uma série de interessantes relatos do jogo nas civilizações mais diversas. Contudo, o autor deixa bem claro que o jogo tem uma dimensão irreduzível e indefinível; em ocasiões, ele a chama de “instinto lúdico”, “elemento lúdico”, “qualidade lúdica”, “caráter lúdico”, dimensão essa que reside no jogo e está em íntima relação com outras formas da vida social. Para ele a existência do jogo não está ligada a qualquer grau determinado de civilização, ou a qualquer concepção do universo; **ele possui uma realidade autônoma, mesmo que sua língua não possua um termo geral capaz de defini-lo.** Aqui os termos entretenimento, prazer, agrado e alegria fazem parte do conceito, mas, para Huizinga (2004), **o lúdico resiste à tentativa de redução a outros termos, inclusive, riso, loucura, piada, gracejo e tantos outros.** “Reconhecer o jogo, então, é, forçosamente, reconhecer o espírito, pois o jogo, seja qual for sua essência não é material. Ultrapassa, mesmo no mundo animal, os limites da realidade física” (2004, p. 9). O conceito de jogo deve permanecer, segundo Huizinga, distinto de todas as outras formas de pensamento através das quais exprimimos a estrutura da vida espiritual e social.

Se a dimensão lúdica do jogo exerce plenamente sua função, como autêntica força criadora, ele pode ser pensado também como devir, ou ainda como uma virtualidade que se atualiza, agora nas palavras de Bergson. O jogo como virtualidade talvez pudesse ser pensado como a dimensão lúdica de Huizinga. Assim, talvez haja entre os jogos diferença de graus, mas as diferenças de natureza (as verdadeiras, conforme Bergson) estão na sua duração. Como

virtualidade, ele se atualiza incessantemente, não por semelhança e limitação ou eliminação e sim por diferença ou divergência e criação.

As linhas divergentes, rizomáticas, nas palavras de Deleuze e Guattari, ou bifurcadas e irreversíveis⁷, nas palavras de Prigogine, segundo as quais se atualiza o jogo, poderiam ser, também, entre outras, as que foram apontadas por Caillois: jogos de competição, azar, simulacro e vertigem. Haveria, ainda, as formas (materiais, extensivas) dessemelhantes que a virtualidade utiliza em cada linha para sua atualização. Poderiam ser, entre outras, as apontadas também por Caillois. Numa primeira direção, as formas culturais e sociais, à margem do mecanismo social – e aqui podemos incluir nos jogos propriamente ditos, aqueles que conhecemos por este nome, sejam de crianças ou adultos. A segunda direção estaria em algumas formas de institucionalização: aqui não haveria a consciência de jogo como tal, mas estariam sendo institucionalizadas algumas das diferenças inerentes ao jogo como virtualidade. A terceira direção, como definida pelo autor, diz respeito às formas de corrupção do espírito do jogo. Poderíamos, então, tomar essas três direções como formas de atualização do jogo.

Pensando nesses termos, no interior das tipologias propostas pelos autores já citados, e na tendência de cada jogo, talvez se pudesse perceber as tendências dos outros jogos, todos como modos de agir do jogo virtual, que é seu modo de ser. Assim,

Agôn (competência): culturalmente se atualizaria no esporte, e institucionalmente na concorrência comercial, nos exames e nos concursos; sua corrupção estaria em atualizações da violência, da manha e do desejo de poder.

Alea (sorte): culturalmente se atualiza nas loterias, nos cassinos, nos hipódromos e nas apostas mútuas, institucionalmente, na especulação da Bolsa de Valores; sua corrupção estaria na superstição, na astrologia, etc.

Mimicry (simulacro): culturalmente se atualiza no carnaval, no teatro, no cinema, no culto dos astros; institucionalmente, no uniforme, na etiqueta, no cerimonial e nas técnicas de representação; sua corrupção estaria em atualizações da alienação e no desdobramento de personalidade.

⁷ Se bem hoje é possível isolar sistemas dinâmicos simples e verificar as leis da mecânica quântica clássica, elas correspondem a simplificações e idealizações. Prigogine (1996) afirma que em todos os níveis encontramos instabilidades e bifurcações. Nessa perspectiva ele se pergunta por que durante tanto tempo o ideal da física esteve associado à certeza, à denegação do tempo e da criatividade.

Ilmix (vertigem): culturalmente se atualiza no alpinismo, no *ski*, nas acrobacias, na velocidade; institucionalmente, em profissões cujo exercício implica o controle da vertigem; sua corrupção estaria no alcoolismo e nas drogas.

Como lembra Deleuze (1999), a diferenciação criativa não é só entre o virtual de que se parte e os atuais aos quais se chega: há também diferença entre as linhas complementares segundo as quais a atualização se faz. A virtualidade deve ser concebida como um excesso “preso” à forma atual, algo que, por exigência de criação, ao se fazer sentir, “empurra” a forma para um novo devir, gerando novas virtualidades.

O jogo é uma multiplicidade virtual, e o que se atualiza são algumas de suas propriedades intrínsecas. É claro que assim estou admitindo como jogo também as suas formas desviantes, coisa que nunca seria aprovada por Huizinga. Entre as formas culturais, institucionais e corruptas ainda há jogo sim, pois algo de sua virtualidade permanece. **Desde tal perspectiva, o jogo corrupto poderia ser aquele que mais oferece resistências a novas virtualizações.**

É importante pensar como jogo inclusive aquele que foi chamado de corrupto e de falso jogo, até para compreender o que muda, segundo Huizinga, a partir do século XIX, e principalmente na pós-indústria, segundo Flusser.

Competência, sorte, mímica e vertigem, como pensadas por Callois, precisariam ser reavaliadas a partir de uma outra característica do jogo que é a de combinar materiais, tempos e espaços, relatos, etc., combinação essa que hoje pensaríamos como montagem, uma forma de experiência lúdica própria da indústria e, principalmente, da pós-indústria.

Combinar e montar são as ações fundamentais em jogos de estratégia. Embora muitos jogos apresentem também o espírito de competição ou de vertigem, e inclusive mímica e algo de sorte, a estratégia ou capacidade de combinar e montar é uma espécie de jogo contra o jogo. O xadrez, por exemplo, seria um jogo entre dois adversários ou seria um jogo dos dois para esgotar as jogadas possíveis? Algo semelhante é o que me faz pensar o filósofo alemão Hans-Georg Gadamer (1997) quando afirma que todo jogador é um ser-jogado.

O atrativo do jogo, a fascinação que ele exerce, reside justamente no fato de que o jogo se assenhora do jogador. Mesmo quando se trata de jogos em que se procura preencher tarefas de auto-aposta, é o risco de saber se “vai”, se “dá certo” e se

“voltará a dar certo” que exerce o atrativo do jogo. Quem tenta dessa maneira é, na verdade, o tentado (GADAMER. 1997, p. 181).

Desde a característica da montagem, o jogo poderia ter suas formas culturais e sociais atualizadas em jogos como os legos e os quebra-cabeças, os relatos, as narrações, os contos, etc. Algumas de suas formas de institucionalização seriam, por exemplo, a metrópole (com suas heterocronias e heterotopias), a montagem industrial e posteriormente a montagem técnica expandida. Entre suas formas de corrupção poderíamos citar estratégias de dominação (sistemas políticos de dominação, estratégias de guerra suja, etc).

“Os jogos são nosso terreno ontológico, e toda futura ontologia é necessariamente teoria de jogos”
Vilém Flusser

Um outro viés pelo qual quero cercar o conceito de jogo nessa construção que faço é o da ontologia. Se já Huizinga constatava o excesso de jogo, “desconcertante e contraditório”, no século XX, o filósofo tcheco Vilém Flusser (1920-1991), parece concordar com ele, assinalando uma nova fase do jogo nesse século. Flusser debruçou-se, em suas obras, também sobre o *homo ludens*, mas particularmente no que ele chama de pós-indústria.

Interessam-me muito em Flusser justamente suas considerações a respeito da sociedade pós-industrial, na qual a máquina fabril perde para os aparelhos a dinâmica da cultura. Aparelhos já vêm com programas, que o autor chama metaforicamente de *softwares*; eles desafiam os usuários a uma espécie de jogo contra o aparelho, no qual o jogador pode submeter-se ao programa como um “funcionário” ou pode “experimentar” obter uma “informação” não programada.

No livro *Pós-história: vinte instantâneas e um modo de usar* (1983), Flusser destaca duas fortes passagens com efeitos ontológicos na história: a passagem da sociedade agropecuária para a industrial e a passagem da sociedade industrial para a pós-industrial. O camponês, o operário e o funcionário vivenciam a realidade de maneiras muito diferentes. Embora encontremos camponeses e operários na sociedade pós-industrial, a maioria é de funcionários administrativos e atualmente, como nas épocas anteriores, a maioria marca uma nova ontologia, isso quer dizer que muda a experiência, a visão e a ação da sociedade. “Para a sociedade agropecuária ‘teoria’ era a visão de formas imutáveis. Na sociedade industrial ‘teoria’ era a elaboração de sempre novos modelos. Na sociedade pós-industrial ‘teoria’ será muito provavelmente estratégia de jogos”. (1983, p. 39) A sociedade pós-industrial, portanto, introduz novas perguntas e muda a forma em que captamos nossa existência na sociedade, como explica o filósofo.

Tomamos jogos por modelos preferenciais de conhecimento e de ação, e tomamos a teoria dos jogos como “meta-teoria”. Isto é constatável em toda parte, e sobretudo na maneira pela qual nos encontramos na sociedade. Não

mais captamos nossa existência social como se fôssemos rodas de engrenagem, nem como se fôssemos órgãos, mas como se fôssemos peças de jogo. Os problemas sociais não mais se apresentam sob a forma: quais as forças que movem a sociedade? Nem sob a forma: quais propósitos motivam a sociedade? Mas sob a forma: quais as estratégias que estão em jogo? Agimos como jogadores jogados (FLUSSER. 1983, p. 105-106).

O funcionário descrito por Flusser “está sentado detrás da escrivaninha, e recebe papéis cobertos de símbolos (letras e algarismos) que lhe são fornecidos por outros funcionários. Arquia tais papéis, e cobre outros com símbolos semelhantes, para fornecê-los a outros funcionários ainda” (1983, p. 35). Para o autor, o funcionário recebe, armazena e produz símbolos. Trata-se de um mundo codificado, no qual se verifica uma inversão simbólica interessante, como, por exemplo, na identificação do sujeito do passaporte quando de sua apresentação no guichê: nesse momento e lugar, o passaporte significaria o portador; mas esse significado é invertido para o funcionário, pois, para ele, a pessoa concreta é a que dá significado ao passaporte.

Para o funcionário, viver significa funcionar dentro de um aparelho que lhe confere seus direitos; ele não é conservador nem revolucionário⁸: o funcionário funciona. Se o aparelho lhe negar seus direitos é que foi mal programado e está funcionando mal, deve ser consertado. “O funcionário é formalista pela *ontologia* que o domina” (1983, p. 35).

Os programadores seriam, para Flusser, homens “novos”, que não existiam em sociedades precedentes. Estes, “Assumem-se jogadores com programas, para os quais o que conta não é a modificação do mundo, mas o jogo. A realidade para eles é jogo de funcionamento” (1983, p. 37-38). Mas os próprios programadores não estariam conscientes de que estão programados para programar.

Para desenvolver estratégias de funcionamento há que definir regras de jogo, regras que ordenam a manipulação dos símbolos. Mas como tanto regras quanto símbolos funcionam melhor por consenso, porque demandam intersubjetividade, o autor diz que talvez a sociedade pós-industrial pudesse não estar necessariamente sob o totalitarismo dos aparelhos se de fato

⁸ Segundo o autor, o camponês seria conservador, e pela ontologia que o dominava, viver era ocupar o lugar justo dentro da ordem do cosmos. O operário seria revolucionário porque para ele viver significava usufruir do resultado de seu trabalho e, quando isso lhe era negado, procurava estabelecer uma mais justa distribuição dos bens.

elaborasse programas a partir de consensos; mas Flusser também reconhece que essa visão é utópica já que, por enquanto, são os aparelhos que nos programam para o consenso.

Flusser parece estar se apoiando na Teoria dos Jogos, embora a transcenda ao reconhecer como fundamental o elemento do acaso diante do cálculo das possibilidades característico dessa teoria. O acaso, nos termos de Flusser, é criador e nisso se assemelha mais à visão da evolução de Bergson, Prigogine e Popper, citada no início deste capítulo. Antes de desenvolver a teoria de Flusser, farei um breve parêntese sobre a chamada Teoria dos Jogos.

A Teoria dos Jogos, a única que foi chamada por esse nome, provém das ciências exatas, mais especificamente das matemáticas. Surgida na década de 1940, utiliza modelos matemáticos para estudar a maneira como os indivíduos interagem e tomam decisões. Diferente da sociologia dos cassinos, das loterias ou dos hipódromos, as matemáticas não analisam a psicologia do jogador, e sim todas as respostas possíveis diante de uma certa situação. É essa a experiência que está na base dos estudos sobre probabilidade, ou seja, o cálculo das combinações possíveis.

A Teoria dos Jogos tornou-se um ramo proeminente da matemática no século XX, especialmente depois da publicação, em 1944, de *The Theory of Games and Economic Behavior* de John Von Neumann e Oskar Morgenstern. Nessa obra, os jogos se classificam em muitas categorias, as quais determinam que método pode ser usado para resolvê-los. Algumas das categorias mais comuns são:

Jogos de soma zero - em que a soma total dos benefícios colhidos por todos os jogadores é sempre igual a zero (ou seja, um jogador só pode ganhar se outro perder). O xadrez e o pôquer são jogos de soma zero porque cada jogador ganha precisamente o que o outro perde. A economia e a política, por exemplo, não são jogos de soma zero porque alguns desfechos podem ser bons (ou maus) para todos os jogadores ao mesmo tempo.

Jogos cooperativos - em que os jogadores podem comunicar-se e negociar entre si, e se contrapõem aos *jogos não-cooperativos*.

Jogos transparentes - em que todos os jogadores têm acesso à mesma informação. O xadrez é um jogo transparente, mas o pôquer não é.

Nesse contexto, mas desde a perspectiva que comecei a introduzir anteriormente, Flusser (1967) define “**jogo**” como **todo sistema composto de elementos combináveis de acordo com**

regras. À soma dos elementos ele chama de “**repertório do jogo**”. A soma das regras seria a “**estrutura do jogo**”. A totalidade das combinações possíveis seria a “**competência do jogo**”. E a totalidade das combinações realizadas seria o “**universo do jogo**”. Teríamos aqui novos movimentos ou linhas de atualização do jogo na pós-indústria: os jogos dos aparelhos.

Entre os curiosamente diferentes exemplos de jogos dados pelo autor estão o xadrez, o pensamento brasileiro, e as ciências da natureza. No caso do xadrez, as peças e o tabuleiro são o repertório; as regras enxadrísticas são a estrutura; todas as partidas jogáveis são a competência; e todas as partidas jogadas são o universo.

O autor faz ainda mais uma distinção entre jogos fechados e abertos. Um jogo estaria “fechado”, quando o repertório e a estrutura estiverem imutáveis, e do contrário estaria “aberto”. O xadrez é um jogo fechado, o pensamento dos brasileiros e as ciências da natureza são jogos abertos. Nos jogos fechados tendem a coincidir competência e universo. Quando isto se dá, o jogo acaba. Teoricamente, todas as partidas enxadrísticas podem ser realizadas, embora isso demore alguns milhões de anos. O universo enxadrístico não poderá mais expandir-se, e acabará o jogo. Para Flusser, isto já aconteceu no caso do jogo da velha, mas também no caso das últimas sínteses hegelianas e marxistas.

Não pode haver jogos infinitamente abertos. Um jogo infinitamente aberto, (um jogo realmente universal) teria um repertório infinito e uma estrutura infinita. **Nesse jogo de jogos hipotéticos haveria uma infinidade de peças, e isto implicaria total injogabilidade.** E haveria uma infinidade de regras, e isto implicaria que tudo é permitido. Isso significa que o jogo universal e inteiramente aberto não teria uma competência infinita, mas que seria totalmente incompetente. O seu universo não seria infinito, mas seria nulo: seria o caos.

Esta consideração do autor reforça a perspectiva de que jogo – inclusive o pensamento brasileiro, as ciências da natureza, a música, a pintura etc. – é sempre, por definição, limitado, ainda que possa ser inesgotável. A limitação de todo jogo garante a especificidade da sua competência. Portanto, a limitação, a regra, faz parte do jogo como virtualidade, faz parte de sua diferença.

Mas jogos também ocorrem em jogos. O xadrez, por exemplo, ocorre num jogo que entre nós é o pensamento brasileiro, e noutros, equivalentes, como é, por exemplo, o do pensamento indiano, de onde surgiu o xadrez. O xadrez implica lances do tipo “tal peça chama-se *torre*, e ela

se movimenta *assim*”, e este lance advém do pensamento indiano. Ou seja, o pensamento indiano é o meta-jogo do xadrez, mas o pensamento indiano não pode ser jogado em tabuleiro, a relação entre jogo e meta-jogo, então, é fundamental mas não é simples. O pensamento indiano não inclui o xadrez e nem todo indiano que pensa sabe jogar xadrez. O que sim é certo é que toda vez que procuramos pela origem de um jogo esbarramos em um meta-jogo. Não é de se estranhar, portanto, que ao longo de minha pesquisa a pergunta sobre o jogo na TV esbarre seguidamente na pergunta sobre os jogos *da* TV, seu meta-jogo; mas assim como as relações entre pensamento indiano e xadrez não são simples, também são complexas as relações entre o jogo *da* TV e o jogo *na* TV. O xadrez pode nos revelar alguma coisa sobre o pensamento indiano, o jogo na TV pode nos revelar alguma coisa sobre o seu meta-jogo, em todo caso essas relações não são de causa-efeito e sim programáticas, de jogos inseridos em meta-jogos.

Na busca pela origem do jogo haveria a possibilidade do que Flusser chama de pensamentos finalísticos, causalísticos ou programáticos.

A *antropologia* finalística considera o homem o ente mais desenvolvido, por ser o mais próximo da meta do desenvolvimento biológico. A antropologia causalística vê no homem uma das espécies do ramo dos primatas, um elo da cadeia causal que estrutura o processo biológico. A antropologia programática vê no homem uma das permutações possíveis da informação genética comum a todos os entes vivos.

Deleuze (1999) critica essas noções (de pensamento finalístico e causalístico) porque elas partem, segundo ele, de uma confusão entre tempo-espaço que faz acreditar que o *todo* está dado, ainda que não de fato. Em tal perspectiva, o *todo* seria calculável em função de um estado, e o *todo* seria determinável segundo um programa.⁹ O autor diz que, se o ser vivo tem uma finalidade, ele a tem na medida em que está essencialmente aberto a uma totalidade também aberta, e assim não se encerra o *todo* ao modo de um organismo, mas é o organismo que se abre a um todo virtual.

É preciso que o *todo* crie as linhas divergentes segundo as quais ele se atualiza, bem como os meios dessemelhantes que utiliza em cada linha. E há finalidade, sim, porque a vida não opera sem direções, mas não há *fim* porque as direções não preexistem; elas são criadas

⁹ Não me parece ser esse o sentido da perspectiva de Flusser, até pela ênfase que o autor dá à presença criadora do absurdo, do inesperado, no desenvolvimento do programa.

simultaneamente à sua atualização. É por isso que **o imprevisto, o acaso, é parte das diferenças existentes no jogo como virtualidade e no programa do aparelho.**

Para Flusser (1983), o acaso vira necessidade, e é isso justamente que caracteriza o programa como sistema.

O que caracteriza programas é o fato que são sistemas nos quais o acaso vira necessidade. São jogos nos quais todas as virtualidades, até as menos prováveis, se realizarão necessariamente, se o jogo for jogado por tempo suficientemente longo. (...) Estruturas tão absurdamente improváveis como o é o cérebro humano surgem necessariamente ao longo do desenvolvimento do programa contido na informação genética (...) ao acaso em determinado momento. Obras tão maravilhosas como o é “As bodas de Fígaro” surgem necessariamente ao longo do desenvolvimento do programa contido no projeto inicial da cultura ocidental, embora seja absurdo querer procurar por elas nesse projeto inicial, por exemplo na música grega. É que, embora se tornem necessárias, tais realizações ao longo do jogo, surgem ao acaso. O conceito fundamental da visão programática é pois o *acaso*. Isto é o que é novo (1983, p. 28).

Esta necessidade de sair do pensamento finalístico e causalístico para dar lugar ao **acaso**, é desafio epistemológico e estético, mas é, sobretudo, **desafio político**, pois na política o único pensamento apropriado parece ser o finalístico. O desafio representado então pela visão programática, segundo Flusser, está na necessidade de **aprendermos a pensar a-politicamente**, se quisermos preservar a liberdade. Isto é paradoxal, mas se continuarmos a pensar finalisticamente na política, se continuarmos a procurar os motivos por detrás dos programas que nos regem, cairemos fatalmente vítimas da programação, a qual prevê precisamente tais tentativas de “desmitização”.

A própria programação humana vai sendo programada por aparelhos e determinados programadores se julgam, subjetivamente, “donos” das decisões e dos aparelhos. Mas, na realidade não passam de funcionários programados para assim se julgarem. A crítica aceita, ingenuamente, tal visão ingênua e programada dos programadores e torna-se, ao fazê-lo, ela própria função dos programas. Ambos, programadores e críticos vão sendo recuperados pelos aparelhos. “A liberdade morrerá se continuarmos a pensar politicamente, e a agir em função de tal pensamento” (FLUSSER, 1983, p. 31).

Devemos **captar os programas em sua concreticidade cretina**, a de um **funcionamento programado absurdo**, a fim de podermos compreendê-los e dessa forma **inserir-los em meta-programas**. **O paradoxo é que tais meta-programas são jogos igualmente absurdos**. Se quisermos emancipar-nos do funcionamento, o que devemos aprender então é a admissão do absurdo: a liberdade é concebível apenas enquanto jogo absurdo com os aparelhos¹⁰. Mas isso é concebível apenas depois de termos assumido a política, e a existência humana em geral, enquanto jogo absurdo. Sermos jogadores ou peças do jogo depende de aprendermos em tempo a sermos tais jogadores. Aprendermos a ser jogadores ou agir politicamente poderia ser o que Deleuze e Guattari (1996) chamam de acreditar no mundo: "Acreditar no mundo significa principalmente suscitar acontecimentos, mesmo pequenos, que escapem ao controle, ou engendrar novos espaços-tempos, mesmo de superfície ou volumes reduzidos" (DELEUZE, GUATTARI, 1996, p. 18).

Um dos exemplos mais claros, que Flusser retoma diversas vezes como mostra do programa que produz a sociedade pós-industrial, é o programa da cultura ocidental que dele resultou: Auschwitz, um típico jogo corrupto.

A cultura ocidental, como um todo, se revela como projeto que visa transformar-se em aparelho. O que caracteriza o Ocidente é sua capacidade para a transcendência objetivante. Tal transcendência permite transformar todo fenômeno, inclusive o humano, em objeto de conhecimento e de manipulação. O espaço de tal transcendência se abriu graças ao judeu-cristianismo, e resultou, no decorrer da nossa história, em ciência, em técnica, e, ultimamente, em Auschwitz. A objetivação derradeira dos judeus em forma de cinza é derradeira vitória do espírito de Ocidente. É ela a *técnica social* levada ao extremo (FLUSSER, 1983, p. 14-15).

Embora a história do Ocidente ainda não acabou, e o jogo ocidental continue, nem todas as virtualidades do jogo desse programa foram atualizadas, ainda que estejam infectadas pelos aparelhos. "Por isto se tornou atualmente impossível engajarmo-nos no progresso da cultura. Seria engajarmo-nos no nosso próprio aniquilamento" (FLUSSER, 1983, p. 15). O que nos resta, segundo o autor, é **analisarmos o evento Auschwitz** em todos os detalhes, para descobrirmos o

¹⁰ Prigogine (1996, p. 196) lembra que Einstein recusou aceitar o acaso como única resposta a nossas perguntas. O acaso puro é tanto uma negação de nossa exigência de compreender o mundo quanto o determinismo o é. O autor se coloca em um caminho "estrito" entre essas duas concepções que levam à alienação: a de um mundo regido por leis que não deixa lugar para a novidade e a de um mundo absurdo, acasual, onde nada pode ser previsto nem descrito.

projeto fundamental que lá se realizou, pela primeira vez, **para podermos nutrir a esperança de nos projetar fora do projeto**. Fora da história do Ocidente.

O jogo seria, para Flusser, uma resposta humana à seriedade cética da vida e da morte. Enquanto jogador rebela-se o homem contra essa seriedade. E **é tanto mais rebelde quanto de mais jogos participa**. Esta é a dignidade do homem: distinguir-se dos aparelhos que criou, no curso dos seus jogos, pela sua **capacidade de constantemente abrir, desvendar, seus jogos**.

Um dos resultados do jogo de alguns aparelhos da pós-indústria, segundo Flusser, são as imagens técnicas: imagens produzidas por aparelhos. O aparelho fotográfico – a “caixa preta”, como ele costuma chamar esse e todos os outros aparelhos – é seu objeto de reflexão no Livro *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia* (2002). A pós-indústria exige adentrar no funcionamento dos aparelhos, brinquedos que simulam um tipo de pensamento. Flusser parte do aparelho fotográfico, mas entende que suas afirmações em relação a esse aparelho podem ser aplicadas a todo e qualquer aparelho.

O autor chama atenção especialmente para a prática dos **fotógrafos experimentais**, porque eles sabem que **sua práxis é dirigida contra o aparelho**. Eles tentam obrigar o aparelho a produzir imagem informativa que não está em seu programa. Para o autor, na filosofia da fotografia (e dos aparelhos em geral), o que está sendo discutido é o problema da liberdade. Segundo ele, há urgência de uma filosofia da fotografia para que a práxis fotográfica seja conscientizada nos seguintes termos:

A conscientização de tal práxis é necessária porque, sem ela, jamais captaremos as aberturas para a liberdade na vida dos funcionários dos aparelhos. Em outros termos: a filosofia da fotografia é necessária porque é reflexão sobre as possibilidades de se viver livremente num mundo programado de aparelhos (FLUSSER, 2002, p. 76).

As imagens fotográficas (cinematográficas, televisivas...) são produzidas por aparelhos, que informam, simulam órgãos, são manipulados por pessoas e servem, segundo Flusser, a interesses ocultos. São produtos industriais que apontam para além do industrial: **objetos do mundo pós-industrial que não podem ser lidos com categorias industriais**, por isso o *end of game* das teorias que explicavam a sociedade industrial.

Os que jogam com o brinquedo (aparelho fotográfico, televisivo...) agem em prol do esgotamento do programa e em prol da realização do universo (fotográfico, televisivo, etc.), esforçam-se por **descobrir potencialidades ignoradas**. Brincam, porque eles procuram novos lances, como o enxadrista; não estão preocupados em modificar o mundo, e sim em obrigar o aparelho a revelar suas potencialidades. Brincar com o aparelho envolve os elementos característicos do jogo, como propostos por Huizinga: tensão, incerteza, acaso; esforço para levar o jogo até o desenlace; a pretensão do jogador de “ganhar” à custa de seu próprio esforço.

Para Flusser, “as imagens tradicionais imaginam o mundo; as imagens técnicas imaginam textos que concebem imagens que imaginam o mundo” (2002, p. 13). É decisivo aqui, compreender a condição das imagens técnicas: o autor enfatiza que as vemos como se seu significado estivesse escrito nas suas superfícies, como se em vez da imagem estivéssemos vendo seu significado, e como se esse significado não precisasse ser decifrado.

O caráter aparentemente não-simbólico, objetivo, das imagens técnicas faz com que seu observador as olhe como se fossem janelas, e não imagens. O observador confia nas imagens técnicas tanto quanto confia em seus próprios olhos. Quando critica as imagens técnicas (se é que as critica), não o faz como imagens, mas como visões do mundo (FLUSSER, 2002, p. 14).

Talvez seja mais produtivo, agora, olhar para esse erro – esse que cometemos diante das imagens técnicas – mais uma vez na perspectiva de Bergson: **haveria na imagem técnica uma diferença de natureza, ou de grau, em relação à imagem tradicional?** Certamente **a diferença seria de natureza**. Mas **olhamos para ela como se simplesmente existisse uma diferença de grau**, diferença que existe entre os objetos e as imagens tradicionais. Mas a imagem técnica tem uma outra natureza. O aparelho fotográfico é um corpo programado para perceber e que tem uma memória, uma memória-hábito, só – que é aquela que realiza o *input* e o *output* – ainda que a imagem técnica seja resultado da percepção, da memória e da ação do funcionário, todos estão sujeitados àquela memória-hábito.

O fotógrafo experimental precisa de uma outra percepção, que requer a memória-lembrança, e sua imagem técnica é sua vitória sobre o corpo e a memória do aparelho. Uma ação que transcende as necessidades imediatas do aparelho e do próprio fotógrafo. Correspondem à

sua necessidade de brincar: derrotar o programa do aparelho e produzir uma informação, um resultado não programado.

Imagens técnicas devem ser explicadas, contadas, porque, se representam o mundo para as pessoas, simultaneamente se interpõem entre as pessoas e o mundo.

Os aparelhos são caixas pretas que são programadas para devorarem *sintomas* de cenas, e para vomitarem tais sintomas em forma de imagens. Os aparelhos *transcodam* sintomas em imagens. O programa dos aparelhos provém dos textos: por exemplo, das equações da química e da ótica. De maneira que os aparelhos transcodam sintomas em imagens em função de textos. São caixas que devoram história e vomitam pós-história (FLUSSER, 2002, p. 101).

Com isto Flusser, não quer dizer que a **história** pare ou deixe de desenvolver-se. Pelo contrário: ela **rola mais rapidamente que antes, porque está sendo sugada para o interior do aparelho**. Os eventos se precipitam rumo ao aparelho com rapidez acelerada, porque estão sendo sugados e parcialmente provocados pelo aparelho. No caso da televisão, “A história toda, política, arte, ciência, técnica, vai dessa forma sendo incentivada pelo aparelho, a fim de ser transcodada no seu oposto: em programa televisionado. O aparelho se tornou a meta da história” (FLUSSER, 2002, p. 102). Passa ele a ser represa do tempo linearmente progressivo. A plenitude dos tempos. História transcodada em programa torna-se eternamente repetível. A história transcodada, a história dentro do aparelho, a história eternamente repetível, mudou de natureza é já a pós-história. Quem estiver programado pelas tecnoimagens vivencia e conhece a realidade *magicamente*. Como contexto de situações, tal magia está baseada em programas, ou seja, em prescrições.

Desse modo, a **atual contra-revolução das tecnoimagens** é superável apenas, segundo Flusser, graças à faculdade nova, a ser desenvolvida, e que pode ser chamada **“tecnoimaginação”**: **capacidade de decifrar tecnoimagens**. É um passo atrás das tecnoimagens, em direção à programação; não é um passo à frente em direção à conceptualização, características dos textos, nem crítica da história, aquela que procura por motivo atrás das tecnoimagens. A capacidade de decifrar tecnoimagens tem a ver com o pensamento formal, tal como este vai se estabelecendo na informática, cibernética, e na teoria dos

jogos. Se não conseguirmos dar esse passo rumo ao “nada” (“estrutura ausente”), jamais poderemos emancipar-nos do pensamento e da ação programados por tecnoimagens.

A faculdade nova para a qual alerta Flusser em certa forma e com outras palavras foi destacada também por Derrida e McLuhan. Para Derrida (1998, p.171), *“mirar televisión es en particular una tarea política, a causa de los efectos que genera en el escenario político, pero también porque debo comprender cómo se hace, cómo se fabrica, quién tiene el poder, quién escoge, cuáles son las relaciones de fuerza, etcétera”*.

Já McLuhan (2005) enfatizava a necessidade urgente de treinar a percepção. Para o autor, somos a primeira geração humana a sentir necessidade de examinar o que ocorre debaixo de nosso nariz em vez de ficar olhando para o espelho retrovisor. McLuhan (p. 127) afirma que “pela primeira vez na história humana, existem mais informações e dados fora da sala de aula ou da escola do que dentro delas”. E se pergunta “Qual seria, pois o futuro da educação num mundo em que as produções de informação se inverteram?”. Para McLuhan, essa inversão teria que inverter também a função do ensino, trocando a função de instruir pela de descobrir. “A função do estabelecimento de ensino é treinar a percepção do ambiente exterior em vez de, meramente, reproduzir informação (...) Nunca tivemos um sistema educacional programado para treinar a percepção do mundo exterior, e passar para esse tipo de atividade criará um trauma ou choque considerável” (MCLUHAN, 2005, p. 127), alerta o autor.

A partir destas últimas considerações, sugiro mais uma linha de atualização do jogo, que se faz na experiência de descobrir e perceber. Ela teria sua forma cultural ou social nos jogos de esconder/ procurar e nos jogos de apontar diferenças, entre outros; sua forma institucional estaria na ciência, pesquisa, arte, tecnoimaginação. E sua corrupção, no sensacionalismo, no abuso dos direitos autorais e de propriedade.

Movimentemo-nos agora cada vez mais radicalmente na direção de meu objeto de pesquisa, porquanto o jogo se atualiza na pós-história em aparelhos dotados de programas, e o faz particularmente em aparelhos programados para produzir imagens técnicas, sendo que um desses aparelhos é a televisão. Na perspectiva que estou adotando, no entanto, **a TV é ela também uma virtualidade, uma duração, uma multiplicidade virtual**, que se atualiza de diversas formas e tem uma dimensão irredutível e passível sempre de novas atualizações. É desse aparelho –

lembrando que segundo Flusser, aparelhos não trabalham, jogam – que tentarei me aproximar nas páginas a seguir.

A história sugada para dentro do aparelho, chamada por Flusser de pós-história adquire novos sentidos na televisão. Para Machado (1990), por exemplo, a TV penetrou tão profundamente na vida política das nações, “que nada mais lhe pode ser ‘exterior’, pois tudo o que acontece de alguma forma pressupõe a sua mediação, acontece portanto para a tevê. Aquilo que não passa pela mídia eletrônica torna-se estranho ao conhecimento e à sensibilidade do homem contemporâneo” (MACHADO, 1990, p. 8). De modo semelhante, Bucci (2004) afirma que a televisão não mostra ou traz lugares de longe para muito perto, “a televisão é um lugar em si. Do mesmo modo, ela não supera os abismos de tempo entre os continentes com suas transmissões na velocidade da luz: ela encerra um outro tempo” (BUCCI, 2004, p. 31).

Talvez o fato de a TV ser um aparelho complexo, uma virtualidade em permanente atualização, faça com que ela não tenha sido suficientemente compreendida apesar de seus mais de 60 anos de história e de toda a produção acadêmica que existe sobre ela. Além disso, a grande opacidade de suas imagens mantém o programa do aparelho escondido atrás de uma aparente grande transparência, como se elas, as imagens técnicas, e o aparelho, fossem janela para o mundo, o que se constitui em um sério problema de conhecimento reconhecido por diversos autores.

Entre outros, Arlindo Machado (2000) afirma que a **televisão permanece o mais desconhecido dos sistemas de expressão de nosso tempo**, e Wolton (1996), que **existe, na televisão de massa, uma grandeza e uma estética insuficientemente percebidas**, cuja complexidade é comparada por Barbero e Rey (2001) com a forma das metrópoles modernas. Segundo eles, o fluxo televisivo constitui a metáfora mais real do fim dos grandes relatos pela equivalência de todos os discursos. Lúcia Santaella (1990), a sua vez, acredita que o potencial de aprofundamento da percepção da TV seja tão grande que, para enxergá-la, é preciso entender o modo como essa linguagem se articula e transforma os mecanismos de apreensão e reação diante da realidade.

A televisão oferece algumas resistências a esses processos de percepção, de adentrar o vídeo, sendo necessário para isso a dissecação das imagens televisivas em fluxo. A metáfora da dissecação do cadáver, inspirada em Leonardo da Vinci, citada por Kilpp (2003), implica dizer

que para **adentrar a telinha** e ultrapassar os teores conteudísticos da TV – que nos cegam e ensurdecem em relação aos procedimentos técnicos e estéticos que são o modo *sui generis* da mídia produzir sentido – **é preciso matar o fluxo, desnaturalizar a espetação, intervir cirurgicamente nos materiais plásticos e narrativos**, cartografar as molduras sobrepostas em cada panorama e verificar quais são e como elas estão agindo umas sobre as outras, reforçando-se ou produzindo tensões. Estes procedimentos tornam-se necessários porque a imagem em movimento é “discretamente discreta”, como explica Stiegler (1998). “*En efecto, la imagen analógico-digital es el inicio de una discretización sistemática del movimiento*, es decir, también un vasto proceso de *gramaticalización de lo visible*” (STIEGLER, 1998, p. 183).

Para o autor, há uma generalização dessa discretização no domínio das imagens animadas e quanto mais discretas mais atuam sobre nós oferecendo sentidos que nem sempre percebemos. Portanto, quando retiramos as imagens-movimento de seu fluxo estamos produzindo, nas palavras de Deleuze (1984, p. 9-10), “cortes imóveis + tempo abstrato”, fórmula que se opõe a uma outra: “movimento real → duração concreta”. Para o autor, por mais que se tente dividir e subdividir o tempo, o movimento se fará sempre numa duração concreta; cada movimento terá, portanto, sua própria duração qualitativa, o que faz que ambas as fórmulas sejam irreduzíveis e opostas.

Deleuze ainda define enquadramento como a determinação de um sistema fechado, relativamente fechado, que compreende tudo o que está presente na imagem, cenários, personagens, acessórios. Para ele, se vemos muito poucas coisas numa imagem é porque não sabemos lê-la bem, avaliamos mal tanto a sua rarefação quanto a sua saturação.

O quadro constitui, portanto, um conjunto que tem um grande número de partes, isto é, de elementos que entram, eles próprios, em subconjuntos. Podemos operar nele uma redução. Evidentemente, as próprias partes são também imagem. (...) O quadro é, portanto, inseparável de duas tendências - a saturação ou a rarefação. (...) em ambos os extremos, rarefação ou saturação, o quadro nos ensina desse modo que a imagem não se dá apenas a ver. Ela é tão legível quanto visível. O quadro tem essa função implícita de registrar informações não apenas sonoras, mas visuais. (...) Haverá uma pedagogia da imagem, especialmente com Godard, quando esta função for levada a se explicar, quando o quadro passar a valer enquanto superfície opaca de informação, ora perturbada pela saturação, ora reduzida ao conjunto vazio, à tela branca ou negra (DELEUZE, 1984, p. 22-23).

O limite do quadro, para o autor pode ser matemático ou dinâmico: ou como condições para a existência dos corpos cuja essência os limites vão fixar, ou como algo que se estende precisamente até onde vai a potência do corpo existente.

Derrida (1998), afirma que uma das **dificuldades em compreender a TV está na natureza das imagens televisivas**. Elas **dão a impressão de invasão do olhar, apresentando-se como globais e indissociáveis**, mas na realidade não o são. Elas podem ser recortadas, fragmento de segundo por fragmento de segundo. Para chegar aos significados e apreender o alfabeto das imagens, devemos aprender a discernir, compor, colar, montar. Mais ainda, o autor, aponta a TV como um olhar que percebe imagens abrindo um novo tipo de fenômenos, construindo um mundo próprio.

En todo lo que mencionamos aquí con el nombre de imagen, teletecnología, pantalla de televisión, archivo, hay una tendencia un poco excesiva a hacer como si todo esto estuviera en representación: un conjunto de objetos, cosas que vemos, espectáculos frente a nosotros, dispositivos de los que podríamos disponer. (...) allí donde están esos espectros, somos mirados, nos sentimos o creemos mirados. Esta disimetría lo complica todo. La ley, la conminación, el orden, lo performativo se imponen sobre lo teórico, lo constatativo, el saber, el cálculo y lo programable. (...) Ese flujo de luz que me embarga, me inviste, me invade, me envuelve, no es un rayo de luz sino la fuente de una visión posible: desde el punto de vista del otro. (...) El “efecto de real” obedece aquí a la irreductible alteridad de otro origen del mundo; es otro origen del mundo. Lo que aquí llamo mirada, la mirada del otro, nos es simplemente otra máquina para percibir imágenes, es otro mundo, otra fuente de fenomenalidad, otro punto cero del aparecer. (...) y no es únicamente un punto de singularidad, es una singularidad a partir de la cual se abre un mundo (DERRIDA, 1998, p.152-153).

A nova ordem de fenômenos assinalada por Derrida poderia ser relacionada com uma certa qualidade cinematográfica reconhecida por Eisenstein (2002) muito antes do surgimento da TV. Para o autor, havia já uma qualidade cinematográfica em obras realizadas antes do invento do cinema¹¹, e para falar do cinema que existiu antes do cinema e que continua a existir fora dele,

¹¹ Para Eisenstein o cinema foi inventado bem antes do próprio cinema porque a montagem já existia na pintura, no teatro, no desenho, na prosa e na música. “O poeta escreve com planos de cinema e monta seu poema assim como o realizador monta seu filme, formando uma nova idéia a partir da fusão/colisão de planos independentes” (EINSESTEIN, 2002, p. 8).

o autor criou algumas palavras como “cinematismo” e “imagicidade”. Eisenstein criou também palavras para designar o cinema que existe dentro do cinema, isto é, o propriamente cinematográfico.

Para o cineasta russo, a invenção do cinema teria permitido pensar melhor as leis que governam a construção da forma numa obra de arte. Em certo sentido, McLuhan (2005) afirma algo semelhante a Eisenstein ao dizer que é quando um novo veículo entra em cena que nos tornamos conscientes das características básicas dos veículos mais antigos, tornando as mídias anteriores mais inteligíveis e mais úteis, dando-nos uma consciência maior do controle que temos sobre ela. Para conseguir essa nova percepção seja da forma numa obra de arte, seja das mídias anteriores, Eisenstein (2002, p. 9) sugere que usemos como ponto de partida as características particulares de seu processo de montagem. O jogo da imagicidade seria basicamente um jogo de montagens de quadros, anterior, posterior e dentro do cinema, que adquire uma nova natureza na TV.

A partir de Eisenstein, então, podemos pensar na **TV que está dentro da TV: uma montagem técnica que é inaugurada por ela como sua própria natureza**, e que também mostra a presença dessa imagicidade da TV nas montagens anteriores.

A TV compartilharia com o cinema e com outras formas de montagem, sua imagicidade, dimensão audiovisual irreduzível a uma mídia específica, mas essa audiovisualidade, virtualidade que se atualiza nas mídias, teria uma forma específica de se atualizar na TV, que seria o propriamente televisivo.

Kilpp (2003) cartografa a televisão dentro da indústria da cultura, apontando quatro situações que atualizam a visão da Escola de Frankfurt. A primeira inscreve a televisão dentro da indústria como produtora de mercadorias culturais (novelas, séries, programas, *spots*, jornalismo, formatos de programas – no caso desta pesquisa, dos jogos televisivos). Aqui, as regras do jogo seriam a compra, venda, importação e exportação de mercadorias, regras de produção.

Uma segunda situação insere a TV na indústria da cultura numa posição estratégica como vitrinização das mercadorias produzidas pela indústria, um grande *shopping center*, lugar de consumo mais do que lugar de produção. As regras deste jogo seriam as do consumo.

A situação terceira inscreve a televisão como uma indústria *sui generis*, uma espécie de usina de reciclagem de restos culturais, que seriam coletados na cultura mesma ou nos confins

dos campos sociais (que podem ser pensados também como restos) e transformados pela tevê em produtos culturais televisivos.

Por último, a quarta situação, inscreve a televisão na indústria da cultura como produtora de mercadorias *sui generis*: molduras, moldurações e *ethicidades* televisivas. Nesse caso não importaria o lugar de produção das mercadorias, pois a TV enuncia para elas, pelos modos como as moldura, sentidos *éticos* originais. A TV torna-se o lugar da dissolução dos sentidos sólidos da modernidade.

A terceira e quarta situações precisam ser mais desenvolvidas pela importância que elas têm nesta pesquisa para definir e descobrir o propriamente televisivo.

Em relação à **TV como usina de reciclagem de restos culturais**, lembraria aqui duas interpretações diferentes. A tevê, segundo Duarte Rodrigues (1990), como todo o campo dos *media*, realiza rituais de reciclagem de modalidades expressivas e pragmáticas. Trata-se de modalidades que procuram no fundo arcaico da pré-modernidade, desenterrando-as da memória e reciclando-as de acordo com as regras dessacralizante da modernidade¹².

A componente mais habitual deste fundo mítico provém, por conseguinte, das instituições antigas, em particular do religioso, do guerreiro, do familiar, do político, do jurídico e do científico. É a partir deste seu retorno *ao campo dos media* que os mais antigos mitos são hoje relançados no espaço público. Para se prestar, no entanto, a esta reciclagem mediática um determinado fundo mítico primitivo tem de ser submetido a um processo específico de esquecimento e ocultação, de modo a estabelecer-se com ele não uma relação de rememoração actualizante como nos processos rituais das respectivas instituições de origem, mas de reminiscência. Sem este processo de ocultação não poderia gerar-se um processo de anamnese ritualizante de que depende a mais-valia simbólica de que se alimenta em permanência a própria legitimidade do *campo dos media*, como legitimidade distinta da dos campos de origem deste fundo mítico (DUARTE RODRIGUES, 1990, p. 154).

Uma segunda forma de entender a reciclagem de restos, podemos pensá-la a partir de Walter Benjamin. Benjamin aborda em *Experiência e Pobreza* (1996) as razões da desaparecimento das formas tradicionais da narrativa pelo empobrecimento da experiência que, segundo o autor,

¹² Um claro exemplo disto é o reaquecimento do confessionário católico nos *reality shows*. Sobre esse tema conferir artigo O confessionário *reality* de *Big Brother Brasil*. KILPP, Suzana. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo. Volume XXVII, nº 2, julho/dezembro de 2004. PP 11-29.

culminaram com as atrocidades da Grande Guerra. **“Os sobreviventes que voltaram das trincheiras, voltaram mudos. Por quê? Porque aquilo que vivenciaram não podia mais ser assimilado por palavras”** (BENJAMIN, 1996, p. 115). **Benjamin constata que essa pobreza de experiência não é mais privada e sim de toda a humanidade.**

A teoria da narração do autor, seguindo Lukács, aborda a questão do sentido. Essa questão só pode se colocar, paradoxalmente, a partir do momento em que esse sentido deixa de ser dado implicitamente e imediatamente pelo contexto social. **Enquanto a narrativa antiga se caracterizava por sua abertura, o romance clássico, em sua necessidade de resolver o significado da existência, visa a conclusão.** No romance contemporâneo, Benjamin elogia Proust, cujo mérito estaria em não ter escrito “memórias”, mas uma “busca”, uma busca das analogias e semelhanças entre o passado e o presente. Proust não reencontra o passado em si, mas a presença do passado no presente e o presente que já está lá, prefigurado no passado.

Para Jeanne Marie Gagnebin (2006), Benjamin reúne reflexões oriundas de duas proveniências: uma reflexão sobre o desenvolvimento das forças produtivas e da técnica, em particular sua aceleração ao serviço da organização capitalista da sociedade; e uma reflexão convergente sobre a memória traumática, sobre a experiência do choque (conceito-chave das análises benjaminianas da lírica de Baudelaire), portanto, **sobre a impossibilidade para a linguagem e para a memória de assimilar o choque, o trauma, diz Freud, na mesma época, porque este, por definição, fere, separa, corta ao sujeito o acesso ao simbólico, em particular à linguagem.**

Em *O narrador*, **aparece a figura do trapeiro, do catador de sucata e de lixo** (figura de Baudelaire), esta personagem das grandes cidades modernas que **recolhe os cacos, os restos, e que é movida pela pobreza, certamente, mas também pelo desejo de não deixar nada se perder**, de não deixar nada ser esquecido. Este narrador sucateiro não tem por alvo recolher os grandes feitos. Ele deve apanhar tudo aquilo que é deixado de lado como algo que não tem significação, algo que parece não ter nenhuma importância, nem sentido, algo com que a história oficial não sabe o que fazer. Gagnebin interpreta assim esses elementos de sobra do discurso histórico:

Em primeiro lugar, o sofrimento, o sofrimento indizível que a Segunda Guerra devia levar ao seu cume na crueldade dos campos de concentração. Em segundo

lugar, aquilo que não tem nome, aqueles que não têm nome, o anônimo, aquilo que não deixa nenhum rastro, aquilo que foi tão bem apagado que mesmo a memória de sua existência não subsiste, aqueles que desapareceram por tão completo que ninguém se lembra de seu nome (2006, p. 5).

Voltando à **TV como produtora de novos sentidos para restos culturais, esses restos poderiam ser entendidos de duas formas:** aquelas marcas ou **vestígios da produção** que podem mostrar as práticas televisivas, e aqueles **restos que deixaram de ter sentido** pelo contexto social direto e imediato, mas que ainda aparecem na TV como tênues limites significantes e que, quanto mais invisíveis, mais poder de significação eles têm sobre nós. Isto nos leva diretamente à quarta situação assinalada por Kilpp, da TV como produtora de mercadorias *sui generis*: molduras, moldurações e *ethicidades* televisivas, que podem ser acessadas/percebidas pelo que a autora chama de metodologia das molduras, um procedimento desconstrutivo de análise.

A autora apresenta três eixos conceituais articulados para abordar as imagens televisivas, que ela chama de *ethicidades*, molduras e imaginários. Sobre as *ethicidades*, em relação aos demais conceitos, a autora diz que

A televisão participa da instituição imaginária de sociedades e culturas, sendo que ela o faz, principalmente, instaurando mundos televisivos, nos quais têm visibilidade pessoas, objetos, durações, fatos e acontecimentos que são as virtualidades aqui chamadas de *ethicidades* televisivas. Mesmo as emissoras, os canais, os gêneros, os programas, a programação e os panoramas televisivos são enunciados pela TV como *ethicidades* televisivas, constituindo-se, além disso, como importantes molduras de outras *ethicidades* (KILPP, 2005, p. 79).

Ou seja, as *ethicidades* são pessoas, objetos, fatos, acontecimentos, durações, etc., que têm em comum serem construções televisivas cuja existência está na tela, na imagem televisiva.

As molduras são os territórios nos quais a *ethicidade* ou a vida televisiva acontece e encontra significação. São territórios mais ou menos fluidos onde se mostram as vidas ou personagens televisivas com determinados significados (portanto, as mesmas *ethicidades*, em outras molduras, adquiririam outros significados). As molduras mais sólidas, citadas pela autora, são o canal, a emissora, os programas, os gêneros dos programas, a programação, os panoramas televisivos e a própria TV como dispositivo. No entanto, essas molduras, percebidas na telinha,

são também *ethicidades*, isto é, construções televisivas. Há também molduras mais fluidas, quase molduras, molduras intrínsecas e extrínsecas, e as moldurações das *ethicidades*. Nesta pesquisa privilegiarei todas as molduras mais diretamente relacionadas à *ethicidade* jogo, aquelas mais diretamente envolvidas com os sentidos dados ao jogo, no SBT, e que serão desconstruídas e dissecadas com vistas aos objetivos desta pesquisa.

A molduração é o resultado do conjunto de técnicas e estéticas aplicadas para montar as imagens nos panoramas. E emolduramentos seriam os sentidos negociados entre emissor e receptor, que estão muito relacionados aos imaginários de mundos compartilhados e aos repertórios (pessoais e culturais) que permitem o reconhecimento das imagens técnicas da TV.

O telespectador, inserido em uma determinada cultura, tem seu próprio repertório de imagens e molduras. Ele se encontra com as imagens televisivas e os territórios de significação oferecidos pela TV e os reconhece. Os elementos de mundos engendrados pela televisão são compreendidos pelo telespectador porque haveria algum compartilhamento mínimo entre esses elementos e os de outros mundos (da escola, da igreja, da comunidade, etc.) em que se imagina a sociedade.

O imaginário também é uma virtualidade que se atualiza em determinados imaginários, sendo que a moldura faz a conexão entre a vista e o imaginário. Quanto mais molduras há sobrepostas, mais sentidos estão sendo oferecidos a essa imagem. As molduras tensionam umas às outras e é justamente nessas tensões que se dão a ver as opacidades, as contradições, os vestígios do programa do aparelho.

Como a TV monta em seqüência e sobrepõe nos panoramas molduras de diferentes graus e natureza, a razoabilidade dos sentidos deve passar, na análise, pela dissecação de cada uma e pela remissão de umas às outras. É assim que os construtos televisivos ou *ethicidades* são significados. As *ethicidades* têm sentidos identitários fluidos já que se encontram em um compósito de molduras. Haveria ainda os tempos de TV ou imagens duração, uma grande colagem de molduras e moldurações. A imagem vai ser ali experimentada e significada, e no panorama isso tudo se torna visível.

Na significação, os sentidos são agenciados entre emissor e receptor (que a autora designa de corpos-moldura, seguindo Bergson), que têm repertórios pessoais e culturais distintos, memórias que percebem diferentemente a mesma matéria. Tanto nós quanto as mídias somos

corpos dotados de memória, corpos que percebem, sendo que essa percepção está diretamente relacionada a nossas necessidades de agir e em função delas realizamos recortes, excluindo o que não nos interessa. Podemos ampliar a memória transcendendo nossa imediata necessidade de agir, produzindo novas informações, jogando contra o aparelho.

Na matéria sempre há tensionamentos que a percepção hábito não percebe, pois os **tensionamentos em geral estão na opacidade**. A nossa percepção imediata somente capta o teor conteduístico da TV. Criação, liberdade são ações que dependem de superarmos a percepção hábito. Podemos **perceber as opacidades pelo método intuitivo** de Bergson: entrando em nossa própria tendência e a partir dela reconhecer as outras tendências da duração, pois somos diferenciações tendenciais da mesma duração.

O misto que é objeto desta pesquisa está formado por duas tendências: jogo e TV. Coexistem no presente do meu objeto de pesquisa, a *TV jogo*, a memória do jogo e a memória da TV. Esta segunda será abordada a seguir assinalando algumas linhas divergentes e coexistentes que ajudam a compreender a TV como virtualidade que se atualiza.

II - INCURSÕES NA MEMÓRIA DA TV

“En lugar de una hermenéutica, necesitamos una erótica del arte.”
Susan Sontag

Quem lembra ou leu sobre o início da TV no Brasil (Filho, 2001; Mattos, 2002; Kilpp, 1999, por exemplo) ou da TV em outros países (Albornoz, 2000), e, mais ainda, quem fez parte, de alguma forma, da construção desses inícios, poderia dar continuidade à idéia de Huizinga e relatar como **a televisão nasceu e se desenvolveu jogando**. Por um lado, **no sentido mais literal de jogo – divertimento, tensão, criatividade** – por outro lado **no sentido de Flusser, experimentando produzir novas informações no aparelho televisivo**.

Mundos televisivos são, a meu ver, mundos lúdicos. Para explicar esta afirmação retomo o conceito de Kilpp de mundos televisivos.

Ao instaurar mundos televisivos, a tevê imagina uma sociedade que, a sua vez imagina a televisão e o faz principalmente, recortando, montando e moldurando fragmentos e restos culturais, ressignificando-os em quadros de experiência tipicamente televisivos que são essas molduras sobrepostas, nas quais essas ethicidades adquirem existência propriamente televisiva (2005, p. 12).

Recortar, montar, ressignificar e moldurar são atitudes tipicamente lúdicas, tanto de jogos como quebra-cabeças e legos, como os típicos jogos da pós-indústria, os jogos de aparelhos e de imagens técnicas. Estou considerando que o jogo televisivo se dá a ver, de fato, no jogo entre as molduras, as *ethicidades* e os imaginários, e que isso é possível em grande parte porque a natureza da TV é lúdica.

Estou considerando aqui a tevê como um eu plural, como uma virtualidade que se atualiza em certas televisões e em certas práticas, e que joga diversos jogos. De novo, porém, como fiz no capítulo anterior, é preciso inventariar memórias da TV, o que não poderia ser feito sem passar por McLuhan.

“Essa idéia de treinar todos nossos recursos num mundo complexo que tem enorme necessidade de percepção, (...) essa idéia de que, se examinarmos o presente com profundidade suficiente, desvendaremos todos os futuros possíveis, (...) É uma idéia que confere à arte um papel profundo, mais de mestre de percepção que de transmissor de algum conteúdo preciso.”
Marshall McLuhan

Uma das primeiras questões a apontar sobre a natureza da TV é ela ser, como define McLuhan (1999), um **meio frio**. Significa, para o autor, que por ser de baixa definição, a imagem televisiva deve ser completada, o que demanda **um alto grau de envolvimento do telespectador, do mesmo modo que o jogo** demanda do jogador um profundo envolvimento, pois “A luz que atravessa um anteparo forma uma imagem de três milhões de pontos por segundo, (imagem-chuveiro). O telespectador, ao recebê-los, capta algumas poucas dúzias, com as quais forma uma imagem” (1999, p. 351). McLuhan atribui a esse fato a criação de uma participação convulsiva e sensorial por parte do espectador. Para o autor, a imagem de TV gera formas de inter-relação do tipo “faça você mesmo”.

McLuhan (2005) ainda compara a textura da televisão ao *braille* por esse caráter profundamente envolvente. Ela não seria uma extensão de nossas faculdades visuais e sim “uma extensão do sentido integrador e ativo do tato”, o que implica uma nova percepção. Para o autor, assistir televisão é um ato de participação do tipo “estar com ela”, característico do diálogo. “No diálogo com uma pessoa qualquer, você não está sustentando um ponto de vista fixo. Vocês estão interagindo, interpenetrando-se, um ao outro” (MCLUHAN, 2005, p. 65).

O autor compara o envolvimento convulsivo da TV ao envolvimento suscitado pelo jogo. “Os jogos ficam todos no hemisfério direito, porque envolvem a totalidade do homem, requerem sua participação e são sempre incertos. Não existe continuidade. O que há é apenas surpresa e envolvimento total” (2005, p. 291). Para o autor, vivemos num mundo que privilegia o hemisfério direito do cérebro porque é um mundo de “tudo ao mesmo tempo”, o mundo da simultaneidade. “Portanto, o hemisfério direito, ao assumir o controle, está transformando o

velho mundo do hemisfério esquerdo - as nossas instituições educacionais, as nossas instituições políticas - em algo ridículo. Está havendo uma inversão” (2005, p. 291).

Para McLuhan, **a necessidade de envolvimento não é inventada pela TV, é precedida por poetas e artistas** cem anos antes.

De Rimbaud a Baudelaire haveriam inventado formas opacas e difíceis, *frias*. Começaram a criar aquelas formas que exigem de nós muita coisa para completar seu significado. Recordemo-nos a invenção da história policial por Edgar Allan Poe na época do poema simbolista. Ele criou aquela forma na qual o leitor fazia a história preenchendo todo tipo de pistas e lacunas; isso se tornou parte do processo criativo (2005, p. 105).

Esta forma lúdica tão característica da natureza da TV está sendo apontada pelo autor, então, como anterior à própria TV.

Nesse sentido podemos considerar a imagicidade da TV como tendo sido antecipada pela literatura policial e, inclusive por correntes artísticas como o dadaísmo. Para Benjamin (1996), os dadaístas buscavam **tornar as obras de arte impróprias para a contemplação**. Ao recolhimento, próprio da burguesia, opunha-se a distração como uma variedade do comportamento social. A obra de arte dadaísta assegurava uma distração intensa. Essa obra tinha que suscitar a indignação pública. “De espetáculo atraente para o olhar e sedutor para o ouvido, a obra convertia-se num tiro. Atingia, pela agressão, o espectador. E com isso esteve a ponto de recuperar para o presente a qualidade tátil, a mais indispensável para a arte nas grandes épocas de reconstrução histórica” (BENJAMIN, 1996, p. 191).

Vale a pena lembrar a observação de Huizinga (2004) sobre a atitude atual do público de concertos de “silêncio sacramental” e “respeito mágico pelo maestro”. Para o historiador, essas atitudes são recentes. As gravuras que retratam concertos no século XVIII mostram o público “entregue à conversação elegante, e ainda há trinta anos [1900] era freqüente na vida musical francesa o espetáculo ser interrompido por críticas dirigidas à orquestra ou ao maestro. A música era ainda, em grande parte, um divertimento, e o que nela era mais admirado era o virtuosismo” (HUIZINGA, 2004, p. 191). Huizinga acrescenta ainda que as criações de compositores não eram consideradas como sua propriedade sagrada, sobre a qual ele tinha direitos inalienáveis.

Gadamer (1991) também faz uma análise particular sobre o jogo e a arte. Para ele, o particular do jogo humano consiste em que ele também pode incluir em si mesmo a razão, o caráter distintivo mais próprio do ser humano consistiria em poder se dar fins aos jogos e aspirar a eles conscientemente. Para o autor, a humanidade dos jogos humanos reside em que nesses jogos se ordena e disciplina os movimentos de jogo como se eles tivessem fim. Para ilustrar esta afirmação, o filósofo dá o exemplo da criança que faz rebater a bola no chão e conta as vezes que ela rebaterá antes de escapar de suas mãos.

A racionalidade livre de fins é própria do jogo humano assim como a repetição. A conduta livre de fins é referida como tal, e é a ela que o jogo se refere. Há uma obediência às regras que o próprio jogo coloca, uma identidade do que se pretende repetir.

Para o filósofo, **jogar significa sempre “jogar-com”**. Inclusive o espectador que observa a criança e sua bola que rebate, não pode fazer outra coisa que continuar olhando - trata-se da *participatio*, a participação interior nesse movimento que se repete.

Me parece, por lo tanto, otro momento importante el hecho de que el juego sea un hacer comunicativo también en el sentido de que no conoce propiamente la distancia entre el que juega y el que mira el juego. El espectador es, claramente, algo más que un mero observador que contempla lo que ocurre ante él; en tanto que participa en el juego, es parte de él (GADAMER, 1991, p. 68).

Ainda o autor destaca que um dos **impulsos fundamentais da arte moderna é o desejo de anular a distância que separa os consumidores ou o público e a obra**. Houve e há um esforço de muitos artistas em transformar o distanciamento do espectador em sua implicação como co-jogador, e para Gadamer isso está presente em todas as formas de arte experimental moderna. Como a obra espera uma resposta de quem aceite o desafio, o co-jogador faz parte do jogo. Toda obra deixa ao que a recebe um espaço de jogo que ele tem que preencher.

Este esforço por diminuir o distanciamento entre a obra e o público, ou, no caso da TV, entre a produção e a recepção, o esforço por transformar a todos e tudo em co-jogadores, é uma característica fundamental da *TVjogo* de que tratarei no final deste capítulo e no próximo.

É importante aqui voltar a Walter Benjamin (1996) quando ele, comparando as telas do quadro e do cinema, apontava a diferença entre a imagem da pintura e a imagem em movimento

do cinema. Enquanto o espectador se recolhe e mergulha até se dissolver na obra de arte (pictórica, no caso), a massa distraída faz a obra de arte (cinematográfica) mergulhar em si, absorve-a em seu fluxo. Para o autor,

O cinema é a forma de arte correspondente aos perigos existenciais mais intensos com os quais se confronta o homem contemporâneo. Ele corresponde a metamorfoses profundas do aparelho perceptivo, como as que experimenta o passante, numa escala individual, quando enfrenta o tráfego, e como as experimenta, numa escala histórica, todo aquele que combate a ordem social vigente (BENJAMIN, 1996, p. 192).

As mudanças de planos, os cortes, os primeiros planos, produziram choques profundos na percepção da época e aceleraram as novas percepções instauradas pelas metrópoles modernas. Aumont (2004) chega a dizer que a montagem, a mudança de plano, a mudança brusca, em geral, no cinema, foi uma das maiores violências jamais feitas à percepção “natural”. “Nada em nosso ambiente modifica todas as suas características de modo tão total e brutal quanto a imagem fílmica, e nada nos espetáculos preexistentes ao cinema havia preparado para tal brutalidade. (...) Ao mesmo tempo, está claro que não são tanto os olhos que são feridos, e sim o espírito que se sente agredido: os olhos são de uma infinita agilidade, só precisam de uma minúscula fração de segundo para se adaptar a quase qualquer coisa” (2004, p. 104). Penso, porém, que talvez se tratasse do mesmo impacto causado aos jogadores pelos novos aparelhos em qualquer época.

Com a TV, por exemplo, a velocidade se acelera, a sobreposição de quadros de experiência se multiplica, assim como a coexistência do novo e do arcaico; ao ambiente doméstico no qual a TV está e as formas de recepção que permitem o espectador realizar várias tarefas ao mesmo tempo, correspondem também à experiência contemporânea que Martín-Barbero e Rey (2001:33-34) apontam como desordem cultural introduzida pela experiência audiovisual, uma desordem que atenta contra o tipo de representação e de saber no qual esteve baseada a autoridade. “Mais do que buscar seu nicho na idéia ilustrada de cultura, a experiência audiovisual a repõe radicalmente: desde os próprios modos de relação com a realidade, isto é, desde as transformações de nossa percepção do espaço e do tempo” (2001, p. 34). Como exemplifica Machado (2000), na TV, a amarração das imagens é o resultado de uma grande colagem que faz “casarem”, mesmo que de forma desconcertante, o pranto da mulher “traída”

pelo vilão com o sorriso da modelo que escova os dentes com a pasta X e fragmentos de um incêndio que está acontecendo naquele momento no centro da cidade.

McLuhan (2005) insiste na idéia de que um meio de comunicação cria um ambiente e um novo ambiente cria atenção; cria percepção. “Um ambiente é um processo, não é um invólucro. É uma ação e atuará sobre os nossos sistemas nervosos e nas nossas vidas sensoriais, modificando-os por inteiro” (2005, p. 129). Uma dessas modificações dá-se, segundo McLuhan, no conceito de identidade. “Num mundo de envolvimento profundo, a identidade parece evaporar-se” (p. 116).

Por isso o autor afirma que “Estamos vivendo o paradoxo de ter criado cidades que são máquinas de ensino mais potentes do que o nosso sistema educacional formal” (2005, p. 84). Para ele, o sistema educacional deve ser programado para novas percepções e descobertas, atitudes lúdicas que podem ser relacionadas com a tecnoimaginação apontada por Flusser.

Para McLuhan, **os problemas atuais estão relacionados à abundância e superfluidade e não à escassez e pobreza e seria uma “ironia cômica se os homens se revelassem incapazes de lidar com a abundância e a riqueza, tanto na ordem econômica como na psíquica”** (2005, p.86).

Ao lado do envolvimento demandado pela TV é preciso lembrar a experiência do *ao vivo*. A transmissão *ao vivo* talvez seja, dentre todas as possibilidades da televisão, aquela que marca mais profundamente a experiência desse meio. A televisão nasceu *ao vivo*, desenvolveu todo o seu repertório básico de recursos expressivos num momento em que ainda operava *ao vivo* e esse continua sendo o seu traço distintivo mais importante dentro do universo audiovisual.

Para Arlindo Machado (2000), a operação em tempo presente constitui a principal novidade introduzida pela televisão dentro do campo das imagens técnicas. “A partir da televisão, o registro do espetáculo que se está ainda enunciando e a visualização/audição do resultado final podem se dar simultaneamente e é esse justamente o traço distintivo da *transmissão direta*: a recepção, por parte de espectadores situados em lugares muito distantes, de eventos que estão acontecendo nesse mesmo instante” (2000, p. 125).

A TV, então, instaura novas relações entre temporalidades e espacialidades. Almeida e Tracy (2003) analisando as espacialidades contemporâneas lembram que Michel Foucault atribuiu ao deslocamento das relações entre tempo e espaço a causa da inquietude contemporânea. Não se trataria apenas de apontar para a centralidade do espaço, mas, para a sua

flexibilização, pois a contemporaneidade estaria experimentando uma “dessacralização prática do espaço”, assim como ocorreu com o tempo na modernidade. As autoras estão analisando os espaços usados por jovens de classe média na noite carioca, que fazem da trajetividade um fim e não um meio e que transformam lugares como postos de gasolina e tantos outros em centros de diversão.

Assim, podemos ver na própria natureza da TV e em seu tempo *ao vivo* a presença de heterocronias e heterotopias. Para as autoras, Foucault dedica-se a pensar os lugares que tem a curiosa propriedade de estar em relação com todos os outros, mas sob um modo tal, que eles suspendem, neutralizam ou invertem o conjunto das relações que se encontram para eles previamente designadas. Esses espaços seriam diferentes dos espaços culturais ordinários nos quais vivemos, e Foucault propõe chama-los de heterotópicos para diferenciá-los dos espaços utópicos. As heterotopias teriam a capacidade de justapor vários espaços, em si mesmos incompatíveis, e estão associadas freqüentemente à ruptura com o tempo tradicional (heterocronias). Se observamos a tevê brasileira, por exemplo, percebemos que ela já surgiu da justaposição de tempos e espaços diversos: o rádio, o teatro de revistas o circo, os cinejornais, gêneros que faziam parte da programação das primeiras emissoras.

Daniel Filho (2001) lembra algumas histórias dos **inícios da televisão, na época em que o *ao vivo* era a única forma de fazer TV**, e seus relatos remetem a um **ambiente de criação lúdica**, tanto no sentido de Huizinga quanto no sentido de Flusser, de experimentação do jogo de aparelhos. “Tudo. Desde o instante que entrava no ar até o fechamento. *Ao vivo*. Não havia filmes longos, poucos comerciais eram filmados. Em vez de apagado da fita ou editado para shows sobre os bastidores e mancadas da tevê, como hoje, qualquer erro passava para a história da televisão. E alguns vexames foram realmente antológicos” (2001, p. 19).

A tevê era um espetáculo diário, que durava de 14 a 15 horas ininterruptas. Trabalhávamos sete dias por semana. Havia muita improvisação e pouca responsabilidade, a gente resolvia os problemas inventando. Mas algumas das invenções provaram ser descobertas permanentes para a linguagem do novo veículo. Cassiano Gabus Mendes, por exemplo, conseguiu na televisão o plano e contraplano do cinema. Parecia que não dava para colocar duas câmeras atrás dos ombros de dois atores que contracenavam sem que uma não enquadrasse a outra. Hoje, todos fazem isso, mas, na época era um problema (FILHO, 2001, p. 19).

Eu poderia dizer a partir disso, no entanto, que no **ao vivo a montagem já está lá como virtualidade. E não só a montagem, mas a própria programação** (grade e fluxo), que é uma das coisas mais complexas da tevê, de importância estratégica para os negócios das emissoras e para a fidelização da audiência dos canais.

O **ao vivo, então, é uma das diferenças da natureza audiovisual da tevê**, de onde emergem virtualidades que foram (e ainda vão) se atualizando diversos modos de agir do aparelho. Poderíamos dizer também que é do *ao vivo* que precisa tornar-se programação (a grade) na história da TV que surgem as referidas heterocronias e heterotopias, como virtualidades que se atualizam incessantemente no fluxo televisual entrelaçando emissor e espectador num mesmo estado de TV.

Toda essa potência do *ao vivo* se deve ao fato de ele não ter – ou de, nele, as coisas não terem – uma duração pré-estabelecida e de, assim, estar mais afim da pura duração, essa multiplicidade de múltiplos que se atualizam rizomaticamente na matéria.

Mas Derrida (1998) nos lembra que o que se “transmite” “em direto” por um canal de tevê é produzido antes de ser transmitido, a imagem não é uma reprodução fiel e íntegra do que supostamente reproduz.

Se enmarca, se corta, comienza aquí, se interrumpe allá. Podrían describirse interminablemente todos estos modos de intervención que hacen que el “directo” nunca sea integral. Desde luego, el hecho de que esta posibilidad técnica exista, por más limitada e impura, por más “ficticia” que sea, basta para cambiar la aprehensión de todo el campo. Desde el momento en que sabemos, “creemos saber”, creemos simplemente que el presunto “directo” es posible y que de un extremo al otro del mundo se pueden transmitir voces e imágenes, el campo de la percepción y de la experiencia en general se transforma profundamente (DERRIDA, 1998, p. 156).

O *ao vivo* é definido por Martín-Barbero (1997) como retórica, a *retórica do direto*, e seria o dispositivo que organiza o espaço da televisão sobre o eixo da proximidade e a magia do ver.

O espaço da televisão está dominado por uma proximidade construída mediante uma montagem não-expressiva, mas funcional com base na “tomada direta”, real ou simulada. Na televisão, a visão predominante é a que produz a sensação de imediatez, um dos traços que fazem a forma do cotidiano (1997, p. 298).

Para Machado (2000), as **condições *ao vivo*** parecem **contaminar o restante da programação televisual e imprimir nela as suas marcas de atualidade.**

O excesso e a incompletude do tempo real, segundo o autor, opõem-se ao tratamento que a indústria cultural dá a esse mesmo tempo, impondo uma espécie de controle de qualidade sob a forma de uma certa assepsia, uma certa purificação do produto de todas as suas marcas de trabalho. Haveria, por parte da indústria cultural, uma hibridação dos tempos. O *ao vivo* copia da edição gravada seu acabamento, e a programação pré-gravada copia do *ao vivo* seu efeito de tempo real, chegando a um produto asséptico e bem apresentado, "completo", que sempre parece estar sendo transmitido em tempo real e com o acabamento (montagem asséptica) dos programas gravados.

E esse efeito que a TV cria de se estar participando das coisas enquanto as coisas estão acontecendo, junto com a circunstância técnica de ela ser um meio *frio*, que comentei anteriormente, é o que faz a televisão, segundo McLuhan, favorecer mais a apresentação de processos do que de produtos.

Inclusive, essa possibilidade técnica da TV atuar sobre acontecimentos-temas que envolvem processos e reações complexas levou a uma nova perspectiva os filmes documentários. E, segundo McLuhan (1999, p. 359), “Com a TV, o *western* adquiriu nova importância, pois o seu tema é sempre “vamos erguer uma cidade”. A audiência participa da formação e do processamento de uma comunidade a partir de reduzidos e modestos componentes”. Para o autor, a imagem de TV gera formas de inter-relação do tipo “faça você mesmo”, e, nas palavras de Gadamer, “somos todos co-jogadores”.

“Este é o poder surreal do fragmento: ele pode viajar em qualquer direção.”
Walter Benjamin

Uma terceira característica memorial da TV que importa a esta pesquisa é a radicalidade do fragmento em sua constituição. Walter Benjamin, grande estudioso das metrópoles, particularmente da cidade de Paris do século XIX, já apontava o poder do fragmento de viajar em qualquer direção, o que me sugere ser um poder lúdico, capaz de montar e compor novas formas e sentidos.

Para o autor, o todo constitui uma constelação que reúne fragmentos micrológicos do modo de viver do século XIX. “O contexto comunicativo urbano, já liberto dos mitos de fundação e das naturezas não corrompidas, permite ligar uma nova cadeia significativa.(...) Mas, só a grande cidade tem esta estranha liberdade” (BENJAMIN, *apud* CANEVACCI, 2001, p. 101). Foi esse **poder do fragmento** que permitiu ao filósofo **“arrancar” as citações de contexto para encontrar novos sentidos** como foi o caso relatado por Canevacci e citado pelo próprio Benjamin, de um aviso de jornal: “Em 1867, um comerciante de tapetes colou cartazes de propaganda nas pilares de uma ponte”. (BENJAMIN, 1986, 232). O aviso, arrancado do contexto, permite a Benjamin ligar uma nova cadeia significativa: um tapete, um cartaz, uma ponte.

Esta concatenação produz novas sensibilidades, desorienta as percepções tradicionais e estáveis: um tapete pode recobrir verticalmente uma ponte, sobre a qual estender-se com o olhar ou com a imaginação. Ou então é a ponte quem se apresenta como um enorme tapete sobre o qual passear como um *flanêur*. Ou ainda a cidade inteira é um cartaz imenso no qual se transita indiferentemente entre pontes, tapetes, cisnes, Andrômedas (CANEVACCI, 2001, p. 101).

É esse **poder de fragmentação das metrópoles que nos permite**, então, fazer **novas combinações, novas montagens**, que nos permite desorientarmo-nos entre as múltiplas novas possibilidades. Perder-se, abandonar-se à perda e até usufruir da própria perdição; tornar familiar o que é estrangeiro e estranho o que é familiar... Isso, nas palavras de Bergson, já citadas, seria ampliar nossa memória, superar nossa memória hábito, transcender as nossas necessidades mais

imediatas de agir. Canevacci chama a isso, como metodologia, de uma “nova antropologia desorientada” (2001, p. 105).

A simultaneidade da metrópole só pode ser percebida através de montagens, sendo que a montagem é a forma em que a grande cidade se comunica. Canevacci (2001, p. 345) fala de “novas e mutantes formas de ideologia que se recusam a submeter o todo à parte e a justificar esses mecanismos para achatar-se dentro dos fragmentos da nova cultura visual”, mas que, no entanto, **é a simultaneidade metropolitana, com seus jogos de fragmentos, o que está na base de uma nova sensibilidade, da qual surgirá o cinema, a televisão** e tantas outras formas de montagens audiovisuais.

Para Deleuze (1984), a montagem é a composição, o agenciamento das imagens-movimento enquanto constituem uma imagem indireta do tempo.

A montagem é essa operação que tem por objeto as imagens-movimento para extrair delas o todo, a idéia, isto é, a imagem *do* tempo. É uma imagem necessariamente indireta, pois é inferida das imagens-movimento e de suas relações. Nem por isso a montagem vem depois. De certo modo, é até preciso que o todo seja primeiro, que seja pressuposto (1984, p. 44-45).

O macrodiscurso televisivo tem uma lógica diferente, já que está formado por uma colagem de imagens e sons que iguala todos os discursos. Na lógica televisiva, há pequenos tempos mortos que são eliminados no que Fernández (1997) chama de “elipses de montagem”, instaurando o ritmo da narrativa. Há uma nova continuidade que o autor chama de *Raccord*, como no cinema, que seria o ajustamento das seqüências para dar continuidade ao relato, feito na mesa de edição. Para Fernández, é direto quando não omite nenhum detalhe e, quando é indireto, é sempre lógico. Só que o autor – como outros também o fazem – diz que há na TV um outro *Raccord*, advindo da macromontagem, que é a montagem, no fluxo, de toda a programação.

Martín-Barbero (1997), ao levar em conta que a televisão é a irrupção do mundo do espetáculo e da ficção no espaço da cotidianidade e da rotina, fala da importância da figura do apresentador para realizar a mediação entre as diversas partes. Segundo o autor, a televisão especifica seu modo de comunicação organizando-se sobre o eixo da função fática, isto é, sobre a

manutenção do contato, e, para realizar essa passagem, a TV usa duas mediações fundamentais: a figura do apresentador e um certo tom coloquial.

O apresentador-animador na televisão - que se encontra presente nos programas informativos, nos concursos, nos musicais, nos programas educativos e até nos culturais, para sublinhá-los -, mais do que um transmissor de informações, é, na verdade, um interlocutor, ou melhor, o que interpela a família, convertendo-a em seu interlocutor. Por isso, seu tom coloquial e a simulação permanente de um diálogo que não se restringe a um arremedo do clima “familiar” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 294).

A mediação do apresentador garante, então, uma certa unidade ao discurso televisivo, que se caracteriza, como vimos, pela fragmentação. González Requena (1999), quando se refere ao discurso televisivo, fala em uma estrutura programática, unificadora das estruturas autônomas. Para ele, os programas carecem de autonomia pela sua fragmentação, que introduz no seu interior mensagens estranhas, *spots* publicitários, informações de última hora, advertências sobre futuros programas, etc.¹³.

Portanto, para Requena (1999), há uma submissão de cada discurso parcial ao discurso global programático e a seus próprios critérios de funcionalidade. A continuidade atua de imediato como o procedimento que religa os fragmentos em função das exigências de inteligibilidade, não dos textos parciais de origem, e sim da estrutura geral da programação. “Nos encontramos assim com uma sistemática da fragmentação em que cada um dos fragmentos elementares, por sua carência de totalidade e autonomia, termina por converter-se em elementos recorrentes de continuidade que atuam como conectores dos fragmentos com que se justapõem” (1999, p. 36). O autor aborda o discurso televisivo como um texto que tem uma coerência textual de superfície, no qual as aberturas, vinhetas e propagandas funcionam como elementos de pontuação e copulativos (semelhante às conjunções lingüísticas).

Para Arlindo Machado (1990), a fragmentação faz parte da linguagem televisiva, porque ela tem **necessidade de se organizar de tal forma com vistas a prender e interessar o espectador eventual, que está de passagem por aquele canal** e que precisa de imediato

¹³ Algumas dessas formas de fragmentação se dão através de programas com limites temporais bem precisos, mas que carecem de autonomia temática, porque seu único objeto é remeter – anunciar, apresentar, publicitar – outros programas da emissora. Outros que fazem referência, do interior de um deles, a outro(s) programa(s) da própria emissora, etc.

entender o que está se passando. Nesse sentido, ele diz que a montagem televisual deve ser percebida em seus três modos:

O primeiro é a montagem interna do programa. O segundo é a montagem em termos da macroestrutura da televisão (um telejornal, uma telenovela) com os *breaks* comerciais e outras interrupções, além de amarrar cada capítulo ou unidade com sua continuidade no dia seguinte. O terceiro é a montagem que o espectador realiza, com sua unidade de controle remoto, de um programa a outro; de uma emissora a outra. Essas três grandes estruturas de montagem se interpenetram e agem umas sobre as outras (...). A amarração das imagens é o resultado de uma grande colagem que faz “casarem”, mesmo que de forma desconcertante, o pranto da mulher “traída” pelo vilão com o sorriso da modelo que escova os dentes com a pasta X e fragmentos de um incêndio que está acontecendo naquele momento no centro da cidade (MACHADO, 1990, p. 109).

Machado demonstra como os relatos televisuais são descontínuos e fragmentários, fruto de uma estrutura quebrada e solta tomada do folhetim (enquanto o cinema incorporou a estrutura orgânica do romance oitocentista).

Essa colagem de imagens fragmentadas é um dos pontos que mais merece críticas por parte de alguns intelectuais que têm um ideal de cultura mais "ordenada". Martín-Barbero e Rey (2001) criticam tais posturas e vêem nessa colagem uma similitude com a forma das metrópoles modernas. Segundo eles, o fluxo televisivo constitui a metáfora mais real do fim dos grandes relatos pela equivalência de todos os discursos – informação, drama, publicidade, ciência, pornografia, dados financeiros – pela interpenetrabilidade de todos os gêneros e pela transformação do efêmero em chave de produção e em proposta de gozo estético. Mas, segundo os autores,

essa nova experiência remete aos novos “modos de estar juntos” na cidade, às sociabilidades cotidianas que o caos urbano suscita, uma vez que, ao mesmo tempo em que desagrega a experiência coletiva, impossibilitando o encontro e dissolvendo o indivíduo no mais opaco dos anonimatos, introduz uma nova continuidade: a das redes e dos circuitos, a dos conectados (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 33).

Uma quarta linha memorial eu gostaria de introduzir a partir de Michel de Certeau (1996), segundo o qual **cada sociedade mostra sempre, em alguma parte, as formalidades às quais**

obedecem suas práticas. E a esse respeito se pergunta: onde estão essas formalidades na sociedade ocidental, na qual a cientificidade substituiu, com seus lugares próprios, os complexos terrenos das astúcias sociais, impondo à razão uma lógica da habilidade e da transparência? Elas estariam **em lugares tão evidentes que não se vêem.** O autor sugere três lugares onde se expõem, ocultas pela sua evidência, as formalidades que inspiram a arte do fazer: **os jogos, os contos e as artes do dizer.**

Para ele, os jogos específicos de cada sociedade dão lugar a espaços nos quais as jogadas são proporcionais às situações. Desde o xadrez, forma aristocrática de uma “arte de guerra”, até o jogo de naipes, e a loteria. São os jogos que formulam e formalizam as regras organizadoras de jogadas e constituem também uma memória (um armazenamento e uma classificação) de esquemas de ações que articulam as saídas para cada ocasião: *“Los juegos ejercen esta función precisamente porque están separados de los combates cotidianos que prohíben ‘descubrir su juego’ y cuyas apuestas, reglas y jugadas son de una complejidad demasiado grande”* (DE CERTAU, 1996, p. 27).

É por isso, talvez, que nos jogos televisivos em questão a transparência e a fácil apropriação das regras formais de cada jogo (no SBT, ele geralmente é explicado em cada edição e em chamadas especiais) são sempre tão destacadas que acabam por esconder e aumentar a opacidade de outro jogo: o da TV, que tem outras regras suas próprias jogadas.

Ao jogo corresponde um relato da partida. Narramos aos outros o jogo de naipes ou de futebol vencido, escolhendo uma série de combinações entre muitas possíveis. É assim também como jogamos. As jogadas e seus relatos são aplicações singulares de um plano formal. Contos e lendas parecem desenvolver o mesmo papel, uma vez que acontecem em um espaço de exceção, isolado das competições cotidianas: o espaço do maravilhoso, do passado, das origens. Ali podem ser descobertas as boas e as más jogadas: evidenciam-se as jogadas, não as verdades. Espaços maravilhosos e utópicos onde seguidamente invertem-se as relações de força. É assim que De Certau considera que o espaço do jogo, assim como o do conto e da lenda, protege as armas do fraco contra a realidade da ordem construída e as oculta das categorias sociais que “fazem história” porque estas a dominam. **Onde a historiografia conta em passado as estratégias de poderes instituídos, os contos e os jogos oferecem a seu público uma possibilidade de táticas disponíveis para o porvir.**

Já para Michel Maffesoli (1984), **o lúdico é uma maneira que a sociedade tem de se dizer**. O jogo em suas várias manifestações não é virtuoso nem pecador; é a expressão bruta ou lapidada de um querer-viver fundamental¹⁴, de um fluxo vital que nada deve à ética ou à lógica. “Podemos dizer que o jogo é a repetição factual numa ordem absoluta. Em resumo, está sempre operando nas inumeráveis ‘ações não lógicas’, que constituem a maior parte da vida cotidiana, ou seja, de todos os aspectos da existência”(MAFFESOLI, 1984, p. 145).

As afirmações de Maffesoli e de De Certau levam a pensar sobre as formas de jogo contemporâneas e descobrir nelas como a sociedade está se dizendo. Zygmunt Bauman (2004) dedica algumas páginas de seu livro *La sociedad sitiada* a comentar uma das formas em que a sociedade se diz por meio do jogo, especificamente abordando os *reality shows* televisivos, particularmente o chamado *Big Brother*:

No resulta asombroso: el espectáculo de Gran Hermano guarda un increíble parecido con la experiencia más familiar de los espectadores. En ese programa, doce hombres y mujeres, dueños de un pasado desconocido y de un futuro divergente, pasan algunas semanas juntos, enfrentados a la tarea de construir a partir de la nada una forma de vida común sin promesa alguna de durabilidad. Saben desde el primer momento que desaparecerán de la compañía, uno por uno, y que su tarea es precisamente hacer que los otros desaparezcan primero...Si fallan, esas mismas personas a las que no habían querido o podido expulsar los expulsarán a ellos. Mientras se desarrolla esa competencia de vida o muerte "como se ve en la tele", el resto del mundo permanece invisible; ni los participantes ni los espectadores saben a ciencia cierta de dónde vienen la comida y los juguetes, ni quién ha decidido cuál será la próxima prueba (BAUMAN, 2004, p. 83).

O autor comenta um jogo televisual de exclusão que acontece numa sociedade de exclusão. A pergunta sobre o que acontece quando o jogo ultrapassa os limites rigorosos que separam suas regras ideais das leis difusas da vida quotidiana torna-se necessária diante do exemplo citado por Bauman. Essa é a pergunta à qual Caillois (1990) e Huizinga (2004) tentam responder: o primeiro fala de uma corrupção do jogo, o segundo sugere a existência do “não-jogo”. Mas há um elemento fundamental que é assinalado por Bauman: as regras do jogo, no caso em questão, não são de domínio dos jogadores. A regra fundamental é renunciar a querer

¹⁴ Aqui, o autor parece estar seguindo uma outra corrente interpretativa do jogo, não citada aqui, que parte de que o jogo é a manifestação de um excedente de energia.

conhecer e, menos ainda, interferir nas regras do jogo¹⁵. Há, nesse jogo, muitas coisas que permanecem invisíveis ou, como diz o autor, *absconditas*.

Para Bauman, o *reality show* enuncia que vivemos em um mundo duro, no qual os perdedores sofrem a derrota porque a buscaram, e os fracassados não podem culpar ninguém além de si próprios, privados do direito de reclamar compensação, ou pelo menos compaixão pelo seu infortúnio. O autor destaca o caráter descartável dos seres humanos no jogo, em que ninguém é indispensável, ou melhor, **todos são essencialmente dispensáveis; na luta contra essa condição é que reside o jogo.**

Haveria uma estaca zero na qual sempre parecem estar os jogadores no *reality show*. Ninguém tem direito de colher sua parte de esforço comum, nem por ter contribuído pessoalmente, e menos ainda, porque simplesmente tomou parte da equipe. “*La vida es una dura competencia para gente dura. Cada juego comienza desde cero, los méritos pasados no cuentan para nada, uno vale tanto como los resultados de su duelo más reciente. Cada jugador, a cada momento, juega para sí mismo; y para progresar*” (BAUMAN, 2004, p. 86).

Cada recomeço do jogo contém uma idéia imbuída de positivismo e de evolucionismo darwiniano em que, no final, há lugar para poucos ou para um só, o mais “forte”. A circularidade, tão própria do jogo, é substituída aqui pela linha do progresso. Do mesmo modo como constatamos, no passado e no presente da história da humanidade, que o progresso custa vidas humanas, no caso da vida no *Big Brother*, o progresso do jogo custa vidas eletrônicas. Assim, o jogo *reality* se transforma numa espécie de laboratório humano de relações sociais, aquelas que caracterizam a contemporaneidade, testadas até o extremo, em um jogo.

No século dos campos de extermínios e das vítimas do progresso surgem os jogos de exclusão como o comentado por Bauman. O autor, que viveu a época dos holocaustos do século XX, analisa em sua produção intelectual outras formas de extermínio contemporâneas. Seu livro *Vidas desperdiçadas* (2005) é um ensaio sobre a produção em massa, em todo o planeta, de pessoas desprovidas de identidade, de trabalho, de dignidade, “refugos humanos”, como ele as chama.

¹⁵ Nas versões brasileiras do *Big Brother*, todos os inscritos no jogo enviam um formulário com uma série de informações exaustivas sobre sua vida e suas relações, junto com um vídeo exibindo sua imagem. Nesse formulário, assinam um contrato no qual renunciam completamente ao controle dessas informações, liberando à emissora para fazer o uso que bem entender das informações e das imagens. O contrato inclui aceitação por parte dos participantes, do direito de serem retirados do jogo sem explicação. A ficha de inscrição pode ser conferida no *site* da Rede Globo.

Bauman (2004) assinala como sintomático dos jogos de exclusão e sobrevivência – e da sociedade que os criou – o subtítulo do *reality show* estadunidense *Survivor* “Não confie em ninguém”. Pode ser muito eloqüente a lembrança da legenda de um pôster espalhado pelas ruas de Berlim, em 1994, quando começavam a ser levantados os direitos dos imigrantes: “Seu Cristo é judeu. Seu carro é japonês. Sua pizza é italiana. Sua democracia, grega. Seu café, brasileiro. Seus números, árabes. Só o seu vizinho é um estrangeiro”¹⁶. **No jogo em questão, todos os outros são estrangeiros, no sentido mais radical e xenofóbico do termo: cada um entra para expulsá-los.**

É interessante contrastar os jogos de exclusão com a visão de Caillois (1990) sobre a vocação social do jogo. Inclusive os jogos mais individuais têm uma vocação social, pois “deixaríamos rapidamente de nos divertir, se acaso não houvesse nem concorrentes, nem espectadores, por imaginários que fossem” (CAILLOIS, 1990, p.66). O autor destaca a necessidade de bater recordes e construir vitórias. Ou seja, o jogador aposta não somente contra os outros, mas também e, no mesmo nível, contra si próprio, tentando vencer seus limites e estabelecer novos recordes. “Geralmente, os jogos só atingem sua plenitude no momento em que suscitam uma cúmplice ressonância (...) os jogos depressa se tornam pretextos para concursos ou espetáculo” (CAILLOIS, 1990, p.66). Parece haver uma profunda diferença entre a necessidade do(s) outro(s) que a vocação social do jogo traz implícita, com a necessidade de que o outro desapareça, e que o jogo em questão tem como elemento imprescindível nortear as estratégias dos jogadores.

Bauman percebe, ainda, nesse jogo televisivo, a enunciação sobre uma sociedade *abscondita*. “*El Gran Hermano es de los que acostumbran decir ‘no nos llame, nosotros nos comunicaremos con usted.’ No tiene sentido cuestionar o protestar por sus decisiones. Las apelaciones quedarían sin respuesta*” (BAUMAN, 2001, p. 86). Para o autor, “*Gran Hermano absconditus es sinónimo de societas abscondita*” (2001, p. 89). Essa relação não significa que o jogo do *Grande Irmão* seja uma fotografia, cópia ou réplica da realidade social atual. O autor o considera um modelo condensado, destilado, purificado, uma espécie de laboratório no qual se experimentam certas tendências dessa realidade social, que de outro modo teriam permanecido ocultas, diluídas ou reprimidas. Essas tendências são postas à prova para fazer visível todo o seu

¹⁶ Essa legenda foi publicada e comentada no *site* www.nominimo.com.br de 20/05/2005.

potencial: “*Sin embargo, en contraste con lo que ocurría en esos experimentos, aquí las tendencias son sometidas públicamente a examen, bajo los reflectores, frente a millones de espectadores*” (BAUMAN, 2001, p.. 89). O que é testado agora são os limites da espontaneidade desregulada, privatizada e individualizada; a tendência inerente a um mundo completamente privatizado.

Para Bauman, **os governos dos países agem ao estilo do Grande Irmão da TV: deixando que os sujeitos façam seu jogo e que depois se culpem a si próprios se os resultados não estão à medida do que sonhavam**. Os estados nacionais, assim como os participantes do jogo *Big Brother*, renunciam a seus direitos e deveres para cedê-los ao grande irmão *absconditus* que toma o nome de leis do mercado.

A reflexão de Bauman leva a pensar também em como, no jogo por ele comentado, há, ainda mais que em outros jogos, o mesmo dispositivo *absconditus* que a televisão realiza de maneira geral.

Na quinta linha memorial que passo a discutir eu gostaria de trazer à cena o que estou chamando de *game* audiovisual, noção que pretendo atualizar para o jogo da TV e para a *TV* jogo.

Canevacci, em seu livro *Culturas eXtremas* (2005), usa o conceito de **interzonas** para definir uma série de **espaços que se movem in between**, isto é, entre espaços mentais e espaços geográficos: “A interzona é uma dimensão psicogeográfica (...) na qual é a percepção psíquica dessa categoria flutuante que transporta o vivenciado para zonas diferentes” (2005, p. 60). Para o autor, a dicotomia cartesiana entre mente e corpo é tão banal, obsoleta e flutuante quanto a dicotomia entre zonas geográficas e zonas mentais. Mas Canevacci lembra que a interzona não é somente a margem *in between* atravessada pela oposição existencial; **pode ser também uma construção violenta do domínio, pois o poder pode fixar-se nas interzonas para o controle**.

Nos tramados das interzonas os lugares não existem, eles estariam dissolvidos. As zonas são nômades, são percorridas, atravessadas. Não é possível fixar-se, não há sedimentação nas interzonas. Colocar o prefixo “inter” num conceito de *per si* já mutante acentua suas características transversais, ao longo do limite, entre as margens liminares, contra e entre as fronteiras.

No contexto fluido da comunicação contemporânea “o tempo é temporário assim como o espaço. E o espaço é interzonal, assim como o tempo” (CANEVACCI, 2005, p. 62). O autor

define lugares como identitários, políticos, urbanos, institucionais, sintéticos, industriais, dicotômicos, sólidos, enquanto os espaços são plurais, apolíticos, desordenantes e desordenados, sincréticos, metropolitanos, nômades, antiestadistas, móveis. As zonas são imateriais, pós-duais, anômicas, tecno-híbridas e tecnocomunicacionais, cyberpsycho, pós-estadistas, intersticiais, líquidas, intermináveis.

Na TV, o tempo e o espaço seriam interzonais e temporários. Para Bucci (2004), se esse espaço não é mais o lugar histórico, nem identitário, nem relacional, o tempo também deixa de ser um tempo cronológico.

Observem que, vendo TV, temos a sensação de que tudo ali é um gerúndio interminável e, outra vez, totalizante, ainda que dissimulando essa condição. Os eventos se sucedem não propriamente numa sucessão, mas num acontecendo, num se sucedendo, na permanência de um, repito, gerúndio que não tem começo nem fim. Esses fluxos em gerúndio prometem o torpor ou o gozo e, em seu jorro ininterrupto, proporcionam efetivamente um gozo estranho e, ao mesmo tempo, familiar. O tempo da TV é um tempo sem passado, sem futuro. O passado, quando emerge, emerge como presente. O futuro, quando vem à tela a pretexto de uma previsão qualquer, põe-se como um ato que está acontecendo naquele instante exato (BUCCI, 2004, p. 35).

Para Peixoto (2003), o mundo segue linhas de fuga, por ruptura e prolongamento, em todas as direções e dimensões. Aumentando o território pela conjugação de múltiplos fluxos: “Uma geografia que abole toda a história. Uma ‘zona de indiscernibilidade’ em que se apaguem todos os limites, todas as silhuetas, todas as fronteiras. Uma terra de ninguém, impossível de localizar, entre dois pontos distantes ou contíguos, onde tudo esteja em permanente devir. Suprime tudo o que impede de deslizar entre as coisas” (2003, p. 237).

Por isso, para o autor, **é o trânsito que define o panorama contemporâneo, o “entre” o “e”**. “Nem longe nem perto, nem passado nem presente. Mas entre uma coisa e outra. Aqui e lá, no filme e na arquitetura, na pintura e na tevê. Entre o real e o imaginário, o figurativo e o abstrato, o movimento e o repouso. Entre o visível e o invisível. A paisagem contemporânea é um vasto lugar de trânsito” (PEIXOTO, 2003, p.233).

O autor afirma que **o vídeo assimila todas as outras imagens, permite a conexão entre os suportes, a transição entre a pintura, fotografia e cinema.** Na medida em que é uma mídia

capaz de integrar e transformar todos os outros, o **vídeo é o lugar por excelência de passagem:** tudo passa na televisão. Para onde vai o vídeo? Para todo lado, em todas as direções. Ou, nas palavras de Deleuze e Guattari (1996), e a meu ver, em forma rizomática. Eles definem o rizoma como a erva que existe exclusivamente entre os grandes espaços não cultivados. Ela preenche os vazios, ela cresce entre, e no meio das outras coisas. O rizoma não é feito de unidades, mas de dimensões ou, antes, de direções movediças.

Ele não tem começo, nem fim, mas sempre um meio pelo qual ele cresce e transborda. (...) O rizoma é uma antigenealogia. É uma memória curta ou uma antimemória. O rizoma procede por variação, expansão, conquista, captura, picada (...) deve ser produzido, construído, sempre desmontável, conectável, reversível, modificável, com múltiplas entradas e saídas, com suas linhas de fuga (DELEUZE, GUATTARI, 1996, p. 33).

Uma outra autora que também segue essa direção é Regina Mota (2001). Ela fala de uma “lógica da adição”, e a ênfase de sua pesquisa está no *intervalo* das técnicas, das imagens, dos produtos. Mota, baseada em Serge Daney, afirma, por exemplo, que entre o fim da guerra e a irrupção de novas ondas, os cineastas mais modernos foram muitas vezes os grandes teleastas: “A televisão estava no fundo de suas linhas de fuga, de seus horizontes, seus inconscientes” (2001, p. 51). Como exemplos a autora, citando novamente Daney, enumera os grandes repórteres que foram Rossellini (repórter de viagens), Jacques Tati (repórter esportivo), Orson Welles (o primeiro apresentador de jogos), Bresson (o primeiro inventor de jogos sádicos), Renoir (o primeiro a filmar com várias câmeras para a televisão) e Fritz Lang (o primeiro maestro de vídeo-paranóia). “Todos eles, de perto ou de longe, sabendo ou não, anteciparam aquilo que se tornou ordinário na televisão, criando essa linguagem devoradora de linguagens, antropofágica e insaciável” (MOTA, 2001, p. 51). Essa parece ser a tendência de toda mídia que surge, uma espécie de larga tendência devoradora. É o caso do cinema, que no seu surgimento filmou “impiedosamente o teatro, a dança e a literatura”, lembra Mota.

A esse movimento das mídias, que ora se destaca por uma antropofagia intermediática, ora por uma convergência das mídias, e que acontece particularmente na *interzona* que é o vídeo, é o que estou chamando aqui de *game* audiovisual. Se poderia dizer que esta convergência está se tornando uma cultura “interminável”, uma *interzona*. Uma nova configuração do mundo das imagens, com passagens que introduzem outros tempos e espaços. Um território em/de trânsito,

permeável. “Incrustações, sobreposições cada vez mais espessas, englobando todas as coisas, todas as artes” (PEIXOTO, 2001, p. 238).

Santaella (2002) ao descrever as transformações da cultura no século XX, aborda entre os fenômenos novos e emergentes na dinâmica cultural, o surgimento de processos distintos da lógica da cultura de massas, e chama esses processos de *cultura das mídias*. Uma das diversas características dessa cultura apontada pela autora é o modo como as informações transitam de uma mídia a outra, distribuindo-se em aparições diferenciadas: partindo do rádio e televisão, continuam nos jornais, repetem-se nas revistas, podendo virar documentário televisivo, filmes ou mesmo livros. “Esses trânsitos, na verdade, tornam-se tão fluidos que não se interrompem dentro da esfera específica dos meios de massa, mas avançam pelas camadas culturais outrora chamadas de eruditas ou populares” (2002, p. 53). Muitos CDs são vendidos a partir de um show *ao vivo* na TV, livros são adaptados em novelas e CDs são vendidos com as trilhas sonoras dessa novela; esses entre muitos outros são exemplos da forma em que a informação transita entre as diversas mídias.

Para Santaella, **as mídias tendem a se engendrar como redes que se interligam e nas quais cada mídia particular tem uma função que lhe é específica**. “É a cultura como um todo que a cultura das mídias tende a colocar em movimento, acelerando o tráfego entre suas múltiplas formas, níveis, setores, tempos e espaços” (2002, p. 53). Reconhecendo que as culturas mais tradicionais – oral, escrita e impressa – não desapareceram, Santaella afirma que vivemos em um período de sincronização de todas as linguagens e de quase todas as mídias que já foram inventadas pelo ser humano. Para a autora, o poder real da televisão é que ela arma o palco para todos os processos que se pretendem comunicar para toda a sociedade em geral, de política a negócios, de arte a esportes. A TV modelaria a linguagem da comunicação societal.

Santaella assinala os anos 70 como início de um processo progressivo de convivência da televisão com o ininterrupto surgimento de novas máquinas, equipamentos e produtos midiáticos com lógicas distintas a dos meios de massa. Xerox, fax, videocassete, videogames, segmentação das revistas e programas de rádio para públicos específicos, TV a cabo, telefone celular, etc. instauram novos processos comunicacionais que a autora chama de cultura das mídias, destacando que não há linearidade na passagem de uma era cultural para outra, elas se sobrepõem.

Flusser parecia antever o **potencial de interatividade da TV** quando escreveu o único artigo dele ao que tive acesso especificamente sobre TV (1977). Para ele, a TV foi projetada para ser um tipo de janela aperfeiçoada. Aqui o sentido de janela não seria o de uma TV que mostra o que acontece fora dela e sim no sentido das janelas residenciais que oferecem às pessoas uma percepção do mundo, à diferença das portas, ambas buracos nas paredes residenciais. As portas dão a possibilidade de agir a partir dessa percepção do mundo dada pela janela. A TV, então, teria sido pensada para fornecer mapas do mundo às pessoas, para serem usados em envolvimento subsequentes.

A televisão seria uma espécie de *olho* ou *janela* na parede das casas, à diferença do cinema, que seria uma *tela* na parede. Para o autor, um filme é um aperfeiçoamento da pintura, no sentido de que ele organiza imagens em seqüência, semelhante a das letras, sintetizando tanto formas como as das imagens quanto as dos livros.

Portanto, para o autor, o uso da TV como um tipo de pintura na parede – que era o que lhe parecia à época – seria um insulto. A TV teria funções similares à janela convencional, e o autor as diferencia justamente por essa **capacidade que a TV tem de captar também o que é muito pequeno**, ou muito **efêmero**, ou os **movimentos** que são muito **lentos** para uma janela convencional.¹⁷ Para o autor, esse é um aperfeiçoamento importante e se posto em prática completamente mudaria profundamente a visão de mundo do homem e em consequência, sua conduta. A TV teria sido projetada como uma nova forma de ver e entender o mundo, diz Flusser.

A TV é então, para Flusser, potencialmente um aperfeiçoamento da janela tradicional, não só porque nos permite ver mais e diferentes tipos de coisas, mas também e principalmente porque nos fornece novas categorias para vê-las¹⁸. Ela tem uma estrutura que permite a apresentação dos eventos tanto para a imaginação¹⁹ quanto para o pensamento conceitual²⁰, porque suas mensagens fluem como textos na superfície (da tela). Isso não quer só dizer que ela permite aos leitores

¹⁷ Já Benjamin (1987, p.189) descrevia o potencial do cinema de mostrar o imperceptível com a dinâmica de seus décimos de segundo que “fez saltar o mundo carcerário de nossos bares, de nossos escritórios e habitações, de nossas estações e fábricas, que pareciam aprisionar-nos sem esperança. E agora empreendemos, entre seus escombros dispersos, viagens de aventuras”.

¹⁸ As imagens técnicas se apresentam como mediações entre nós e o mundo, quando, na realidade, elas são mediações entre nós e os textos escritos. A escrita linear surgiu para revelar o que as imagens tradicionais escondiam, sendo as imagens tradicionais mediações entre nós e o mundo, explica Flusser (1977, p. 9-10).

¹⁹ Capacidade para compor e decifrar imagens.

²⁰ Capacidade para compor e decifrar textos.

imaginar os eventos e ao mesmo tempo concebê-los, mas que também permite que concebam imagens e imaginem conceitos.

Para o autor, **os espectadores devem entender que eles ficam do lado de fora do programa que estão recebendo, que eles podem rearranjá-lo, inserir-se nele e controlar o fluxo** dos eventos tanto em velocidade quanto em direção, que eles podem jogar contra o aparelho. Quando Flusser (1977) fala dessas formas inexploradas da TV ele parece estar-se referindo a uma potência da TV. Se a potência se realizasse, os espectadores poderiam rearranjar o programa, inserir-se nele e controlar o fluxo dos eventos, tanto em velocidade quanto em direção. Além disso, a TV se usada dialogicamente em circuitos abertos, se tornaria uma ferramenta de aproximação, de “reconhecimento” da outra pessoa “no sentido de perceber e conceber sua mensagem e, do mesmo modo, permitiria à outra pessoa nos reconhecer. Um diálogo através desse meio permitiria uma relação intersubjetiva, numa dimensão tanto intelectual quanto existencial” (FLUSSER, 1977, p.3).

Atualmente, segundo Santaella (2003), o quadro das possibilidades da televisão interativa (que se espera vir com a TV digital) seriam de três tipos. O primeiro seria o *enhanced TV*, que nos permite obter informações adicionais a respeito de qualquer programa. Em segundo lugar, serviços de dados atualizados em tempo real para serem consultados a qualquer hora do dia e noite. Em terceiro lugar, a iTV ou TV interativa para atender a demandas por comunicação multilateral. Santaella refere as profecias de alguns autores sobre uma era pós-midiática, na qual a informação será extremamente personalizada, através do acasalamento da informática com a televisão, e as telecomunicações deverão tornar-se sistemas híbridos em coevolução acelerada. “Tudo parece indicar que os telefones, os televisores e os videogames deverão ser substituídos pelos PCs com hipermídias e redes” (2003, p. 113). Segundo a autora, o desenvolvimento explosivo da civilização digital se dará pelos microprocessadores, a multimídia e as redes telemáticas mundiais.

Se não é possível referir-se a uma cultura televisual, é, no entanto, muito fácil conceber um ethos televisual, um ethos que é de várias formas lúdico. E fica mais ou menos claro até aqui que a TV, à semelhança da cultura, como propõe Huizinga, nasceu jogando e se desenvolve jogando.

Na perspectiva de Bergson, e a meu ver, a *TV jogo* é uma multiplicidade de corpos que percebem e imaginam (transformam em imagens) o mundo a partir do jogo. Ela é uma virtualidade que se atualiza em diversas TVs, em diversas emissoras, diversos programas, promos, espaços de convergências midiáticas, etc. Buscando diminuir a distância entre produção e consumo, cria *interzonas* em que todos são co-jogadores, seja contra ou entre as fronteiras da telinha, tensionando sentidos ali enunciados ou reforçando-os para buscar uma interação homológica.

A *TV jogo* também se atualiza em determinadas *ethicidades* televisivas. Competição, azar, mímica, vertigem, montagem e percepção encontram-se mais ou menos presentes na TV, tanto no seu modo de agir – recortar, montar, emoldurar, colar, etc. – quanto nos modos das atualizações do jogo que comparecem audiovisualmente (como construções televisivas) na programação em fluxo.

III - DEVIRES DE *TV JOGO* NO SBT

Nas páginas a seguir a reflexão se dirige especificamente sobre o *corpus* desta pesquisa, manifestações de um corpo que, como já comentei, a partir de Bergson (1999), é **um misto de percepção e memória**. Depois das incursões na memória do jogo e da TV, levando em conta sua coexistência virtual no meu objeto de pesquisa, farei algumas incursões pela memória do SBT e abordarei algumas de suas percepções.

A percepção supõe a memória. **Nos tempos televisivos do SBT e em suas imagens técnicas estão as percepções que a emissora tem do mundo e do lugar da TV e do jogo na sociedade brasileira**, sendo que as percepções da emissora e de qualquer outro corpo (inclusive o meu) são substrativas, respondem a necessidades de agir que recortam o objeto percebido. Dessa forma irei me aproximando de um outro misto, de uma outra virtualidade: a *TV jogo*.

O jogo é, na TV, uma das primeiras formas dela perceber a si própria. Edgar Morin, em 1962, no livro *Cultura de Massas no século XX - O espírito do tempo* (1992), refletiu sobre o lugar que o jogo televisivo começava a ter em sua época. Para o autor, os Estados Unidos, berço da cultura de massa, produziram o que ele caracterizou como “uma gigantesca ética do lazer”, um lazer cujo tempo não é mais marcado pelas festas e rituais, mas pelas férias e fins de semana. Esse tempo, que foi chamado de livre (em oposição ao tempo ocupado pelo trabalho), amplia antes de tudo as oportunidades de consumo. Mas, conforme o autor, esse tempo leva também a um grande retorno das formas infantis do jogo – nos espetáculos esportivos, nos jogos radiofônicos e televisionados, nas saídas de finais de semana nas férias.

Morin lembra que, no final do século XIX, com a segunda fase da revolução industrial, o trabalhador reduz sua carga de trabalho. O tempo livre passa a ser ocupado com atividades que não incluem necessariamente outros trabalhos, a família e a festa, como era costume nos séculos anteriores. Os lazeres abrem os horizontes do bem-estar, do consumo e de uma nova vida privada. “O homem começa a participar da civilização do bem-estar, onde o lazer passa a ser também a possibilidade de uma vida consumidora” (MORIN, 1992, p. 68). O lazer moderno surge, portanto, segundo o autor, como o tecido da vida pessoal, o centro onde o homem procura

se afirmar como indivíduo privado. A cultura de massa pode assim ser considerada como uma gigantesca ética do lazer, sendo o lazer, por si mesmo, uma ética cultural.

Para Morin, a felicidade dissolve o passado e o futuro no presente. A ética do bem-estar, do conforto, do consumo desenvolve-se em detrimento de uma concepção de existência humana, na qual o homem consagra seu presente a conservar os valores do passado e a investir no futuro.

A mitologia euforizante, traduzida, segundo Morin, na expressão, “eu tenho o direito de ser feliz”, desempenha um papel de regulação moral para justificar o desejo e o prazer individuais. A religião do homem moderno, “religião essa que não tem padres, [mas que] funciona industrialmente [...] é a ideologia da felicidade” (1992, p. 129), **sendo que uma boa parte do imaginário moderno de felicidade passa pelo jogo e pelo espetáculo.**

Nada disso é absolutamente novo, pois os espetáculos, assim como os jogos (de azar e de competição) sempre estiveram presentes nas festas e nos lazeres antigos.

O que constitui novidade é a extensão televisória ou teleauditiva do espetáculo, abrindo-se até os horizontes cósmicos. São os progressos de uma concepção lúdica da vida. Numa dimensão planetária, a indústria da diversão, reorganizando o lazer nas férias e nos fins de semana, encontra no jogo e na competição como espetáculo um dos seus principais elementos” (MORIN, 1992, p. 71).

Ao fazê-lo, porém, tende a reproduzir as formas que organizam o mundo do trabalho²¹.

No Brasil, a TV chega no momento em que se dá início a uma série de mudanças no País que, entre outras coisas, irão diminuir as até então muito grandes distâncias entre uma e outra região do país, e é necessário contextualizar aqui essas mudanças porque elas levarão a um **estilo de vida que não pode ser pensado sem a televisão, entendendo-a no contexto de um programa (no sentido de Flusser) de “modernização” da sociedade** dentro do qual está a TV. Primeiro, o governo progressista de Juscelino, a aceleração do crescimento industrial, das migrações internas, das liberdades de expressão, da intensidade e do ritmo da vida urbana, da

²¹ Isso se aplica bem aos jogos televisivos e à toda a TV, como foi proposto por Arlindo Machado, anteriormente citado; ao falar sobre os modelos de produção em larga escala da TV, ele diz que a serialização e a repetição infinita do mesmo protótipo constituem a regra. Tal como numa fábrica.

dívida externa. Depois, além disso, os planos desenvolvimentistas do regime militar, o *boom* das telecomunicações e o cerceamento da liberdade de expressão, entre outras coisas.

Cardoso de Mello e Novais (1988) identificam, nesse segundo período, a base do que eles consideram uma tragédia histórica, que se enraizou nas profundezas da alma de várias gerações, e que foi possível graças a uma grande contribuição dos veículos de massa, especialmente da televisão. Para além da violência que empregou durante o seu período mais autoritário, o regime militar moldou uma outra forma extremamente eficaz de garantir duradouramente a dominação dos ricos e privilegiados: “Forma até muito prazerosa, disfarçada de entretenimento, ou forma muito séria, revestida de informação objetiva: a indústria cultural” (1988, p. 637). A indústria televisiva consegue, assim, o impulso decisivo para seu desenvolvimento e expansão, isso porque o governo viu nela uma das formas mais eficientes para sua legitimação.

Exposta a esse impacto modernizante, a sociedade brasileira passou diretamente do analfabetismo à massificação, sem percorrer a etapa intermediária de absorção da cultura moderna. O Brasil, que manteve a escravidão até finais do século XIX, oitenta anos depois parecia estar ingressando no "primeiro mundo"; na realidade, construía uma das sociedades mais desiguais do mundo. Lúcia Santaella (1990) considera que a entrada da TV nesse momento da história brasileira “provoca o salto abrupto da etapa folclórica da comunicação oral – de que essa população era agente – para essa espécie de folclore urbano, que são os meios de massa, de que essa população é paciente” (1988, p. 79).

Para Cardoso de Mello e Novais,

quando a TV se expandiu na sociedade brasileira, esta não tinha desenvolvido ainda um nível de autonomia de juízo moral, estético e político, assim como os processos intersubjetivos mediante os quais se dão as trocas de idéias e de informações, as controvérsias que explicitam os interesses e as aspirações, os questionamentos que aprofundam a reflexão, tudo aquilo, enfim, que torna possível a assimilação crítica das emissões imagéticas de televisão e o enfrentamento do bombardeio da publicidade (1998, p. 640-641).

Para Maria Rita Kehl (1979-1980), os diversos fatores que estavam em jogo foram apagando a dimensão regional e forjando um imaginário de nação. “Uniram-se a busca de um público maior, a industrialização generalizada da produção de bens materiais no País e a

penetração massiva da indústria cultural em todas as áreas de produção de bens simbólicos. Agora, o circuito pequeno, regional ou local, parece inútil” (1979-1980, p. 21). Segundo a autora, o fenômeno não é causado pela televisão, mas pelo modelo de desenvolvimento adotado no país, que incorporou novas e diferenciadas faixas sociais ao mercado de consumo cultural. O que ela atribui à TV é seu papel na diluição imaginária da contradição, do contraste, da desigualdade, contornando as barreiras de classe e de linguagem, estendendo a mão aos produtores culturais e transformando qualidade em quantidade.

Dessa forma, os poderes políticos do momento percebiam a televisão como um espaço de unificação que possibilitava a imagem em rede de um Brasil *novo, unificado e bonito*, que eliminava as “impurezas”. O “corpo” publicitário percebia a TV como a possibilidade de aproximação de fronteiras e alargamento de venda de produtos e estilos de vida. A TV, incorporando as duas percepções, descobriu-se como uma zona de jogo tanto para transgredir as percepções possíveis sobre ela quanto para somar a elas a auto-percepção de um espaço de jogo onde aquelas pessoas desarraigadas de seus lugares de origem, *estrangeiros* nos centros das cidades, em busca de emprego e carentes de formas de sociabilidade encontrassem nela uma nova sociabilidade familiar, lúdica e promissora do novo padrão de vida. Essas razões, entre outras, contribuíram para o grande sucesso já do primeiro programa de jogos na TV brasileira.

Mira (1995) lembra a manchete de uma revista paulistana, em 1956, depois da exibição do primeiro programa de perguntas e respostas que foi ao ar no Brasil: “Revoluciona todo São Paulo o programa *O céu é o limite*”. Todas as sextas-feiras, na TV Tupi, o programa alcançava um índice de audiência de 92%. A revista atribuía o sucesso aos milhões em prêmios que o programa prometia distribuir “sem limites”. O artigo destacava que, além dos prêmios, o que também fazia pensar no programa como provocador de uma “revolução” eram seus modernos esquemas de produção: o sistema de movimentação das câmeras e os *jingles*, **jogo, este, propriamente televisivo** (jogo de câmeras e jogo audiovisual).

Mas essa “revolução” pode ter ainda outros contextos, já citados, que devemos sobrepor. Um deles já amplamente desenvolvido é o caráter de *meio frio* da TV. No jogo sempre há um desfecho a ser construído e a ser co-jogado que combina com essa necessidade de a TV apresentar processos mais do que produtos, como dizia McLuhan. Um outro elemento que faz

com que jogo e televisão façam sucesso juntos é o que Machado chama de “circularidade” própria da TV:

O vídeo logra melhores resultados quanto mais a sua programação for do tipo recorrente, circular, reiterando idéias e sensações a cada novo plano, ou então quando ela assume a dispersão, organizando a mensagem em painéis fragmentários e híbridos, como na técnica da collage (MACHADO, 1997, p. 199).

Os formatos de jogo são extremamente circulares e reiterados. Sempre no mesmo cenário o jogo começa e recomeça inúmeras vezes e é capaz de adaptar-se às necessidades da TV. Com menos ou mais jogadores, menos ou mais tempo de duração, menos ou mais tarefas, o jogo se adapta a qualquer tempo e particularmente ao televisivo. Essa elasticidade do jogo televisivo é em grande parte por conta de o jogo ser uma realidade fechada e pelo poder lúdico do fragmento já apontado anteriormente como característico da TV.

Huizinga (2002) lembrava que o jogo é uma realidade completa em si mesma, com tempos e espaços próprios. Isso faz com que o lúdico como **construto televisivo** seja diferente de outras *ethicidades*, como a de atualidade, ou informação, construto mais freqüente dos telejornais. Se a mensagem principal dada pela notícia é sua obsolescência, conforme Bauman (2001), a do jogo é a da sua permanência. Justamente por sua capacidade de adaptação, o jogo sempre foi e será atual. O jogo também é diferente da teledramaturgia ou de qualquer outro gênero que demande uma seqüência de episódios. Embora o jogo possa ter elementos de atualidade e de narrativa, eles aparecem em segundo plano. Isto facilita, inclusive, a entrada e saída do ar dos programas de jogo, como faz o SBT, o que não causa constrangimento algum à emissora. Já tirar do ar uma novela no meio de sua trama, ou não veicular um telejornal em um dia, com certeza traria sérias conseqüências à emissora, e por isso é raro acontecer.

Pode ser que Silvio Santos tenha sido um dos primeiros a entender estes atributos do jogo na TV: programas de jogo têm vantagens técnicas, econômicas e *éticas* em relação a outros gêneros de programas. E foi através dos programas de jogo que Silvio foi forçando as margens da programação televisiva, como relata Silva (2000):

Acontecia, naquela época, algo difícil de acreditar: a TV Paulista ficava fechada aos domingos. Só abria às 15:30 para transmitir futebol. Vitor Costa, dono da emissora, era entusiasta da idéia de ocupar as tardes de domingo com uma programação de variedades. Então acertou com Silvio Santos a apresentação de um programa do meio-dia até as duas da tarde. (...) Dessa maneira, o contrato com a TV Paulista foi fechado e Silvio lançou-se na televisão aos domingos, com o suporte publicitário do Baú da Felicidade, que já existia há três anos e estava em franco desenvolvimento empresarial. Nascia assim o *Programa Silvio Santos*. (...) A estréia ocorreu em meados de 1962. Seus quadros principais eram: *Cuidado com a Buzina* (calouros), *Só Compra Quem Tem*, *Pergunte e Dance*, *Partida de 100* e *Rainha por um Dia* (SILVA, 2000, p. 50).

Os quadros citados por Silva fazem parte, com algumas modificações, das grades de programação de toda a história da emissora. Silvio Santos, em seus mais de 40 anos de televisão, esteve sempre apresentando programas de jogo. Por isso e por uma série de questões que já foram ou serão ditas sobre o SBT, Silvio é a *persona* que, na TV brasileira, mais está relacionada ao jogo televisivo e aos sentidos que derivam deste. Inclusive quando, na década de 1970, aconteceram alguns episódios lamentáveis, que levaram à crise dos programas de auditório e as emissoras a assinarem um protocolo de autocensura²² e a mudarem suas programações, Silvio Santos, que fazia seu programa nas principais emissoras do País, não foi atingido. Para Mira (1995), Silvio soube combinar sempre duas características importantes durante essa crise toda: a de apresentador e administrador.

Meio pai, meio amigo, ele freqüenta os lares com uma intimidade que só se consegue após longa convivência (...) Preenche de forma significativa, entre as classes populares, um espaço lúdico, onde entram o jogo, a música e a fantasia. Seu talento de mercador de sonhos é por demais conhecido. Para milhões de pessoas que se identificam com ele é a mais perfeita edição do sonho de ser milionário, de ser artista, de ser feliz. Seus carnês e seus programas mobilizam essas fantasias e vendem a esperança de conquistá-las. Seus auditórios estão lotados de moças que queriam ser misses, cantoras, ou, pelo menos, “telemoças”. Emoções simples, mas poderosas (MIRA, 1995, p. 53).

Para a autora, o grande segredo do apresentador está nas formas lúdicas que ele mobiliza na construção dos seus programas. Embora seus programas tivessem a presença do grotesco tanto quanto os outros de sua época, o fato de eles serem jogos tornava-os pouco objetáveis. Seu

²² Renato Ortiz (1991) e Maria Celeste Mira (1995) explicam em detalhes esse protocolo e as condições em que foi assinado.

sucesso parece ser fruto da adequação desses elementos às formas industriais do lazer. Uma relação perfeita entre jogo e negócios.

Nos primeiros anos de existência do SBT, a emissora passou por uma crise parecida a dos programas de auditório, o que a levou a um profundo abalo econômico. A dificuldade estava no fato de que pelo menos 40% do mercado de anunciantes se recusava a anunciar na TV de Silvio Santos. A equipe técnica foi renovada e a emissora chegou a oferecer anúncios de graça, sem sucesso. Assim, em 1983, o SBT lançou uma forte campanha que se resumia na expressão, inúmeras vezes repetida pelos seus diretores, “popular sem ser popularesca”, que deveria ser a imagem de sucesso da nova rede.

A nova equipe **tentou transformar o desprezado e difuso “popular” em um segmento bem delimitado e dotado de potencialidades de consumo não tão desprezíveis**. Em 1988 apareceu o resultado positivo do investimento, fruto da racionalização da administração e do redirecionamento da estratégia mercadológica. Nesse ano os números cresceram, e os custos da programação subiram em razão do lançamento de novos programas. Elevou-se o padrão de produção pelo investimento em equipamento técnico e, de certa forma, o popular modernizado legitimou o retorno dos programas de auditório à televisão brasileira (na mesma época, a rede Globo relançou o *Cassino do Chacrinha*, entre outros e, em 1989, o *Domingão do Faustão*).

Nessa incursão na memória do SBT é importante resgatar que antes do surgimento da emissora já existia o *Programa Silvio Santos* (PSS). As práticas da emissora, seu modo de agir, já estavam presentes no primeiro programa que Silvio fez na TV Paulista, em 1961, e depois em outras emissoras da época. **O chamado Programa Silvio Santos seria uma duração que se atualizou em outras emissoras e finalmente numa rede nacional**. Rede essa que foi engendrada pelo PSS, na sua centralidade no jogo, na sua organização, na sua programação, na sua centralidade no apresentador e dono e no seu caráter de negócio.

Poderia considerar o SBT como um grande *Programa Silvio Santos*, é claro, com alguns colaboradores. Estaria aqui criando e formulando um problema (nos termos do método intuitivo): o chamado *Programa Silvio Santos* como coexistência virtual que se atualizou em programas, em jogos televisivos, em uma emissora, bem além do que em TV entendemos como programa, talvez mais perto do que Flusser chama de programa (seria o *software* Silvio Santos?). Vejamos algumas imagens de uma atualização (exibida no dia 28/08/2005) do PSS.



Os *frames* 1 a 9 fazem parte da vinheta de abertura do PSS, e moldura as mais de 13 horas de programação do SBT aos domingos. A vinheta tem 2 minutos de duração e exhibe *flashes* dos programas que vão ao ar das 11h, horário em que foi exibida a abertura no dia em questão, às 0h30min do dia seguinte, hora em que encerrou o último quadro anunciado dentro do PSS.

O PSS não está na grade de programação, no entanto figura até no livro dos recordes como o programa de mais longa vida na história da TV. Nos primeiros 30 anos era o próprio Silvio que animava horas de programação, geralmente *ao vivo*. Com o decorrer do tempo e o avanço da idade do apresentador, foram introduzidos quadros de programas gravados e, posteriormente, quadros de programas apresentados por outras pessoas. Atualmente, há também seriados e filmes estrangeiros. Se bem ocorreram todas essas mudanças, na abertura que vemos nos *frames* 1 e 2; 21 a 27, podem ser reconhecidas imagens antigas, dos inícios, seja para marcar que este PSS é ainda “aquele” dos primeiros tempos em que caravanas vinham de todas partes do Brasil para *ver* e *jogar* com o apresentador, seja para marcar sentidos lúdicos que *duram*.

Podemos ver aí algumas das características do *software* Silvio Santos: enunciar o antigo como sempre atual quando ligado a sua *persona*.

A vinheta inicia, então, com as tradicionais imagens de um auditório lotado. O auditório saúda (ou aclama) Silvio Santos ao som de uma música que caracteriza o PSS também desde o princípio, o tradicional “lalalalá” cantado pelo auditório (ou gravado por um auditório afinado). As *personas* da platéia agitam “pompons”, o que era próprio das caravanas da década de 1970-80 com cores diversas segundo o lugar de onde provêm, ao melhor estilo dos grupos femininos de animação de times esportivos.

As imagens estão molduradas por duas faixas nos extremos superior e inferior onde está escrito repetidamente as palavras “Programa Silvio Santos”. Nos primeiros segundos aparece o auditório expressando sua alegria (pela presença de Silvio? Pelos prêmios? Por estar na TV? Porque domingo é tradicionalmente dia de jogos, prêmios e alegria na TV brasileira e particularmente no SBT?). O nome do PSS aparece como uma espécie de selo de propriedade daquele espaço/tempo televisivo. O panorama adquire a forma de cinta cinematográfica em movimento no interior da qual vão passando quadros, imagens em movimento. Referências cinematográficas, rolos de filme, excesso de holofotes e outras referências ao espetáculo, à fama também são recorrentes no *software* de Silvio, uma espécie de *Porta da Esperança* ou de *Cinderela* (nomes significativos que já denominaram quadros do programa).



O PSS está sendo aqui uma moldura que vai dar sentidos a um conjunto tão variado quanto mutante: seriados e filmes americanos, programas de humor, um sorteio, um *game show*, um programa de variedades e um programa de entrevistas, todos produzidos pelo SBT. Ainda, os dois primeiros seriados, fazem parte de um jogo chamado de *Sessão Premiada* que é uma interação com os telespectadores que vai ocorrendo nos intervalos dos seriados, sejam estes ou outros (o conteúdo do *Sessão Premiada* muda constantemente, conforme algum critério que se faz difícil perceber). Temos aí uma outra forte característica do *software*: criar algo assim como durações programáticas que permitam total fluidez de horários e conteúdos sem interferir na solidez (e até reforçando) da *ethicidade* Silvio Santos.

As imagens do auditório não são substituídas, por cima delas começam a passar os quadros com cenas dos programas. Como nas épocas iniciais, tanto Silvio quanto o auditório parece que permanecem “ali”, se não é no estúdio, pelo menos é na tela como enunciação. A duração SBT atualiza-se, pelo menos em forma enunciativa como uma duração de auditório. Um

auditório que, além de feminino, é popular. Tanto no início como no final são enquadradas em primeiro plano (são raros esses planos na emissora) algumas pessoas que se destacam pelo perfil bem distinto dos perfis midiáticos, seja por serem portadores de síndrome de *down* (frames 24 e 25), seja por estarem acima ou abaixo dos padrões econômicos, de idade e de beleza aos que estamos habituados na mídia. Dessa forma, o *Programa Silvio Santos* e com ele o SBT se enuncia como emissora “popular”.

Há uma primeira seqüência de quadros com a logomarca de cada programa. Antes do término destes quadros, entra a voz *off* “Lombardi” dizendo: “Silvio Santos vem aí”. É necessário levar em conta que a voz *off* é um recurso usado em tempos de TV dirigidos a um público com pouca alfabetização visual, que muitas vezes coincide com baixa alfabetização em geral, e é fácil entender porque o SBT usa e abusa do recurso. Há, no entanto, algo curioso no SBT: até as vozes *off* se apresentam numa hierarquia. “Lombardi” é a principal *off*, a única que possui nome, que dialoga com o dono da emissora e que anuncia os comerciais relacionados à “Telesena” e ao “Baú da felicidade”, duas das principais empresas do grupo Silvio Santos. O uso do *off* e a hierarquia de “Lombardi” também fazem parte do *software* Silvio Santos.

É importante lembrar a força autoritária do recurso. Canevacci (2001) chama a atenção para o uso da voz *off* como um recurso que ajuda a construir a auto-evidência do mostrado.

O recurso cumpre a função de invisível autoridade externa; possui, com freqüência, o poder de apresentar-se com a força auto-evidente de uma objetividade incontestável, de tal forma que o ponto de vista ético estabelece uma relação ambivalente com o visível, em que o observado é muitas vezes relegado a mero pano de fundo de documentário (CANEVACCI, 2001, p. 167).

Ou seja, para o autor, o recurso cria um ambiente que coloca o caráter incontestável da imagem em primeiro lugar, e o que é mostrado na imagem, em segundo lugar. A relação fundamental se estabelece entre sujeito e objeto (a câmera do sujeito que filma com seu ponto de vista e o objeto da tomada). Para Canevacci, o que determina essa relação são os movimentos de câmera, enquadramentos e montagem, mas tudo isso pode encontrar, na voz *off*, a expressão mais clara do desnível em favor da subjetividade da câmera. “Dessa premissa, deduzimos que a voz em *off*, para além do que diz, nos ‘fala’ da relação que o observador deseja estabelecer com o observado, do ponto de vista do sujeito sobre o objeto” (CANEVACCI, 2001, p. 162).

Voltando à voz *off* na vinheta do programa, “Lombardi” completa: “Silvio Santos vem aí... com os programas *Sessão Premiada*, com as séries ... [entra imagem e som de uma cena da série, a cena toma agora toda a tela e desaparecem as imagens de fundo do auditório e o nome do PSS, como vemos, por exemplo no *frame 17*] *Oito regrinhas básicas para namorar minhas filhas adolescentes*”. Assim vão seguindo trechos de programas e, sobre a logo, “Lombardi” diz o nome da série ou programa. São eles, dentro do *Sessão Premiada*, as séries *Oito regrinhas básicas para namorar minhas filhas adolescentes* e *Dedé e o Comando Maluco*. Uma série americana e outra brasileira, do SBT. Posteriormente *Meu Cunhado*, série de humor do SBT. Na seqüência *Smallville, as aventuras de superboy* (seriado americano), depois o programa *Domingo Legal*, apresentado por Gugu Liberato, com 4 horas de duração. Na seqüência, *Qual é a música? game show*, apresentado por Silvio. *O sorteio da telesena*, loteria da emissora, apresentada por Silvio. Seguidamente, *Sessão das dez e meia*, nome dado pelo SBT à exibição de filmes, neste caso *A Isca*. No fim, *Dois a um com Mônica Waldvogel*, programa jornalístico (de entrevistas) da emissora. Volta a entrar a cena do primeiro seriado e “Lombardi” diz “e fiquem agora com *Oito regrinhas básicas para namorar minhas filhas*. O panorama transforma-se novamente em quadros da “fita” com a marca “Programa Silvio Santos” e voltam as imagens do auditório, como vemos nos *frames 19 a 27*.



As práticas registradas até aqui podem ser identificadas também no restante da programação da emissora. O *Programa Silvio Santos* mostra-se não como um programa do SBT e sim como o Programa gerador da emissora, em certa forma o *software*. Os tempos de TV que fazem parte hoje do PSS mostram que, na verdade, o conteúdo deles é relativo: não interessam as séries, os programas; em todo caso, eles se tornam mais uma surpresa que Silvio dará a suas companheiras de trabalho (nome com o qual ele chama ao auditório). Sejam programas estrangeiros ou nacionais, seriados ou *games*, filmes ou jornalístico, o nome *Programa Silvio Santos* sempre estará ligado ao jogo, alegria e prêmios, no espaço em que ele estiver, seja pessoalmente animando no estúdio, jogando *ao vivo*, seja através desta vinheta que, embora tenha apenas 2 minutos de duração, revela as principais molduras ou quadros de experiência da emissora. Outros aspectos do *software* do SBT serão comentados ao longo das próximas páginas, em relação a outros tempos televisivos, mas queria registrar aqui o PSS por ser ele, ao contrário do que parece, o programa que deu surgimento ao SBT.

O SBT, então, como **corpo dotado de matéria e memória**, percebe o mundo como mundos lúdicos e os imagina e materializa em **programas de jogo**. Mas não só, pois várias grandes empresas do grupo Silvio Santos anunciam e sorteiam seus produtos também na forma de jogos durante a programação da emissora. A meu ver, e como mostrarei a seguir, são devires da *TV jogo*.

Seguindo a história da emissora relatada por Silva (2000), o primeiro programa de Silvio Santos na TV Paulista, em 1961, antes da criação do SBT. Chamava-se *Vamos brincar de força?*, e, baseado na brincadeira popular com o mesmo nome, já era apresentado por Silvio Santos na Rádio Nacional. Uma nova versão desse jogo estava no ar recentemente no SBT, como aconteceu inúmeras vezes com vários jogos na história da emissora.

O jogo na TV se atualiza em determinados formatos, alguns mais sólidos outros mais fluidos. *Games* e *quiz shows* foram os primeiros, e passaram a designar o gênero dos diversos programas de perguntas e respostas, de competição ou de azar, que a TV produz. Posteriormente surgiram os *reality shows*, no qual há um atravessamento de *game show* e outros formatos, como o de resistência na selva com câmaras, captando as reações dos participantes, depois o formato da convivência de diversas pessoas em uma casa com câmeras e muitos outros. Também a categoria propaganda apresenta formatos de jogo, como o formato telecompras e o sorteio, o que mostra a proximidade entre jogo televisivo e comércio.

Alguns formatos foram criados ou apropriados por grandes empresas (*softwares* privativos?!) e vendidos às TVs do mundo inteiro. A *Endemol*, da Holanda, e a *Freemantle*, dos Estados Unidos, são talvez as mais conhecidas. A primeira é “proprietária” do *Big Brother*, o mais famoso de seus formatos de jogo, e a segunda é “proprietária” de formatos como *O aprendiz*, *Ídolos*, *Family Feud*, e muitos outros.

Valter Bonasio, produtor de diversos *game shows* do SBT e autor de *Televisão - Manual de Produção & Direção* (2002), em entrevista a mim concedida disse que os jogos no SBT seguem dois padrões: no primeiro, eles são ou inspirados por formatos estrangeiros ou são adaptações de formatos existentes. O produtor ou diretor do programa tem certa liberdade para colocar algumas de suas idéias, inclusive interferindo na parte cenográfica, na iluminação e na direção de imagens. “Entretanto, todos os programas apresentados por Silvio Santos seguem um

certo padrão de produção, pois recebem influência direta do Silvío, que imprime sua visão desde sua pré-produção e segue durante as gravações dos pilotos”.

No segundo padrão, segundo Bonasio, estão os jogos licenciados, que é quando o SBT compra a licença de uso do formato.

Estas empresas [que os produzem] normalmente enviam a ‘bíblia’ de Produção do programa, e ainda oferecem a opção para que sejam contratados alguns profissionais (produtor e diretor) para acompanharem as gravações dos pilotos aqui no Brasil. Nestes casos, as plantas dos cenários, mapa de iluminação e os planos para a direção de imagens estão incluídos (BONASIO, Valter. Ex-produtor de *games shows* no SBT).

É interessante ver como as *normas do jogo* da economia global são rígidas e controladoras, e seriam uma forma de o poder se instalar em interzonas, nos termos de Canevacci (2005). Mas também sabemos que o SBT tem driblado essas normas sem transgredi-las, com a mesma lógica, “pirateando” formatos, como foi o caso do programa *Casa dos Artistas*, uma adaptação do *Big Brother* da Endemol²³ que foi lançada um pouco antes de ir ao ar o formato legalmente vendido à Globo.

Entre piratas e *hackers* (no sentido que citei anteriormente, dado por Stallman) pode ser apontada uma grande diferença: o pirata rouba para seu benefício, e joga o mesmo jogo do contexto global no qual está inserido; o *hacker* age sobre o programa do jogo, sendo uma espécie de antivírus ao vírus já ativado da globalização do capital. No exemplo que dei, nesta perspectiva ficam claras as diferenças entre formatos e gêneros, por exemplo. O gênero só pode ser transportado (roubado, vendido, dado, transgredido e também jogado) em um formato específico.

A TV também cria molduras capazes de transformar qualquer gênero ou formato de programa, comercial ou promo de TV em jogo. Essas molduras aparecem no fluxo em diversos momentos da macromontagem e, no SBT em especial, várias molduras com aparência de jogo se sobrepõem no fluxo moldurando toda a programação da emissora com tal sentido *ético*.

²³ Após frustradas negociações do SBT com a Endemol, surgiu o programa *Casa dos Artistas*. Segundo Souza (2004), a parceria não se efetivou porque a Endemol não vende ou licencia apenas o formato: ela faz contratos de co-produção, para garantir a aplicação da fórmula correta e aumentar sua participação nos lucros. O SBT, então, não comprou o formato e produziu um programa similar.

É interessante lembrar ainda que Umberto Eco (1984) apontava para a dificuldade de classificar o jogo televisivo nas categorias habituais de informação ou ficção. Na categorização dos programas televisuais, o que é o jogo? Como se situa no mapa de crenças? Ele diz a verdade ou coloca em cena uma ficção?, pergunta-se o autor. Talvez o deslocamento ou **liquefação do mapa de crenças, a dissolução dos mundos apoiados em realidade ou ficção seja um devir de TV jogo**, que instaura mundos lúdicos alargados, que atravessam todos os gêneros e se assemelhando mais ao que Kilpp (2003) chamou de gênero televisivo. Para a autora, a TV operaria sobre os gêneros, dando origem a um gênero propriamente televisivo.

“No interior desse gênero televisivo, ficção e realidade se hibridizam tecnicamente, engendrando uma realidade televisiva simétrica e equivalente a uma ficcionalidade televisiva. Dessa forma, os gêneros televisivos participam da metrópole comunicacional, **dissolvendo certos mundos e instaurando novos**” (KILPP, 2003, p. 92).

Vejamos algumas imagens técnicas, conceitos de mundos lúdicos imaginados pelo SBT:



28



29



30

Nos *frames* 28 a 30 o jogo se atualiza como competição e azar nas molduras televisivas mais sólida de jogo: os programas (ou quadros de programas). O *frame* 28 é do programa *Roda a Roda* de 17/08/2006. O programa apresenta um jogo marcado pelas presenças de uma roleta e um painel eletrônico no qual vai se formando a palavra a ser descoberta a partir de uma pista. Este programa será comentado mais adiante. Os *frames* 29 e 30 foram tirados do *quiz show* chamado *Show do milhão*, um clássico do SBT, programa de perguntas e respostas para as quais o jogador

tem 4 opções de resposta, como mostra o *frame* 29, e ainda, na parte inferior do mesmo *frame*, aparecem os indicadores dos movimentos do participante: errar, parar, acertar. O prêmio é uma quantia em dinheiro proporcional às perguntas acertadas, sendo o máximo de um milhão de reais. Como estes há ainda muitos outros programas ou quadros de jogo com participantes que respondem a perguntas, apresentam habilidades ou giram uma roleta, ou algum outro tipo de elemento lúdico que lhe permite ganhar um prêmio.

Os *frames* 31, 32 e 33 apresentam outras formas de jogo que foram aparecendo no SBT, na medida em que os negócios se ampliaram em setores como o de brinquedos, de informática e outros. Elas são prolongamentos de algum programa televisivo em direção a produtos não televisuais, e dessa forma produz-se uma mútua referência, que vende o programa e o produto. As imagens técnicas que os anunciam trazem elementos característicos do programa de jogo do qual são prolongamento, sendo molduradas por ele; de fato, são imagens técnicas de um comercial no interior ou adjacências do programas tensionando os limites de um e de outro, e são outra vez, nessa perspectiva, conceitos de mundos lúdicos.

Os *frames* 31 e 32 foram tirados do fluxo televisivo que anuncia o brinquedo “roda a roda”, um jogo “para jogar em família”, como é enunciado pela voz *off*. O jogo traz uma roleta para ir somando pontos e uma lista de palavras com um pequeno painel de cartão para completar as palavras. Não se informa muito sobre o brinquedo, mas o som durante a apresentação das imagens é a voz de Silvio Santos no programa *Roda a Roda* (*frame* 28). Há uma sobreposição de tempos e espaços audiovisuais. A voz do apresentador transformou-se em uma *ethicidade* tão familiar, repetida e personalizada que pode ser separada do seu corpo (televisivo) e imediatamente identificada. Ela transita facilmente no fluxo televisivo do SBT sem imagens do corpo da voz, e também é parte decisiva de determinados brinquedos (relógio que dá as horas com a voz de Silvio Santos, contos da Disney relatados por Silvio Santos, etc).



31



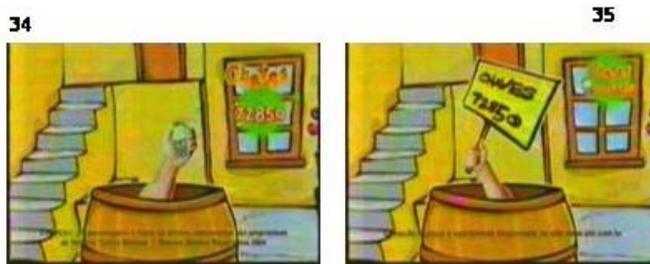
32



33

O *frame* 33 apresenta o “computador do milhão”, e a logo que está no interior da tela do computador é a mesma do clássico programa *Show do milhão* (*frames* 29 e 30). O computador, além de todas as utilidades que um computador pode ter, tem o nome e a logo do *quiz* e mais de mil perguntas e respostas que fazem parte do jogo televisivo.

São estes alguns exemplos de extensões do jogo em mercadorias de venda, mas que ao mesmo tempo oferece sentidos a essa mercadoria e reforça sentidos aos “originais”. Aqui há muitas outras imagens técnicas que poderiam ser citadas: outros brinquedos, as propagandas de loterias como a “Telesena”, o carnê do “Baú da Felicidade”, etc., todas propagandas que enunciam jogos estendendo sentidos lúdicos para o programa em questão e o produto que está sendo anunciado.



Os *frames* 34 e 35 indicam outro devir de *TV jogo*, cada vez mais freqüente nas diversas emissoras e que envolve a convergência midiática e de linguagens, próprias do *game* audiovisual, como expliquei anteriormente. No caso apresentado nos *frames* 34 e 35 e em outros exemplos no SBT, há uma relação entre telefone celular e a programação da emissora moldurando-a como jogo interativo. Os *frames* em questão referem-se ao *quiz do Chaves* e colocam *em jogo* mídias como a TV e a telefonia celular e linguagens como a de programas televisivos e o desenho.

Chaves é um seriado mexicano criado em 1971 e trazido ao Brasil por Silvio Santos, antes ainda de o SBT existir, na época da TVS. Silvio comprou os direitos do seriado e de outros produzidos pelo mesmo grupo (*Chapolim*, etc.). Talvez um dos programas mais clássicos e duradouros nas TVs da América Latina – várias gerações cresceram assistindo a esse programa – ele faz parte da programação infantil da emissora. Esta propaganda da qual retirei os *frames*, apresenta um desenho onde é fácil identificar o cenário em que se desenvolve a trama de *Chaves*:

um barril, onde a personagem mora, e uma escada por trás, um enquadramento bastante característico do programa.

Uma voz *off* desafia o telespectador a demonstrar o quanto sabe sobre o Chaves e as outras personagens do seriado. Um número telefônico é anunciado para enviar a ele uma mensagem de texto com a palavra “Chaves”. Uma nova voz, a do Chaves (do profissional que faz a dublagem em português, no caso) faz remissões às palavras da personagem dizendo “sem querer querendo, você vai se divertir de montão”. No *frame* 34 aparece o braço do “Chaves” com um celular na mão que sai do barril e no *frame* seguinte, ele levanta uma placa com a palavra “Chaves” e o número para o qual enviar a mensagem. A propaganda encerra com a logo do “SBT celular”.

O “SBT celular” e o “Portal de voz do SBT” oferecem um conjunto de possibilidades lúdicas como teor e como *game audiovisual*. A interatividade proposta passa pelo convite a entrar em contato com apresentadores, deixando-lhes uma mensagem, a participar dos mesmos jogos que estão no ar, na emissora ou outros relacionados a conhecimentos de *personas* e personagens da emissora. Em todos está se concorrendo a algum prêmio. Além de programas e *personas* entram no jogo os produtos das empresas patrocinadoras, que não deixam de ser verdadeiros jogadores. Um exemplo bastante recente é o chamado “Preço Mínimo”, uma unidade autônoma, com direito inclusive a logomarca própria, que aparece entre os comerciais e durante toda a programação, apresentada por Celso Portioli. O apresentador aparece no cenário junto a um produto (carro, moto, etc.) e convida a oferecer o menor e único lance para levar o produto. É dado um número ao qual deve ser enviada a mensagem de texto com o nome do produto e o valor oferecido. Recebe-se uma mensagem quase imediata, geralmente dizendo “seu lance não é o menor” ou “seu lance é o menor, mas não é único”. Alguns dias depois é revelado o lance oferecido pelo ganhador.

No caso de o “Portal de Voz do SBT”, programas televisivos como *O show do Milhão*, *Family Feud* e muitos outros de perguntas e respostas podem ser jogados pelos espectadores independentemente de estarem assistindo televisão e desses programas estarem no ar ou não. Mas o portal também permite a inscrição para os programas de jogo (com exceção de programas nos quais exclusivamente participam os “fregueses” do “Baú da Felicidade” ou aqueles que compraram a “Telesena”), o que conecta os jogadores novamente à TV.

Todas essas unidades autônomas que são inseridas na macromontagem televisual encerram com a imagem da logo do SBT e um número telefônico ou endereço de *site*. As chamadas para o portal de voz do SBT e o SBT celular têm como características, além das remissões a outras *ethicidades* da emissora, uma apresentação mais moderna, geralmente relacionada à computação gráfica ou desenho. Temos ali uma montagem de imagens de diferentes naturezas, umas geradas em computador, outras pela câmera de vídeo, mas no jogo do fluxo são todas igualmente televisivas. Como exemplo, podemos ver a vinheta do Portal de Voz do SBT, que, junto com o SBT celular, o Chat do SBT e, é claro, a TV parece ser na atualidade uma das principais interzonas lúdicas. O Portal do SBT é uma convergência de TV com telefonia fixa ou móvel.



36



37



38



39



40



41

A chamada do Portal de Voz do SBT é uma montagem, em quadros, de cenas dos programas da emissora; preferencialmente mostradas as logomarcas dos programas ou alguma imagem dos apresentadores, isto é, a “cara” do programa ou a do apresentador. Na vinheta, além de uma trilha de ação, há rápidas mudanças de planos e movimentos internos de *zoom* muito rápidos.

Os quadros em que se encontram estas cenas de programas lembram as chamadas *centrais técnicas* (CT) das emissoras de TV. Salas com monitores que permitem acompanhar a programação que está sendo gravada, a que está indo ao ar e inclusive a que está indo ao ar em outras emissoras ou imagens que estão chegando à emissora via satélite.

Tratam-se de pequenas janelas simultaneamente abertas aos mundos televisivos, seja para controle de produção do que se grava ou exhibe na própria emissora ou para um controle das emissoras concorrentes. São janelas abertas para mundos televisivos, neste caso, exclusivamente os mundos televisivos do SBT, exibido nas diversas janelas ou na forma de mundo que elas adquirem no *frame* 41. Esses mundos televisivos do SBT estão sendo enunciados como mundos lúdicos: cada quadro tem, internamente muita cor e movimento, a trilha vai acompanhando os planos e quando há um *close* há também um descompasso, favorecendo o efeito de movimento geral que compõe a vinheta. Quando o enquadramento fecha em alguns dos monitores aparecem cenas de jogos Além disso, uma voz *off* diz: “Já está no ar o novo portal de voz do SBT, agora nossos programas também estão em seu telefone ligue para ... participe conosco e para cada programa você tem ações especiais. Deixe sua opinião ou recado para os artistas, escute histórias exclusivas, responda as perguntas do *Show do Milhão*, concorra a prêmios e muito mais. Com o Portal de voz do SBT, você participa mais da TV. **Ligue agora e divirta-se.**”²⁴

Ao mesmo tempo legendas aparecem no monitor: na parte inferior, o número do portal de voz, na parte superior, chamadas que acompanham o *off*, como “deixe sua opinião” (*frame* 38), histórias exclusivas (*frame* 39) “concorra a prêmios” “e participe” (*frame* 40), entre outras. Aqui a voz *off* acompanha a vinheta de início a fim, é masculina e fala no modo verbal imperativo, modos bastante habituais de se apresentar o *off* particularmente na propaganda, embora o imperativo e o lúdico seriam por natureza incompatíveis, *neste* caso são interdependentes.

Nesta chamada do portal de voz esse ponto de vista é fortemente lúdico, a ordem é para participar e se divertir – implicitamente acatar o conceito de diversão do SBT – em uma moldura

²⁴ Talvez essas últimas palavras ecoem a principal mensagem da TV jogo. Se Umberto Eco (1984, p. 200), lembrava que a TV é “uma janela aberta sobre um mundo fechado”, a TV jogo é uma ou múltiplas janelas abertas para um mundo lúdico. E se para o autor, a notícia máxima que a neotevê consegue dar, independente do que esteja falando, é “eu estou aqui, eu sou eu e eu sou você (...) estou anunciando para você, maravilha das maravilhas, que você está me vendo; se você não acreditar, experimente, faça um chamado, disque este número e eu lhe responderei!” (ECO, 1984, p. 183). Seguindo Eco, poderia dizer que a máxima notícia que a TV jogo consegue dar é: Eu estou aqui para jogar com você, sou interativa e lúdica, aposte, ligue, vote, escreva, mande mensagem de texto, responda em casa às perguntas, uma vez, outra, outra...continue jogando e terá diversão e prêmios garantidos.

que enquadra a *ethicidade* emissora e dessa forma a constrói com sentidos lúdicos. Esta vinheta opera como anúncio de um produto ao mesmo tempo em que moldura a programação do SBT, identificando a emissora com a interatividade e o jogo. É através do portal de voz (uma outra mídia, o telefone) que os telespectadores podem entrar em contato com a emissora, com seus apresentadores e, sobretudo, ganhar prêmios. Se os monitores se apresentam como janelas para ver o SBT, o portal de voz e seu número telefônico se apresentam como uma porta para entrar nos mundos lúdicos percebidos nas janelas da vinheta.

Tentei fazer até aqui uma cartografia dos devires de *TV jogo* identificados no SBT. As diversas atualizações de jogo (do jogo como teor) aqui identificadas serão retomadas ao longo do trabalho. A seguir, proponho outra linha de virtualização, não necessariamente vinculada a jogos televisivos no sentido de seu teor.

O jogo dá ao SBT sentidos relacionados ao reprodutível, acessível, familiar, popular, sentidos construídos muitas vezes graças a uma estética, mas também pela construção de mundos lúdicos que têm elementos em comum com outros imaginários lúdicos²⁵, principalmente relacionados ao **azar**. Estéticas e imaginários lúdicos serão alguns dos elementos da memória da *TV jogo* no SBT abordados nas próximas páginas.

Para Sodré e Paiva (2002), uma categoria estética é um estado afetivo, uma forma de organizar os diversos elementos artísticos dentro da obra. Os mesmos elementos, diversamente combinados, produzem efeitos artísticos diferentes em sua qualidade própria, um sistema coerente de exigências para que uma obra alcance determinado gênero (patético/trágico/dramático, cômico/grotesco/satírico) no interior da dinâmica da produção artística. A categoria responde tanto pela produção e estrutura da obra quanto pela ambiência afetiva do espectador, na qual se desenvolve o gosto, na acepção da faculdade de julgar ou apreciar objetos, aparências e comportamentos.

Conforme os autores, em televisão predominariam duas categorias estéticas, padrões de programação que não são necessariamente excludentes: o "de qualidade", ou seja, esteticamente

²⁵ Aqui podemos distinguir, mais uma vez, os imaginários lúdicos e os imaginários televisivos lúdicos. Adaptando Kilpp (2005, p. 104), eu diria que o imaginário lúdico é o conjunto de marcas de enunciação das culturas (identidades coletivas) relacionadas ao jogo, manifestas e visíveis ou mediadas nos e pelos produtos culturais. Os imaginários televisivos lúdicos seriam os imaginários televisivos atravessados pela moldura corpo do espectador (um corpo singularmente inserido na sociedade e na cultura, com um repertório singular de imagens e molduras relacionadas ao jogo).

clean, bem comportado em termos morais e visuais e sempre "fingindo" jogar do lado da "cultura"; e o do grotesco, em que se desenvolvem as estratégias mais agressivas pela hegemonia da audiência.

A obra de Sodré e Paiva, escrita em 2002, identifica a estética da Rede Globo com o *clean* e a estética do SBT com o grotesco. Levando em conta as mudanças estéticas e técnicas da emissora em questão, parece-me que a classificação dada pelos autores correspondia mais aos anos anteriores do SBT. Na atualidade, embora conserve, especialmente aos domingos, traços de estratégias agressivas para conquistar audiência, desde o ano passado (2006) essas estratégias, no geral da emissora, estão mudando e parecem um pouco mais complexas. Em todo caso, tomo as afirmações de Sodré e Paiva como ponto de partida para pensar a estética das emissoras.

Assim como na TV Globo há uma estética *clean*, constituída pelo chamado Padrão Globo de Qualidade, haveria uma estética própria do SBT? Seria essa, assumidamente, uma estética do jogo?



42



43



44



45



46



47



48



49



50

Temos aqui uma série de *frames* de diversos produtos do SBT. Os *frames* 42 e 43 correspondem ao cenário e vinheta do programa *Family Feud*, um *game show*; já o *frame* 44 é do telejornal *SBT Brasil*; e os *frames* 45 e 46 são, respectivamente, do promo de abertura e da abertura propriamente dita do *Programa do Ratinho*; o *frame* 47 é do programa *Topa ou não topa*. O *frame* 48 diz respeito ao programa *Qual é a música?*; o 49 é da propaganda do “Baú da felicidade” e ao mesmo tempo do programa *Roda a Roda*. Por fim, o número 50, é um quadro da vinheta do *Sessão Premiada*.

Nesta seleção não estão em questão tanto os programas e sim as estéticas que os caracterizam e fazem parte do *ethos* do SBT. Podemos observar, inclusive em programas que, no imaginário comum, se situariam longe do jogo, como é o telejornal, cenários, cores e luzes semelhantes aos dos outros quadros.

Assim, os panoramas televisivos do SBT caracterizam-se por cores intensas e pelo seu contraste (azuis, vermelhos, verdes, laranjas), pela presença de luzes em movimento: refletores e pequenas luzes que compõem fundos dando uma certa textura móvel como é o caso do fundo do telejornal no *frame* 44. Há também uma espécie de poluição da imagem, não só pela saturação de cores e luzes, mas também pela quantidade de elementos presentes em cada panorama.

Valter Bonásio (2002), na obra já citada sobre televisão, organiza a estética audiovisual em planos, luz, cor, movimento e profundidade. Os planos no SBT são geralmente planos de conjunto ou planos médios. Há uma alternância permanente entre planos (participantes, apresentador, painéis, auditório), sendo que o apresentador geralmente ocupa o centro dos planos, o que mais se repete.

“Os cenários dos *game shows* são bem menores do que o telespectador pode imaginar. A finalidade básica da iluminação é manipular e articular a percepção do nosso ambiente. A luz nos ajuda a sentir de forma específica” (BONÁSIO, 2002, p. 237). Ambientes, extremamente iluminados como cassinos, circos e os cenários do SBT, busariam produzir sentimentos de alegria, promessa, expectativa.

A cor é uma propriedade da luz e não dos objetos. Segundo o autor, o SBT abusa das cores quentes: vermelho, laranja, amarelo e o azul, com matiz alaranjado, cores que criam intimidade, familiaridade.

Os cenários do jogo no SBT, especialmente dos *game shows*, caracterizam-se por muito movimento, o movimento primário se refere ao movimento dos objetos em frente à câmera. O movimento secundário se refere aos movimentos da câmera e das lentes. O movimento terciário refere-se ao movimento das seqüências, é criado na edição, através dos cortes, fusões e efeitos.

No caso do SBT há uma predominância do primeiro e do terceiro movimentos. As câmeras e lentes, fora raras exceções – como em algumas chamadas – aparecem com mínimos movimentos. Talvez por conta da amplitude dos planos, talvez pelo excesso de movimento interno e de efeitos, mais um movimento correria o risco de deixar a imagem quase incompreensível. Em todo caso, essa discrição do segundo movimento dá uma certa impressão de câmeras fixas e de pouco jogo de câmeras, como na época da TV *ao vivo*, sem descartar a hipótese de que haja aí um enunciado específico sobre uma certa perpetuação dos tempos de espontaneidade lúdica da TV, remissão a seus primeiros anos.

Para Bonasio (2002), a profundidade do campo de visão tem uma função importante. Uma tomada com um campo de visão profundo faz com que a ação fique relativamente fácil de acompanhar. Uma profundidade de campo de visão rasa requer que se mude constantemente o foco, ou melhor, que se mude o campo de visão à medida que a câmera ou o sujeito se movimentam. No SBT, os complexos cenários e o campo de visão profundo, facilitam o acompanhamento das figuras centrais da ação. Nossa percepção de profundidade pode ser acentuada ainda com o uso de luzes, que ajudam a destacar as formas. Orientar a atenção do espectador para elementos importantes na cena é um dos papéis aos quais a luz se presta. Ela nos mostra como é um objeto e onde ele está em relação a outros. Por isso é importante prestar atenção, na emissora, aos constantes jogos de luzes.

Estas constatações sobre a estética da emissora me permitem fazer algumas associações com a estética *Kitsch*. O *kitsch* é, na definição de Abraham Moles (1975), uma nova relação da pessoa com os objetos, em que a arte se torna funcional, decorativa; **o consumo domesticando a experiência estética.**

O kitsch, encontra-se, portanto, ligado a uma arte de viver e talvez, nesta esfera, ele encontrou sua “autenticidade”, pois é difícil viver em intimidade com as grandes obras de arte, tanto aquelas do vestuário feminino como as dos tetos de Michelangelo. Ao contrário, o *kitsch* está à altura do homem, do homem comum, comum por ter sido criado pelo e para o homem médio, o cidadão da prosperidade (...) O *kitsch* aparece aqui como movimento permanente no interior da arte na relação entre o original e o banal (...) arte adaptada à vida e cuja função adaptativa ultrapassa a função inovadora (MOLES, 1975, p.27).

Já Umberto Eco (1970) estende o conceito para toda a produção artística ou cultural cuja intenção é provocar um efeito pré-fabricado no receptor, em geral de caráter sentimental.

O que prevalece é o intento de criar uma atmosfera liricizante, e para tanto os autores utilizam expressões já carregadas de fama poética, ou então elementos que possuam como peculiaridade própria uma capacidade de noção afetiva (vento, noite, mar, etc.). Os autores, contudo, não parecem fiar-se apenas na capacidade evocadora das palavras e as envolvem e guarnecem de palavras acessórias, de modo que, caso se perca o efeito, esteja ele já devidamente reiterado e garantido (ECO, 1970, p. 72).

O *kitsch*, portanto, tem relação com o consumo, a ascensão social e a busca de um efeito sentimental, de emoções. As imagens do SBT demonstram todo um explícito cuidado em construir excessos com a presença de movimento, luzes, cores, brilhos, espelhos, etc.

O *kitsch* é um contraponto da estética *clean* também por não se pretender “realista”; o *kitsch* elimina de seu ponto de vista tudo o que na existência humana é essencialmente inaceitável.

Entre as características do *kitsch*, podemos encontrar, segundo Eco (1984), alguns princípios. O princípio de inadequação seria o desvio em relação à finalidade, ao tamanho: falsificação de materiais (flores de plástico), estilos e contextos (anjos barrocos de gesso). Funções secundárias que acabam suplantando a função principal. A inexistência de uma relação do tema com a estrutura geral da obra. Um segundo princípio que caracteriza o *kitsch* seria o de acumulação: apareceria em objetos diversos sem um sentido, que possuem valor emocional e de baixo custo, que vão sendo acumulados sem uma unidade. Haveria também uma percepção sinestésica: o maior uso dos sentidos para impressionar o espectador: imagem, som, aromas. Com todos esses artifícios o *kitsch* pode ser considerado sinônimo do vulgar, mas na realidade eles facilitam a absorção do consumidor. Nem feiúra nem beleza extremas. Esses são valores absolutos que fogem do intuito do *kitsch*. Há ainda o princípio de conforto: o que não cria problemas, mas simplesmente agrada, enche a vida da sociedade de consumo de sensações, emoções e pequenos prazeres.

O imaginário lúdico que estou tentando reconhecer no SBT tem sim a estética do *kitsch*, o que é uma das suas molduras ou das formas nas quais esse imaginário se atualiza. Mas não é a única. Não é que o *kitsch* esteja diretamente ligado ao jogo, mas poderia estar relacionado aos sentidos específicos de azar – que é certamente uma das linhas divergentes do jogo que mais está relacionada, na atualidade, ao consumo.

Os sentidos de azar e sorte na emissora também estão dados pelas histórias das *personas* que fazem parte do SBT. O imaginário de sorte que acompanha a “bem sucedida” história do dono do SBT, Silvio Santos, o camelô que virou megaempresário, está também na história de seus principais colaboradores. Mira (1995) conta a história de vários diretores de programas, produtores, gerentes da emissora que começaram como *office boys* ou em funções semelhantes. Esse imaginário se constitui numa promessa de sorte para o público.

O SBT apresenta-se como uma promessa de salto na escala social, estando imbuído dos sentidos próprios dos jogos de azar. Embora nem todos os seus jogos envolvam o azar, há uma produção de sentidos que opera sobretudo em relação aos jogos de azar, presente, de alguma forma, em todos os programas de jogo, em algumas vinhetas e, de forma geral, em toda a programação do SBT. A centralidade da roleta e dos prêmios no SBT, o contexto de mudanças sociais no Brasil, entre as quais diversas questões favoreciam uma proposta imaginária de jogos de azar como forma de ascensão social já foram comentados anteriormente. Mas há também no SBT um imaginário lúdico que compartilha elementos com outros imaginários de jogo de azar, prática antiga no País.

Roberto DaMatta e Elena Soárez (1999) realizaram um estudo sobre o chamado “jogo do bicho”, um jogo de azar brasileiro, loteria popular criada em 1890 por João Baptista Vianna Drummond. O jogo surge nos estertores da escravidão brasileira, quando a sociedade institui o trabalho livre. O estudo sobre o jogo do bicho traz algumas características comuns a todo tipo de jogo popular que, no Brasil, permite a mobilidade social, ou pelo menos sua promessa.

Como totens de um sistema destinado a transformar vidas anônimas em destinos e a eventualmente subverter hierarquias sociais, os bichos são efetivamente “bichos”!, ou seja, são seres fantásticos e capazes de realizar prodígios. E no “nosso” capitalismo não há prodígio maior do que transformar o pobre em rico (DAMATTA, SOAREZ, 1999, p. 43).

Os autores estabelecem uma profunda ligação entre as mudanças sociais ocorridas na virada do século XIX, na passagem do Império à República, e a consolidação desse jogo. O jogo do bicho seria, entre outras coisas, um instrumento para promover a passagem de uma categoria social a outra, superior. Nos países fundadores da modernidade e do racionalismo (França e Inglaterra), o jogo de azar põe em xeque a liberdade individual e a idéia de probabilidade, e abre um caminho paralelo e alternativo para um modo de enriquecimento que dispensa o trabalho.

No seu clássico e pouco lido *A teoria da classe ociosa*, publicado em 1899, Thorstein Veblen associa o conceito de “sorte” e de “jogo” a uma visão “predatória”, “animista” e arcaica do mundo, a qual projetaria atributos humanos em objetos e seres da natureza como animais e plantas. Para Veblen e os vitorianos em geral, isso constitui uma indesejável “sobrevivência” e um claro retrocesso a um estado de primitivismo, irracionalismo e superstição. Esse

ponto é reiterado na *Encyclopaedia of the Social Sciences*, quando William Seagle observa a relação contraditória entre jogo e especulação financeira e-otimista e intrépido – aponta como anacrônica a crença na sorte “na era da máquina” (...) A hegemonia da noção de progresso racional e moral é decisiva no bojo das argumentações contra o jogo na França, na Inglaterra e nos Estados Unidos (DAMATTA, SOAREZ, 1999, p. 27).

Os jogos de azar estariam sendo capazes de relativizar a ideologia moderna. A essa ordem fundada no mercado, na quantidade, no individualismo, na “ética do trabalho”, na impessoalidade e no utilitarismo, o jogo do bicho oferece uma alternativa, ao mesmo tempo pública e doméstica, aberta e hermética, pois ele reitera a possibilidade de ficar “bem de vida” apelando para a sorte e sem ter de engajar-se no trabalho.

Esse “trabalho”, com licença da nobre e tão badalada “ética protestante”, nos torna a todos, senão escravos, pelo menos bons puxa-sacos e filisteus prontos a sacrificar a festa e o amor pelo emprego e pela rotina, pela responsabilidade como castigo e por um futuro que, sejamos francos, continua tão incerto quanto o bicho que pode, ou não, “dar” amanhã. Além disso, ele reafirma que se pode “acertar” e “enriquecer” por meio de um sistema de intuições (ou “palpites”) explícito e codificado, relativamente harmonizado com a racionalidade moderna, mas de impossível demonstração empírica, e que a contradiz e enfeitiça (DAMATTA, SOAREZ, p. 28).

Tudo isso parece mostrar que as inovações e a aceitação do chamado “moderno” não se faz por meio de um gradual afastamento do que julgamos antigo e obsoleto, como geralmente se pensa, mas por meio de sínteses híbridas, que combinam o antigo e o novo, o cauteloso e o audaz, a lógica moderna que divide e o “pensamento selvagem” que destemidamente intui e totaliza. O jogo do bicho, segundo os autores, não indica apenas um simples desejo de retorno à tradição, ou uma sábia e popular resistência a uma modernização feita a pulso, mas representa uma síntese criativa do antigo com o moderno.

Na análise do jogo do bicho há um destaque para os “banqueiros”. São figuras acessíveis e populares do mundo cotidiano, que mantém com o apostador um elo relativamente transitório, mas definido por profunda lealdade e plena confiança, porque ambos compartilham um mesmo sistema de crenças. Diante da impessoalidade do mundo urbano, os banqueiros operam na base das intimidades e confianças que constituem parte da sociabilidade brasileira, sobretudo no que diz respeito à construção da pessoa, entidade abordada nas obras de DaMatta como fundamental

para a vida dos brasileiros. A pessoa busca tanto os seus direitos políticos individuais quanto o respeito, a consideração e a dignidade moral que são valores relacionais. Esses valores chamam a atenção de Caillois (1990), ao ponto de ele afirmar:

O jogador não poderia exercer represálias sobre o bicheiro desonesto, mesmo que encontrasse algum. Só que não os há. É espantoso e admirável o fato de haver mais honestidade neste obscuro jogo, em que tentadoras somas passam sem parar por mãos miseráveis, do que, a outros níveis, aos quais os brasileiros apontam um lamentável desmazelo nos costumes. No entanto, a causa parece ser clara. É que se não houver confiança, semelhante negócio não durará muito. Mal ela seja prejudicada vai tudo por água abaixo. Justamente porque onde não pode haver controle nem reclamações, a boa fé não constitui um luxo, mas sim uma necessidade (CAILLOIS, 1990, p. 180).

Não se trata, para DaMatta e Soares (1999), de uma sociedade (a brasileira) que simplesmente gosta de valorizar o ganho fácil, mas de um sistema que discerne o valor do dinheiro como um instrumento privilegiado para a construção da “pessoa”. Trata-se, então, de uma concepção de “pessoa” complexa e exigente. O jogo do bicho, assim como qualquer jogo de azar que envolve dinheiro, tem como objetivo precisamente a “desclassificação” das pessoas, eventualmente desarrumando, com seus resultados, o quadro de categorias sociais fixado pelas leis da propriedade privada e do dinheiro, pela criação incessante de “novos-ricos” e de “pobres novos”.

Temos, então, a atualização no SBT de um imaginário lúdico complexo no qual o poder do lúdico, além do prazer e alegria que a ludicidade traz, é inseparável de valores personalizantes, riqueza, consumo e de uma certa crítica a uma pirâmide social injusta.

Essa possibilidade de o azar (ou sorte) reverter a pirâmide social apontada pelos autores lembra os sentidos dados por Caillois à *alea*, comentados no início deste trabalho. No azar, a decisão não depende do jogador e sim do acaso. A habilidade do jogador, ou os privilégios de nascimento, não têm poder decisório no resultado: os jogadores devem entregar-se ao destino, e grandes *milagres* acontecem.

O SBT se enuncia como esse espaço social, um espaço que iguala os desiguais pelo acaso, pelo azar. Os *frames* a seguir parecem fazer uma referência a esses sentidos. Eles pertencem ao programa ou quadro *Sessão Premiada* – esse é o nome desse tempo televisivo, fazendo alusão a

uma sessão de cinema (o programa) – que é o que geralmente há entre os blocos do programa em que o apresentador dialoga com um telespectador, por telefone, o espectador dizendo uma palavra-chave que foi mostrada não no programa, mas no intervalo comercial, escolhendo um número da chamada *pirâmide premiada* e que corresponde ao valor que ganhará. Esse jogo é um espaço sem classificação (programa de programas? Programa com dois quadros?) moldurado em um jogo de azar. Não está na grade de programação; nela, figura apenas o nome do filmes ou série que será exibido. No fluxo aparece, aos domingos, como um quadro do *Programa Silvio Santos*, como já foi comentado no início. Aqui, há um claro tempo de TV do SBT, com um forte imaginário e de molduras lúdicas que sugerem o azar e a mobilidade social, inclusive em seus efeitos. Vejamos esta passagem, por exemplo, usando um efeito *cube spin*, em que podem parecer dados jogados ao azar, e que alteram a *pirâmide premiada*.



51



52



53



54



55



56



57



58



59



60



61



62

Este efeito, usado na transição de imagens, acontece no início do programa, quando o apresentador, Celso Portioli, explica como funciona o último bloco do jogo, no qual os valores que os jogadores podem ganhar se multiplicam. Trata-se de uma transição do plano do apresentador à pirâmide, voltando ao apresentador. Estas imagens podem estar atualizando o imaginário de ascensão social que move os jogos de azar e mostram a força da *ethicidade* azar para a emissora.

Ainda sobre o imaginário lúdico faltaria uma breve explicação sobre o consumo, já que azar e ascensão social estão diretamente ligados ao consumo, no jogo do SBT e das outras empresas do grupo Silvio Santos. Trata-se do consumo que se atualiza nos prêmios e no jogo dos patrocinadores (tanto o jogo televisivo como o extra-televisivo). Canevacci (2005), falando sobre a categoria “jovem” explica como ela está relacionada ao consumo de forma condenatória. Essa sua consideração pode nos ajudar a entender o imaginário de consumo-lúdico em questão.

Na idéia de sociedade de consumo há uma espécie de horror político-conceitual, uma aporia do bem e uma inflação do mal, um escândalo da ética tanto revolucionária quanto conservadora. A sociedade só pode ser a do trabalho. Do conflito entre classes. Da arte científica da política e do partido como sua expressão mais elevada para a tomada de poder. Na emergência desordenada e descomposta da sociedade do consumo, todos os olhares convergem para uma condenação sem apelo: hedonismo, narcisismo, relaxamento, superficialidade. A produção salva a alma; o consumo é sua danação. A produção é o anjo que abandona os escombros da existência e que os resgata. O consumo é o anjo decaído que afunda na danação do prazer, do vistoso, do supérfluo. Na produção o sujeito é de classe; no consumo o indivíduo é de massa. Na primeira, ele é alienado e revolucionário; na segunda, é homologado e apaziguado (CANEVACCI, 2005, p. 23).

Para o autor, a crítica à sociedade do consumo envolve e arrasta toda ideologia, eleva o desdém, faz as pessoas se sentirem boas e sofredoras. Sobretudo condena. A sociedade de consumo é um espetáculo indigno: aliás, é a “sociedade do espetáculo” de que falava Debord.

No caso do SBT há um claro apelo ao consumo, uma relação direta dos objetos de consumo com os prêmios dados aos jogadores. A crítica ao SBT muitas vezes está relacionada com a questão de estar moldurada pelo jogo e o consumo, remetendo a uma espécie de sociedade parasita (a brasileira, no caso) e que a emissora careceria de molduras mais fortes e sérias, como a da informação. Mas a emissora não só “descobriu” e “demonstrou” que seu público tem um potencial de consumo como também moldura seus jogadores como consumidores que não poderiam consumir sem a mediação estrita do jogo do SBT. Ou seja, a concepção ideológica sobre o consumo, comentada por Canevacci, é incorporada de modo assistencialista pela emissora. A emissora é a produção e o auditório e o palco são o consumo, sempre em tom de jogo para diminuir o ranço condenatório da produção ao consumo. Embora a platéia seja chamada por Silvio de “companheiras de trabalho”, há uma clara distância que reforça sentidos de “dar” e de “receber”. Desde as épocas em que Silvio Santos caminhava entre o auditório perguntando “quem quer ganhar cem reais?” e tirava de seu bolso para entregar nas mãos de alguém do auditório até as épocas atuais em que Celso Portioli diz aos participantes do *Sessão Premiada* “não agradeça a mim, agradeça ao SBT pelo prêmio”.

Se lembrarmos aqui que De Certeau, Maffesoli e Bauman, já citados, pontuam no jogo o seu caráter de laboratório de experiências sociais poderíamos entender o SBT como um laboratório um pouco diferente ao da *societas abscondita* que Bauman soube decifrar no *Big Brother*. A sociedade do SBT parece-se mais com a sociedade do coronelismo que engendrou a sociedade do compadrio apontada por DaMatta. Trata-se de uma espécie de sociedade paralela, mas que também tem como características o domínio dos mais fortes. O coronelismo no Brasil é símbolo de autoritarismo e impunidade. Se bem o nome originalmente referia o conjunto de ações políticas de latifundiários chamados de coronéis em caráter local, regional ou federal, onde aplicavam o domínio econômico e social, atualmente estende sentidos à cena política brasileira se referindo à compra de votos em períodos eleitorais. Com o coronelismo desenvolveram-se as relações de *compadrio*, onde as pessoas consideradas “inferiores” e dependentes submetiam-se ao senhor da terra pela proteção e persuasão. Se por um acaso houvesse alguma resistência de alguma parcela dos apadrinhados, estes eram expulsos da fazenda.

O SBT parece se apresentar de forma semelhante, com o “coronelismo” de Silvio Santos e uma estrutura paralela aos poderes instituídos que nunca são reconhecidos nem para bem nem para mal, embora o próprio Silvio já foi candidato a governador e presidente da república. O Brasil do SBT é mais parecido com aquela sociedade brasileira que se reúne, ao longo de um século, ao redor dos *banqueiros* do bicho. Um laboratório de sociedade do jogo, do compadrio e do “favor”.

Junto com as estéticas citadas até aqui conformando um imaginário lúdico televisivo é importante abordar uma estética própria da TV em geral e do SBT em particular que é a **estética da repetição**. Para Calabrese (1989), as produções dos mais modernos meios de comunicação social nascem como produto de mecânica repetição e otimização do trabalho, mas o seu aperfeiçoamento produz mais ou menos involuntariamente uma estética. Ou melhor, uma estética da repetição, que se oporia à originalidade, ao irrepetível “ao ponto de ser verdadeiramente ‘indizível’ (isto é, não repetível, nem sequer num discurso sobre ela)” (CALABRESE, 1989, p. 42). Essa visão, sobretudo em relação à arte, é reconhecida pelo autor como confusa, ultrapassada e inadequada para os objetos estéticos de nossos dias. Para ele, essa visão deu lugar a uma exaltação da citação e do *pastiche*, mais apropriada para entender os produtos estéticos da atualidade.

A repetição teria, segundo o autor, uma ordem estática (esquema) e uma ordem dinâmica (ritmo). O esquema é uma referência espacial, e o ritmo uma referência temporal. As diferenças de ordem repetitiva seriam diferenças de ritmo, a variação de ritmo seria uma variação de forma estética. Calabrese acentua que a importância não está no *que* é repetido, e sim nas maneiras de segmentar e codificar um texto, podendo, desse modo, ser identificado um sistema de invariantes, e o que não cabe nelas é considerado como variável independente.

Martín-Barbero (1987) também aborda a repetição como estética:

Podría hablarse entonces de una estética de la repetición que, trabajando la variación de un idéntico o la identidad de varios diversos conjuga la discontinuidad del tiempo del relato con la continuidad del tiempo relatado. Lo que remite al sentimiento de duración que inaugurará el folletín del siglo XIX, permitiendo al lector popular hacer el tránsito del cuento a la novela “sin perderse”. Es el oficio que desde la televisión cumplen todos los géneros producidos en serie, el oficio de mediación entre la lógica del sistema

productivo y la lógica de consumo, entre la del formato y la de los modos de leer, las de los usos (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 52).

Ferreira (2004) lembra como o fenômeno da repetição aparece na natureza, permitindo a compreensão do mundo, pois ela só se dá na medida em que os acontecimentos se tornam, para nós, regras, repetições e leis: “Imagine se vivêssemos em um mundo em que não houvesse repetição. Como haveria o dia depois da noite? Como organizaríamos nossos hábitos ou pensamentos? Como veríamos televisão?” (2004, p. 87).

A TV tem suas estratégias de programação baseadas em um ritual que podemos considerar o do calendário e o da repetição. É esse ritual que é responsável, em boa parte, pelo hábito de assistir TV e por se criar uma certa relação afetiva entre a televisão e o público. Essa compreensão estaria na base do surgimento da horizontalidade (uma ordem de repetição na semana) e da verticalidade (uma ordem no ritmo do dia) da TV às quais já estamos acostumados, mas que surgiram no decorrer da história da televisão. A repetição que cria familiaridade é tão necessária na TV quanto no jogo. O jogo é um dos espaços onde mais claramente vemos a harmonia do sólido e o fluido, do esquema e o ritmo, da variação do idêntico e a identidade do diverso.

Ferreira (2004) cita diversas formas de repetição na TV, fora aquelas que dizem respeito à horizontalidade e verticalidade da grade de programação. A repetição ocorre na estrutura interna de um programa ou no fluxo da programação, mas ela também se dá de maneira intertextual. Assim, um programa dialoga com o anterior e anuncia o que está por vir. Há repetição de personagens e enredos, cores, gestos e discursos, cortes e planos, e por uma enunciação explicitamente semelhante entre as emissoras (diferentes canais e redes da televisão aberta e fechada), criando desta maneira linguagens repetidas.

Repetir pode ser levar ao ar, mais de uma vez, o mesmo programa, reprisar; mas também acontece repetição de rostos (*personas* ou personagens), visíveis em diferentes programas de uma mesma emissora, atores que também fazem intercâmbio entre canais e entre gêneros, circulando entre novelas e comerciais, na própria estrutura de organização do programa: chamadas antes dele ir ao ar, a forma em que determinados programas abrem e encerram com a locução de uma voz *off*.

Não somente há repetição das *personas* que fazem parte da *casa* SBT (muitos deles estão ali desde os inícios da emissora), mas também de vozes *off* que têm nome, pelo menos as duas principais: “Lombardi”, que dialoga com o dono da emissora nos programas por ele comandados e anuncia os resultados das loterias da emissora, e a já comentada voz do próprio Silvio Santos que, a esta altura, é questionável o fato de ser *off*, porque é uma voz à qual todo telespectador (pelo menos grande parte dos telespectadores que moram no Brasil) imediatamente associa a um rosto, o mesmo.

Há repetição em *remakes*. E há repetição nas vinhetas, nas chamadas, nos caracteres e logotipos de programas e da emissora. A simples presença de uma cor que se repete no vídeo confere significado aos demais elementos, o uso repetido de um *cross dissolve*, um tipo de transição de imagens, ou ainda o uso repetido de *cube spin*, formatando a imagem em cubo, entre outros recursos de edição, tudo isso, repetido, leva cada passagem de quadro e o que há nele a ganharem significados novos. Ferreira (2004) destaca ainda como repetição na TV o elemento pré-audível, aquilo que, de certo modo, já é esperado, está pressuposto e, assim, faz parte da memória, já é hábito: a música de abertura de um programa, uma determinada marca sonora que separa o filme dos comerciais, uma voz *off* que anuncia a “nova atração”, etc.

Uma rede, ao repetir *personas*, programas, etc. repete-se a si própria uma e outra vez e consolida sua existência televisiva, construindo-se como *ethicidade* ou ser televisivo, e recolocando-se também como moldura que é sobreposta a outras molduras.

Uma das **repetições** mais claras é a presença do **imaginário televisivo lúdico** que já abordei. Uma outra moldura, acho que uma das mais sólidas e que mais se repetem, são as *personas* - e a hierarquia na qual elas aparecem - (jogadores e jogo de hierarquias). As molduras mais fluidas que se repetem são as práticas de trânsito de um jogo televisivo para um brinquedo ou para um jogo em outras mídias, e eu chamaria este fenômeno de **alargamento lúdico**, que acho é um dos devires de *TVjogo* mais fortes na atualidade.

A partir da estética da repetição identificada na mensagem que a TV repete a cada jogo, tentarei identificar o que Calabrese chama de invariantes e variáveis independentes, e que Martín-Barbero chama de idênticos que variam e o comum nos diversos. No SBT, a principal variável parece ser a programação. O programa *Roda a Roda*, por exemplo, em um mês mudou quatro

vezes de horário, e durante algumas semanas, inclusive, ele estava na programação de segunda a segunda.

O jogo personaliza os jogadores; tanto nossos rivais quanto os parceiros tornam-se **peças** importantes para nós no jogo. No SBT tudo é personalizado: os apresentadores de programas repetem-se nas mais diversas zonas da programação em fluxo; mas também o auditório, os participantes, etc. Há uma personalização do auditório, geralmente feminino e formado pelos que Silvio Santos chama de seus “colegas de trabalho”, uma personalização inclusive dos co-jogadores - e aqui podemos acrescentar uma série de pessoas que estão no palco e em casa, acompanhando o SBT, e não necessariamente sua programação: os 30 milhões de clientes que estão ligados ao grupo Silvio Santos através da “Telesena”, o “Baú da Felicidade” e o Banco Panamericano. A própria TV enuncia-se como *persona* discreta, um membro da família que está nas nossas salas, dormitórios e/ou cozinhas.

Quem não conhece os rostos antigos (na TV) de Silvio Santos, Hebe Camargo, Gugu Liberato, Luis Alberto Nóbrega e os mais recentes (na TV) de Carlos Massa (o Ratinho), Adriane Galisteu, Celso Portioli? A emissora personaliza-se junto com tais *personas*, e assume com elas a cara de madrinha (padrinho) e protetora dos brasileiros e brasileiras mais desprovidos de bens materiais. A personalização é tal que, Celso Portioli, quando comanda o *Sessão Premiada*, sempre diz (repete) aos telespectadores que jogam por telefone: “agradeça ao SBT por este presente”.

É importante destacar aqui as definições que Roberto DaMatta (2001) aponta para os sentidos de pessoa e indivíduo no imaginário brasileiro: para o autor, a pessoa está relacionada à casa, e o indivíduo à rua, duas categorias sociológicas e ângulos a partir dos quais olhar o Brasil.

Leituras pelo ângulo da casa ressaltam a pessoa. São discursos arrematadores de processos ou situações. Sua intensidade emocional é alta. Aqui, a emoção é englobadora, confundindo-se com o espaço social que está de acordo com ela. Nesses contextos, todos podem ter sido adversários ou até mesmo inimigos, mas o discurso indica que também são “irmãos” porque pertencem a uma mesma pátria ou instituição social. Leituras pelo ângulo da rua são discursos muito mais rígidos e instauradores de novos processos sociais. É o idioma do decreto, da letra dura da lei, da emoção disciplinada que, por isso mesmo, permite a exclusão, a cassação, o banimento, a condenação (DAMATTA, 2001, p.22).

Para o autor, no caso brasileiro, a sociedade sintetizou de modo singular o seu lado tradicional, simbolizado no paradigma da casa, ou melhor, da casa como um modelo para a sociedade, e o seu lado “moderno”, representado por um conjunto de leis que deveriam tornar o país uma sociedade cidadã.

O SBT parece operar com esses dois paradigmas, desde a natureza domiciliar e familiar da maioria dos jogos até o uso cada vez mais largo que faz, neles, das novas tecnologias de informação e comunicação, assim como o investimento que faz em parcerias internacionais e na convergência de mídias

Poderíamos reduzir tudo o que estou discutindo, como às vezes se faz, a um SBT identificado na memória coletiva como uma grande casa (de jogos), na qual *personas* conhecidas e queridas recebem o público, ressaltando que o lugar dos apresentadores, com raras exceções, é o estúdio. A **repetição dos apresentadores** ocorre, sim, em molduras mais sólidas, como é o caso dos programas que eles comandam, o que nos autorizaria a ratificar a proposição acima. Mas a questão se torna mais complexa na medida em que suas imagens técnicas (conceitos) se repetem também em molduras mais insólitas, como os painéis de jogo em que detrás do rosto de cada apresentador há a imagem de um prêmio; e em espaços mais fluidos, como nos jogos que aparecem no fluxo ou em chamadas publicitárias, principalmente nos promos institucionais da emissora. Vejamos um exemplo:

Esta vinheta, com 30 segundos de duração, inicia com imagens visuais do amanhecer, exatamente antes do sol sair, e uma trilha sonora que funde uma música - mais clássica, com sons de cordas, timbre de violinos, trabalhados em tons altos, agudos - e o som (ruído) mais grave de helicópteros em pleno vôo, sendo que a trilha lembra claramente filmes de aventura. Nos *frames* 64 a 66 aparece um específico momento do dia, o amanhecer. A paisagem inicial é urbana, os edifícios por trás



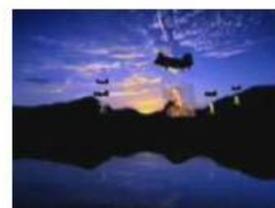
63



64



65



66

mostram algo que está começando na cidade. Vai aparecendo a figura de um helicóptero da parte

inferior da tela para a superior sugerindo um acordar, um início, alguém que levanta antes do sol sair, que vela pela cidade, pelos outros “companheiros/as de trabalho”, pelo Brasil... O helicóptero transporta uma tela (moldura) transparente, pois é possível ver o horizonte e a paisagem que há por trás; na tela aparece a imagem técnica (conceito) de Silvio Santos (o dono da emissora seria o primeiro a levantar, antes mesmo do sol raiar?). Silvio aparece com seu figurino televisivo habitual: terno, gravata e um microfone preso na gravata.

Em um segundo plano pode-se ver que há mais helicópteros, transportando as mesmas molduras com outras *personas*, mas ainda não é possível distinguir seus rostos. Na seqüência, como se vê no *frame 65*, ainda amanhecendo aparecem outras *personas*, molduradas da mesma forma que Silvio Santos, só que compartilhando o espaço da mesma tela, em um plano mais aberto; os helicópteros sobrevoam o mar em movimentos da direita para a esquerda da tela. Depois vão ficando nítidas as imagens das *personas* que repetidas vezes vemos nas telas da emissora, também com seus figurinos habituais, sobrepostas a imagens aéreas de diversas regiões brasileiras em diversas horas do dia.

Como aparece no *frame 67*, já é dia; os movimentos parecem vir de dentro para fora da tela e se identifica um primeiro plano de Ana Paula Padrão, jornalista e apresentadora do *Jornal do SBT* sobrevoando uma região montanhosa. No *frame 68*, mais uma vez Silvio Santos e Celso Portioli, em movimentos na tela para os lados direito e esquerdo da mesma. No *frame 70* podemos ver mais três apresentadores no sobrevôo de uma região rural (há um campo com ovelhas no fundo), em movimentos de fora para dentro da tela.





71



72



73



74



75



76



77



78

Em sentido oposto, saindo da tela, aparecem mais o apresentador Carlos Massa (*frame* 71), num sobrevôo de uma região de abundante natureza. A seguir há um retorno à cidade, e o movimento dos helicópteros parece sair do ângulo superior direito em direção ao inferior esquerdo como mostra o *frame* 72. Vê-se um amplo rio (*frame* 73), as Cataratas do Iguazu (*frame* 74), a Avenida Paulista (*frame* 76) e outros espaços que podem ser reconhecidos dentro do território brasileiro, território que, agora, parece ser idêntico ao da tela de TV.

No fim, volta a anoitecer, e mais uma vez aparece Silvio Santos (o primeiro e o último?), no *frame* 79 e outros apresentadores, desta vez em movimentos de saída da tela.



79



80

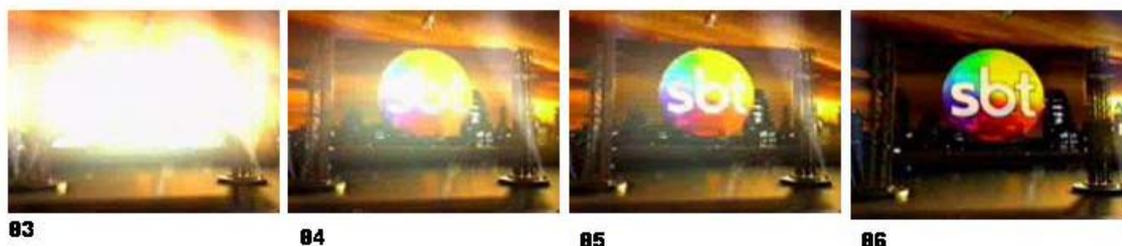


81



82

No *frame* seguinte surge um grande painel, iluminado com holofotes, com uma série montada de quadros dos rostos dos apresentadores; não são fotos, são imagens televisivas, estão em movimento, em clima de alegria, animação. O último a ser deixado pelo helicóptero no painel é o dono da emissora, que ocupa um lugar central e superior, como vemos nos *frames* 80 e 81. As *personas* são iluminadas pelos holofotes laterais ao painel, agora completo, o painel todo se ilumina, e essa grande luz transforma-se na logomarca do SBT.



Muitos sentidos podemos ver enunciados nestes 30 segundos. As *personas* do SBT percorrem o Brasil, em todas as direções, as mais diversas regiões, belas regiões, que o Brasil tem, desde o início do dia até o fim, 24 horas. O fato delas serem transportadas em todas as direções e tempos pode sugerir que são levadas a todos os cantos do espaço e do tempo brasileiro. Elas estão sendo transportadas (móveis) ao mesmo tempo que estão “presas” em telas, uma espécie de paradoxo da TV: o encarceramento nela tem um efeito libertador? As telas do SBT, ou as da TV, são transparentes e transportam os *donos* da casa, para todas as casas brasileiras, que não aparecem nas imagens? Seria por isso que os helicópteros sobrevoam panoramas nos quais não aparecem outras pessoas? Seria uma referência a que as pessoas, quando entram na TV, entram em suas próprias casas?

As *personas* não pisam o solo, elas estão “no ar”, 24 horas por dia, desde quando iniciamos o dia até quando o terminamos. E estão *no ar* de forma personalizada, cada uma em seu helicóptero. Mas as *personas* se fundem numa luz intensa que forma a logo do SBT. Elas são o SBT, uma casa iluminada. Não há só sinais de extrema modernidade, nos helicópteros, nas telas, nos figurinos, nos sons. Se as *personas* são transportadas por helicópteros digitais, de outro lado

as cores quentes ressaltam a acolhida, a personalidade, a intimidade. Há uma fusão da tecnologia e as *personas* que formam o SBT.

Se não há outras pessoas nos territórios (o Brasil televisivo) percorridos pelos apresentadores, onde é que elas estão? Seguramente em suas casas (invisíveis), nos estúdios (subentendidas) e (espera-se) nas lojas do “Baú da Felicidade”...

Voltemos a Calabrese e Martín-Barbero. Entre as variantes mais destacadas do SBT, eu mencionava anteriormente a sua programação. Acho que o jogo da programação corresponde, entre outras coisas, aos sentidos de *agôn*. Há no SBT um jogo “contra os outros”. A emissora integra nas imagens que coloca no ar os seus concorrentes como nenhuma outra. Considero que ela o faz de duas formas: fazendo referências explícitas e **repetidas** à “concorrência”, sendo que com esta e outras palavras afins transforma a concorrência, como uma *ethicidade* televisiva, em um jogador-adversário; e a segunda manifestação de *agôn* aparece nas **repetidas** mudanças na grade de programação à procura de audiência.

Diariamente no *site* do SBT são publicados os resultados do Ibope e reforçado o lugar de “vice-liderança” de audiência na TV brasileira. Recentemente foram lançadas vinhetas com anúncio da programação das próximas semanas que terminam com a legenda e a voz *off* dizendo: “a concorrência vai tremer de medo”. Inclusive, quando foram contratadas *personas* de outras emissoras, como Ana Paula Padrão, apresentadora do telejornal *SBT Brasil*, que veio da Globo, durante quase dois meses o SBT repetia o lema “A Globo está perdendo Padrão”²⁶, até ser desvendada a relação da frase com a mudança de emissora da apresentadora. Aliás, a prática de oferecer grandes quantias a apresentadores de outras emissoras para formar parte do SBT é freqüente nos últimos anos da emissora (é o caso de Carlos Massa e Adriane Galisteu, vindos da Record; Carlos Nascimento, da Band; entre outros). Atualmente, sendo sua vice-liderança ameaçada pela Rede Record, o SBT faz diversas alusões ao segundo lugar na audiência ocupado por ela.

Pode ser significativo destacar que foi em 1988 a primeira mudança do *slogan* do SBT, que passou de *Liderança absoluta do segundo lugar* a *Quem procura, acha aqui*. O novo *slogan*, e os que viriam depois, que são marcados por um tom que apela ao contato, buscava, provavelmente, mostrar aos anunciantes que valia a pena investir naquela população, que havia

²⁶ Um jogo de palavras que relaciona o sobrenome da apresentadora e o Padrão Globo de Qualidade.

nelas potencial de consumo. Já não era tão importante indicar o lugar na audiência e a quantidade numérica do público do SBT, e sim as relações que poderiam ser estabelecidas entre esse público e os anunciantes. As seguintes mudanças apontam no mesmo sentido: em 1990, o lema era *Vem que é bom*; em 1992: *Aqui tem*; em 1993: *Se liga no SBT*; em 1995: *Fique ligado*.

Em 1998 e em 1999, os *slogans* apelaram a sentidos de brasilidade: *A cara do Brasil*; e *SBT é Brasil. É Sistema Brasileiro de Televisão*. No contexto descrito, talvez o acento esteja no caráter de rede que atinge todo o território nacional e não tanto em apelos nacionalistas. A partir de 2001 até hoje, o lema é *Na nossa frente só você*. Arlindo Silva (2000) afirma que esse lema exprime as palavras de Silvio Santos quando disse que a disputa com a Globo deveria ser estrategicamente planejada, como em uma guerra, movendo os programas, mudando os horários, como soldados se posicionando em uma batalha. A explicação, que alude a estratégias de jogos (o xadrez, o pôquer e tantos outros) é coerente com o que venho observando a partir de agosto de 2005 nas grades de programação.

A segunda forma de **jogo contra as outras emissoras** se expressa, a meu ver, nessas mudanças comentadas por Silva. Kilpp (2005; 2004) entende a programação das emissoras como uma **contraditória ética televisiva**. “Ao mesmo tempo em que as emissoras enunciam sentidos sincrônicos com a nossa grade (agenda pessoal ou familiar), verifica-se no fluxo e por procedimentos de montagem que na TV embaralham-se os horários, os dias, os anos... em que as imagens estão situadas” (2005, p. 63). Temos aqui um primeiro jogo da programação, um jogo de legitimação de existências.

Para a autora, na grade torna-se possível ver a verdadeira organização do tempo televisivo, as hierarquias e (as)simetrias nela implicadas, que remetem aos valores atribuídos pela TV a tempos ocupados com certos afazeres, e portanto aos próprios fazeres presentes e ausentes nas imagens televisivas. A sobreposição da grade e do fluxo daria a ver os significados atribuídos ao ser e ao não-ser, ao principal e aos restos, ao que tem nome e por tanto existência - e ao que não tem nome, portanto ou não tem existência ou tem uma certa “existência ilegal”.

Essa forma de ressignificação estaria relacionada à forma em que nós mesmos vemos nosso cotidiano, especialmente quando o relatamos para alguém, escolhendo tempos/lugares que consideramos “úteis”, e ignorando aqueles que consideramos “restos”. Para a autora, as grades tipificam e estruturam uma programação virtual (a grade matriz) e uma outra (a programação em

fluxo), que a atualiza, “que lhe dá existência televisível, e que parece multiplicar os sentidos éticos dos programas” (KILPP, 2003, p. 76). As grades matrizes teriam áreas/tempos mais sólidos e o fluxo áreas/tempos mais fluidos.

Teríamos então, uma grade matriz, que se atualiza na grade de programação publicada nos jornais, revistas e *sites* das emissoras; teríamos esta segunda grade, que faz uma seleção e um descarte, inclusão e exclusão, do que é a duração televisiva, fragmentando-a basicamente em programas; e teríamos o fluxo televisivo, no qual tudo volta a se conectar pela macromontagem. Nosso olhar está certamente treinado a partir da grade televisiva publicada, cujos sentidos são reforçados, no fluxo, todo o tempo, pela chamada de programas. A publicidade é, para nós, o resto, assim como os promos e as vinhetas. Mas a TV é antes de tudo fluxo intermitente, duração. Para percebê-la, assim, precisamos de uma desnaturalização do olhar. Uma forma de fazê-lo é, a meu ver e seguindo a proposta de Kilpp (2005), jogar o jogo de inversões:

Se, ao contrário, e por hipótese, os verdadeiros blocos fossem os intervalos comerciais, o que chamamos de programa passaria a ser um tempo-espaço vazio, ou de trânsito. Essa relação meio óbvia entre programa e publicidade relaciona-se a um imaginário que circunscreve certas imagens como seres e outras como não-seres: nas grades os programas *são*, assim como *é* a casa, o trabalho, a refeição, o lazer. Nas grades publicadas nos jornais, a publicidade *não-é*, como não-são todas aquelas inúmeras pequenas ou grandes durações que, embora façam parte de nosso dia-a-dia, em geral não computamos como úteis e finalísticas, porque elas parecem trânsito para as que são. (p. 70)

Se não desnaturalizarmos o olhar é quase impossível perceber o jogo televisivo (neste caso o jogo do aparelho, conforme Flusser); só o perceberíamos, como devir, nos espaços oficiais de sua “existência”: nos programas cujo teor é o jogo, mesmo como *ethicidade* ou construto televisivo.

A grade de programação, na forma em que é publicada, aproxima-se de um “lugar”, no sentido já referido por Canevacci. A programação em fluxo (duração, tempo de TV), que não é totalmente reconhecida na grade (espaço temporalizado) inclui os programas anunciados e os não anunciados (a publicidade e os promos, intercalados aos programas anunciados), e do jeito em que eles se montam uns aos outros instituem zonas. Se levamos em conta ainda o corpo-moldura

do receptor que zapeia, chegamos a uma interzona, televisiva e lúdica, e é ali onde encontramos mais claramente os devires de *TV jogo*.

A grade de programação é uma ethicidade interessante de ser observada e constatar como, no SBT, ela apresenta tensionamentos consigo própria e, na TV em geral, apresenta tensionamentos com o fluxo televisivo.

Uma observação geral das grades do SBT publicadas na semana de 15 a 22 de agosto de 2005 me levou a constatar algumas características. A primeira é que muitas vezes a grade está errada, apresenta um programa que saiu do ar ou que mudou de horário no espaço antigo. Pude verificar isto porque acompanhei grade e fluxo da mesma semana. Deste fato e do *ethos* do SBT que fui construindo até aqui, poderia supor que para o SBT a grade não é tão importante quanto pode ser, por exemplo, para a rede Globo. Esta falta de preocupação em atualizá-la tanto em jornais quanto em seu próprio *site*, poderia estar mostrando que não é esse (o dos programas) o caminho pelo qual o SBT se encontra com seu público.

Uma segunda constatação é que em termos gerais há um público e uma rotina imaginada na grade, mas que nunca é inamovível. No início da manhã os adultos assistem o telejornal antes de ir a trabalhar, as crianças ficam em casa e assistem desenho toda a manhã, as donas de casa se interessam por questões familiares e novelas ao longo da tarde, e à noite os adultos retornam à casa e assistem novamente o telejornal, se “divertem” com Silvio Santos, enquanto as crianças vão dormir, e, depois, assistem a um filme. Esta seria mais ou menos a lógica de uma grade matriz atualizada na semana em questão, embora na mesma semana seriados americanos exibidos à tarde; o *Chaves* e o *Programa do Ratinho* foram mudados de horários.

As origens dos programas também apresentam sentidos *eticos* emaranhados. Fora o *SBT Rural*, que é produzido pela emissora, os outros programas da manhã são produzidos fora e apenas moldurados pela emissora, com apresentadores que chamam para uma e outra atração e fazem algumas brincadeiras, fazem chamadas à participação, etc. À tarde, o jornal *SBT Rio Grande* é produzido pela emissora no RS, que não é a mesma que a produção feita em São Paulo e Rio, e isso está muito claro no fluxo televisivo.

À diferença do que se espera de uma **grade** de programação, nem sempre as manhãs se repetem nas manhãs ou as segundas-feiras nas segundas-feiras. As continuidades apresentadas na grade estão nos formatos dos programas e não no lugar que eles ocupam, salvo algumas

exceções. Ao longo da manhã há desenhos, ao longo da tarde novelas; em algum momento da noite, telejornal, e entre tarde e noite há programas de jogo. Em relação a rupturas: apresentam-se algumas diferenças em relação aos horários dos mesmos programas e a novos programas. Alguns títulos saíram da grade, outros mudaram de lugar e outros ingressaram. Tudo isso no curto período de uma semana.

Se continuássemos a comparar com semanas posteriores e anteriores, desde as origens da emissora, em 1981, constataríamos permanentemente, esse fenômeno de migração: além de programas que migram de horário ou de nome, apresentadores migram de um programa a outro.

A entrada e saída do ar dos programas no SBT só pode ser acompanhada com atualidade no seu tensionamento com o fluxo. Como os programas permanecem no ar em determinado tempo/espço durante um período breve, muitas vezes as próprias grades publicadas no *site* e nos jornais trazem erros de programação. Mas até no fluxo já houve momentos de caos, como o caso da apresentadora do *SBT Brasil* anunciar a seqüência de um programa e, de fato, ser exibido outro. Isto, além de mostrar que a emissora constrói sua grade em boa parte a partir do jogo de concorrências, também mostra que as decisões a respeito do funcionamento da emissora estão centralizadas no dono da emissora, Silvio Santos, ou no máximo, em um grupo reduzido de pessoas que decidem o que vai ao ar. Estas práticas, repetidas desde os inícios da emissora, fazem parte de seu *ethos*.

Observando as grades de programas gravados nos primeiros meses de 2006, pude constatar outras curiosidades que resultam um pouco estranhas em relação à grade matriz. Um fenômeno raro na TV, mas freqüente no SBT, foi encontrar os programas *Roda a Roda* e *Family Feud*, ambos apresentados por Silvio Santos, na primeira semana de março, indo ao ar de segunda a segunda. Também resultam curiosas as chamadas no SBT para o público votar o que gostaria de ver no horário das 22h e em qual o dia preferido para “estar com” Hebe. O *game show Charme*, apresentado por Adriane Galisteu, já foi diário, já foi semanal, já foi exibido às 17h, às 22h, e atualmente vai ao ar às 00h. O *Jornal da Noite* do SBT já foi reprisado imediatamente depois de ir ao ar, e o seriado *Chaves* – um programa infantil, eu recorde – foi exibido às 4h30min da manhã. Estas são, entre outros, alguns aspectos muito estranhos da programação, que podem ser assim por razões de concorrência ou pela simples necessidade de preencher as 24 horas diárias de emissão. Em todo caso, no SBT, o cuidado principal não está na fidelidade de

programas, ou na estabilidade da grade; a estabilidade parece estar na atuação reguladora e repetida dos apresentadores.

Há no SBT a construção de uma aparente “mobilidade” (mobilidade social relacionada à flexibilidade da programação?), e essa mobilidade tem sentidos comerciais, pragmáticos, mas também éticos, identitários. Ela perfeitamente pode ser entendida como atualização de *agôn* (concorrência comercial com as outras emissoras). Mas também poderíamos supor a construção de uma espécie de mobilidade ou desordem similar aos jogos de azar.

Um outro sentido ético aqui enunciado poderia ser que acima da grade de programação há alguém que pode tudo: Silvio Santos.

Se, porém, imaginarmos que as grades apresentadas sejam apenas zonas de trânsito (os programas, repito) e que o *resto* (os anúncios, promos, sorteios interzonas) seja o que verdadeiramente interessa à emissora, encontraremos muita estabilidade (regularidade) no comparecimento desses restos no fluxo, sobretudo os relativos aos patrocinadores do grupo Silvio Santos.

Sobre **jogo e jogadores** há ainda algumas questões a discutir a partir do programa *Roda a Roda do Baú*. Considero que é um programa chave do SBT na minha pesquisa, porque ele apresenta de forma concentrada as práticas mais recorrentes da emissora, ou seja, nele se revelam outros aspectos do *software* SBT.

Este programa já existia nos inícios da emissora e retornou diversas vezes, uma delas foi como *Roda a Roda Chevrolet*, depois como *Roda a Roda Johnson e Johnson* e, atualmente é o *Roda a Roda do Baú*. Ficam muito claras aqui as relações que se estabelecem entre patrocinadores e programa, uma relação que não só fica registrada no nome, mas também na cenografia do palco e nos prêmios. Atualmente, o programa tem uma estreitíssima relação com o “Baú da felicidade”, em primeiro lugar, e com outras empresas do grupo Silvio Santos assim como com a Disney.

O tempo de TV compreendido entre o início e o fim do Programa *Roda a Roda do Baú*, apresenta quatro blocos de programa e três blocos publicitários. O conteúdo do programa parece misturar sentidos de *agôn* e de *alea*. O primeiro é dado pelo painel de palavras a ser descobertas, e, o segundo, pela presença da roleta. Cada bloco de programa tem rodadas. A primeira rodada é chamada *aperte e ganhe*, patrocinada pela *Telesena* e antes de chamar o primeiro comercial é

introduzida uma segunda inserção chamada por Silvio em seu clássico “sua vez Lombardi”. A voz *off* anuncia as historinhas da Disney que vão de brinde com o carnê do Baú. No segundo bloco do programa vem a *rodada da bolsa*, o patrocinador é a Bivame (concessionária de carros do grupo Silvio Santos), a inserção do patrocinador é feita por um dos apresentadores do SBT mais antigos, Carlos Alberto Nóbrega. No terceiro bloco do programa vem a *rodada surpresa*, patrocinada pelo Baú e a Disney, mais uma vez nesse bloco Silvio chama “Lombardi” quem lembra a importância de pagar *em dia* as mensalidades do “Baú da Felicidade” para ganhar o CD das historinhas da Disney relatadas por Silvio Santos. No quarto bloco vem a *rodada Jogo rápido*, patrocinada pelo Banco Panamericano. A publicidade inserida é apresentada por Hebe Camargo, outra das apresentadoras mais antigas do SBT.

Antes de passar à análise dos próximos *frames*, o grupo Silvio Santos precisa de uma breve explicação.

O “Baú da Felicidade”, célula mãe do Grupo Silvio Santos, ocupa hoje, segundo Silva (2000) o quarto lugar no *ranking* das empresas do conglomerado que mais faturam. Acima dele estão: Liderança e Capitalização, que administra a Telesena; o SBT, com 107 emissoras, oito próprias e as outras afiliadas; e o Banco Panamericano, cujo ponto alto está no mercado de crediário, financiando, em São Paulo, 90% dos materiais de construção, 80% do segmento de computadores pessoais, 70% das lojas de imóveis populares e 30% dos financiamentos para compra de automóveis. Entre a “Telesena”, o “Baú da Felicidade” e o “Banco Panamericano”, o grupo tem 30 milhões de clientes das classes C e D cadastrados (segundo classificação do autor).

Mira (1995) atribui as razões do crescimento do império econômico do empresário-animador à sua relação com a televisão: “o Baú não seria o que é hoje sem o *Programa Silvio Santos*. Este, por sua vez, nasceu do Baú e tem a sua marca”. (p. 15). O sucesso do programa, responde, segundo ela, a outros valores que transcendem a mera venda de carnê do *Baú*.

Ainda hoje, como explica o presidente das empresas, eles [os quadros dos programas] cumprem seu objetivo: “Essa premiação toda, esses sorteios, tudo isso visa não só à venda de carnês, mas à pontualidade, à lealdade. E para pagar as prestações, para que sejam leais, é necessário que haja essa motivação que o Silvio faz na televisão todos os domingos (MIRA, 1995, p. 15).

Silvio Santos comprou o “Baú da Felicidade” três anos antes de iniciar seu primeiro programa de TV. Ele próprio conta como inicia o Baú, que dá origem a uma série de empresas. Em 1957, o apresentador, fazendo um favor a Nóbrega, seu amigo, com quem tinha feito uma sociedade para comprar o “Baú da Felicidade” (que na época vendia brinquedos), foi ao lugar onde a empresa se situava para dizer aos fregueses que o negócio fecharia e o dinheiro lhe seria devolvido. O Baú era anunciado por Nóbrega na Rádio Nacional, mas estava falindo, tendo Nóbrega deixado a empresa nas mãos de seu sócio. Silvio, na época, trabalhava na Rádio Nacional e no circo. Vendo o negócio, achou que poderia funcionar com uma boa propaganda e boa administração, e propôs isso ao Nóbrega. Ficaram sócios por um tempo, mas depois Nóbrega deixou o Baú nas mãos de Silvio. Em 1959, o Baú mudou seu local e foi registrado como comércio de brinquedos, e, em 1963, como BF Utilidades Domésticas e Brinquedos.

O Baú e a TV são peças centrais da formação da megaempresa que é o grupo Silvio Santos. Silva (2000) explica a formação do grupo sob o título *Como Silvio Santos formou seu império*. Segundo ele, as empresas cresciam tanto que era preciso criar outras para administrar e aplicar o dinheiro que as primeiras rendiam. No livro de Silva, o próprio dono do “império” relata esse percurso:

Depois de reorganizarmos o Baú da Felicidade, surgiu a necessidade de anunciar. O Baú já estava sendo muito anunciado na Rádio Nacional. Mas depois eu tive meu primeiro programa na TV Paulista. (...) Quando comecei a fazer publicidade do Baú na televisão, muita gente dizia: Puxa vida, mais duas horas do Baú (...) cansa o telespectador (...) Então eu pensei, vamos arrumar mais clientes para não ficar só com anúncios do Baú. Foi assim que surgiu a segunda empresa, a Publicidade Silvio Santos Ltda, que passou a agenciar outros anunciantes e que hoje controla toda a publicidade de todas as empresas do Grupo Silvio Santos em todo o país. (...) Resolvemos então lançar um Plano para a Casa Própria. De acordo com a lei, precisávamos comprar as casas antes de sorteá-las. E tínhamos dificuldade para comprar casas em número suficiente. (...) Abrimos uma construtora para fazer as casas que o Baú dava como Prêmio. Mas nós fazíamos aquelas 10 ou 12 casas que entregávamos por ano e o pessoal ficava ocioso. Então a construtora passou a construir casas para vender. Construímos vários prédios em São Paulo (SILVA, 2000, p. 43).

A partir da contextualização feita, podemos entender melhor o programa em pauta, que é, entre outras coisas, uma vitrine do conglomerado Silvio Santos.

Fiz diversas seleções de *frames* deste programa, alguns deles mostram os enquadramentos que mais se repetem. Há casos, como a imagem do auditório, que aparece só uma vez no programa escolhido, mas é um dos panoramas que em toda edição do *Roda a Roda* aparece. Mais adiante fiz uma seleção de *frames* de transição entre planos. Nos primeiros podemos ver quem são **os jogadores** enunciados pelo programa, jogadores que foram aparecendo nas diversas análises feitas até aqui. A segunda seleção de *frames* mostra principalmente **as relações em jogo**.

No *frame* 87 temos um plano, bastante comum, dos participantes e da roleta por trás da qual eles permanecem durante quase todo o programa. A roleta - e o painel - seriam aqui os principais instrumentos de jogo. O lugar dos jogadores é fixo, até que um deles, o ganhador, é autorizado por Silvio Santos, no final do programa, a se deslocar para outra pequena roleta, na qual sorteia um ganhador entre os “fregueses do Baú da Felicidade que estão em casa”.

Nada no cenário é gratuito. Podemos ver por trás dos jogadores, por exemplo, desenhos de rolos e películas cinematográficos, sendo que uma das rodadas é patrocinada pela parceria entre o SBT e a Disney. O patrocínio discretiza-se ainda em um jogo de enviar a frase mais criativa relacionada à estréia de determinado filme, e os ganhadores recebem uma viagem à Disney.

Temos no *frame* 88 um plano amplamente descritivo do cenário. É um plano em certa forma estranho pela sua amplitude e pela quantidade de “sujeiras” que ele enquadra, como os refletores de fora de quadro, reflexos no chão, etc. Por que a câmera está olhando exatamente desse modo? Parece ser um olho que vê *todo* o cenário, mas está posicionado na frente do carro que está entre o painel e a tela na qual se projetam Silvio Santos e um dos participantes. Todas as linhas do panorama parecem convergir para o carro, inclusive a maior parte dos refletores, seja na imagem de si ou em seu reflexo. Ora, o formato do painel de palavras tem uma forma muito semelhante à logomarca da *Chevrolet*, antigo patrocinador do programa. O carro, na frente do olho da câmera e, portanto do espectador, está ali não só como objeto a ser desejado, mas também como objeto



87



88



89

de “fácil” aquisição, já que “comprando o Carnê do Baú...”, como é diversas vezes explicado, não só se abrem as portas do programa, mas se abrem sobretudo os prêmios para quem está dentro e fora da TV.

O *frame* 89 é um dos raros primeiros planos. Desta vez, é da assistente de palco que responde a Silvio Santos sua pergunta sobre “qual é a pista, Patrícia?” Por trás dela está seu próprio reflexo e o reflexo do rolo de filme.

No *frame* 90, temos quatro jogadores (que só podem ser notados no jogo audiovisual): o apresentador, um dos jogadores de palco, “Lombardi” - voz *off* que nesse momento está respondendo a Silvio a quantia que o jogador ganhou e o prêmio, expresso na inscrição da legenda “R\$ 500”.

No *frame* 91 temos mais uma vez a assistente de palco em um dos enquadramentos mais frequentes, com a câmera de frente para o painel onde estão sendo viradas as letras, cada vez que os jogadores acertam. Aparecem também a decoração feita de estrelas luminosas acima do painel e uma parte do refletor que se sobressai, além dos reflexos no chão. Uma moldura na parte superior esquerda do painel está mostrando a quantia que foi se acumulando e está a disposição do próximo ganhador.

O *frame* 92 apresenta um primeiro plano no qual gostaria de me deter um pouco mais. Já comentei o raro que é encontrar primeiros planos nos jogos do SBT, mas este plano em questão, primeiro plano de roleta, é muito comum cada vez que ela se pára depois de uma rodada.

Canevacci (2001) afirma que a monotonia da imagem visual dá à percepção aquela sensação de vertigem, de hipnose, da qual nasce a dificuldade do espectador de apartar-se da TV. Para ele, no excesso do primeiro plano, os rostos se imobilizam e viram o macroobjeto da tela. Através das cirurgias plásticas, o tempo dos rostos vira um eterno presente, rostos sempre



90



91



92

idênticos a si mesmos. “A imobilidade do rosto tem uma gramática muito própria do primeiro plano: são abolidos os contrastes, os gritos, os excessos. São muitos monólogos civilizados e urbanos, próprios do mundo urbano da televisão” (p. 146).

É justamente no primeiro plano que pode ser observada uma grande diferença entre o cinema e a TV. Seria esse (o primeiro plano) o grande terreno de choque entre ambos, nas palavras de Canevacci. O autor observa que o que no cinema é uma articulação de planos espaciais diferentes que "movimentam" o vídeo e "tocam" o espectador nos momentos tão raros quanto precisos, na montagem televisiva, torna-se, pelo contrário, uma soma, uma justaposição de cabeças cortadas falantes. Para ele, essas cabeças falantes se tornam onipresentes, imutáveis, insubstituíveis, indestrutíveis, dando a sensação de furar o vídeo. “Esse efeito não seria no sentido de deixar o telespectador entrar na tela, mas de realizar o último desejo da produção televisiva: manifestar-se junto ao espectador, em cima dele e sempre mais dentro de suas interioridades” (CANEVACCI, 2001, p. 148), movimento contrário ao pretendido pelo cinema. Este comentário do autor me levou a repensar os primeiros planos no SBT. Eles além de raros são curtos e, nesse sentido poderiam se parecer mais aos planos do cinema que deixam “o telespectador entrar” na tela. Também os grandes planos, eles parecem estar atraindo o telespectador para o jogo, para a tela, para o posto de venda da Telesena ou do Baú; colocando-o em ação, em consumo ativo..

Para Canevacci (2001) toda cultura visual gira ao redor do corpo, e **o corpo é o rosto por excelência**. O autor atribui o sucesso mundial dos seriados americanos e das novelas brasileiras ao uso do primeiro plano. O valor **dramatúrgico** dos primeiros planos consegue comunicar, à forma transcultural, uma seqüência de paixões, todas reduzidas a um **módulo elementar**. Há, portanto, uma conexão muito estreita entre a acentuação dos planos de seqüência e a proliferação dos primeiros planos nesse gênero da comunicação televisiva, “o que pode parecer que empobrece a gramática visual, enquanto a globaliza e multiplica sua produção de sentido emitida pelos mais micrológicos traços faciais” (p. 131). Esses códigos com os quais se expressa o primeiro plano televisivo trazem uma forma de falar mais "abstrata", macia, asséptica, bastante não influente (código verbal); uma tipologia de expressões "naturais" que o rosto emite enquanto puro "estar", puro fenômeno visível.

No *frame* em questão, no entanto, temos um primeiro plano de um rosto não exatamente humano, sobre o qual se opera com a mesma gramática: esse primeiro plano enquadra a roleta com um valor dramático, emocional, ao redor do qual giraria a cultura visual do *Roda a Roda*. Outros primeiros planos, além deste são os de algumas logomarcas como a do SBT, o carnê do *baú*, a *Telesena*.

Deleuze (1984, p. 94) fala em três espécies de planos espacialmente determinados: o plano de conjunto seria sobretudo uma imagem-percepção, o plano médio, uma imagem-ação, o primeiro plano, uma imagem-afecção. Mas, ao mesmo tempo, segundo uma indicação de Eisenstein, cada uma dessas imagens-movimento é um ponto de vista sobre o todo do filme, uma maneira de captar esse todo, que se torna afetivo no primeiro plano, ativo no plano médio, perceptivo no plano de conjunto. Cada um desses planos deixa de ser espacial para tornar-se, ele próprio, uma “leitura” do filme inteiro.

Poderíamos pensar cada plano como um ponto de vista sobre todo o jogo e sobre toda a emissora. O ponto de vista seria afetivo na imagem da roleta (e outras como os carnês do Baú, as logomarcas da Telesena e do SBT, assim como alguns prêmios como a casa). O ponto de vista ativo estaria relacionado sobretudo aos planos de Silvio Santos e os outros apresentadores do SBT. O ponto de vista perceptivo estaria relacionado a planos de jogo (cenário, jogadores, auditório).

No *frame* 93, temos um típico enquadramento de Silvio Santos, dono da emissora e apresentador do programa. Por trás dele aparecem, nos rolos de filme e refletores, referências ao cinema. Silvio Santos está com seu tradicional figurino, do qual faz parte carregar um microfone ao pescoço (algo muito freqüente nos apresentadores das décadas de 60-70). Este diferencial pode ser uma proposital alusão a tempos menos desenvolvidos tecnicamente, já que hoje seria perfeitamente possível invisibilizar o microfone. É uma marca identitária que o apresentador mantém quase desde os inícios da emissora.

No *frame* 94, a única imagem do auditório que aparece



93



94



95

no programa (embora a voz deles em diálogo com Silvio apareça ao longo de todo o programa). É muito difícil saber aqui se realmente o auditório está presente na gravação *ao vivo* ou é uma montagem audiovisual feita no estúdio. Mais uma vez, neste enquadramento são exibidos os refletores e a estrutura da qual eles fazem parte.

A construção *ethica* do auditório está perpassada de sentidos relacionados ao popular, à cultura oral, à pouca alfabetização. Além do excesso de voz *off*, que já comentei, os diálogos entre Silvio Santos e o auditório sempre respeitam uma hierarquia paternalista que lembra, com suas diferenças, o puerilismo do qual falava Huizinga. Os diálogos com o auditório geralmente se reduzem a confirmações do tipo: “Vai ganhar?”, “Vai”, grita o auditório. “Mil reais é dinheiro ou não é?”, pergunta Silvio. “É”, responde o auditório. O diálogo do apresentador com os participantes não é muito diferente. “Você vem de aonde?” “de São Leopoldo” “Quem nasce em São Leopoldo é o que?”, “Leopoldense”, responde o participante. A margem maior dos participantes está em relação a suas falas no jogo respondendo às letras e palavras. O diálogo da assistente de palco é um pouco maior, mas nada que ameace a supremacia de Silvio. No início do programa ele a recebe no palco e geralmente elogia sua elegância ao que ela responde “obrigada Silvio”. Suas participações estão relacionadas a dar as pistas das palavras, mas só depois da pergunta de Silvio “qual é a pista Patrícia?”. Por último, há sim uma maior liberdade no diálogo de Silvio Santos com a voz *off*, “Lombardi”. Lombardi só entra em cena quando chamado por Silvio. “Sua vez Lombardi”, é o indicativo para que a voz *off* faça uma propaganda pedagógica sobre como participar do Baú da felicidade. Também acontece um diálogo mais solto a respeito dos participantes como “Lombardi, será que nossos participantes vão sair de mãos avanando”. “Não Silvio” “O que ele vai levar?” “mil reais, Silvio”, as vezes há outros comentários relacionados aos participantes, etc. Há uma clara hierarquia de vozes. Todos falam com Silvio (em diferentes níveis de hierarquia) e Silvio, além de falar com todas as *personas* televisivas, fala com quem está em casa, que não deixa de ser uma *persona* televisiva, um jogador do *Roda a Roda* e do SBT.

Arlindo Machado (2000, p.104) definia o telejornal como uma montagem de vozes, embora o produto seja diferente há também uma montagem de vozes na qual se deixa muito clara a supremacia do “patrão” da emissora, em primeiro lugar, “Lombardi”, em segundo, a assistente de palco, em terceiro, os participantes que estão no palco, em quarto, o auditório, em quinto e “os

que estão em casa” em sexto - estes últimos sem voz nas arenas televisivas do SBT, mas com potencial de consumo dos produtos da emissora.

O *frame* 95 traz uma construção, também típica de determinados momentos deste jogo, em que se sobrepõem dois cenários que estão separados no estúdio, produzindo-se uma heterotopia, uma multiplicação e convergência (ou sobreposição) de lugares diferentes num mesmo quadro de experiência. Esta montagem é feita no momento em que os jogadores não usam a roleta e sim diretamente o painel. Trata-se de um recurso técnico com dois enquadramentos diferentes: o de cima é mais fechado, e o de baixo é mais aberto, para integrar no panorama todo o painel. Na montagem é quase imperceptível o corte, à altura da roleta, e a sobreposição da outra imagem, o que de fato cria esse panorama.

Os *frames* 87 a 95, portanto, introduzem os diversos jogadores que fazem o jogo. Retomando uma das caracterizações do jogo feitas por Flusser, citadas na primeira parte deste trabalho, diria que o *repertório do jogo* (soma dos elementos) estaria dado por: roleta + painel + espaços de jogo (campo + fora de campo que comparecem no campo) + personas + vozes *off* + prêmios + patrocinadores + câmeras + trilhas + montagens. Esta soma deve ser entendida como sobreposição.

A *estrutura do jogo* (soma das regras): regras de jogo do *Baú da Felicidade* (regras comerciais) + regras do *Roda a Roda* (regras lúdicas) + regras de gravação, edição e montagem (regras técnicas). A *competência do jogo* (totalidade das combinações possíveis) com certeza abrange também outras combinações possíveis não realizadas no *Roda a Roda*. As combinações tanto comerciais, quanto lúdicas e técnicas tendem a se repetir de uma edição para a outra do programa e de um programa para outro, assim como entre programas.²⁷

²⁷ Muitas outras combinações seriam possíveis. Entre outras, as que revelassem o próprio jogo, ou seja que o lúdico não se prestasse para esconder o jogo técnico e comercial mas que o desse a ver; as combinações que treinassem a percepção dos co-jogadores na diferenciação desses três níveis de jogo; ou as que criassem outras hierarquias entre os jogadores, ou outras jogadas alternativas às lógicas de produção e consumo vigentes.



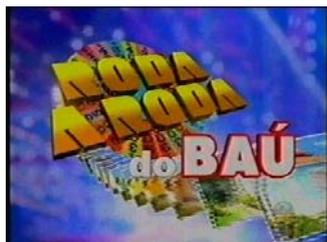
96



97



98



99



100



101



102



103



104

Faltaria considerar ainda, segundo a classificação de Flusser, o *universo do jogo* (totalidade das combinações realizadas). Além de algumas combinações já comentadas como próprias do *ethos* do SBT, veremos outras nas imagens do programa, particularmente nos *frames* selecionados a seguir.

Estes *frames* pertencem à abertura do programa *Roda a Roda*. Neles, aparecem como protagonistas o painel, com o mesmo formato do painel de letras, só que, neste caso, ele faz uma referência aos dias do mês junto com o jingle de abertura que repete “é cada dia que o Baú da casas....”. Também são enunciadas como centrais, na abertura, e, portanto, no programa, as casas que saem dos números do painel, e no *frame* 98, a convergência do painel, as casas, a roleta e os carnês do Baú da Felicidade. Considero que este *frame* revela, em certa forma, as principais combinações realizadas (embora não sejam as únicas possíveis), neste jogo. No *frame* 100 mostram-se novas combinações. A Roleta, da qual saem casas, tem uma abertura, ela vai se abrindo na direção do telespectador e dela – da sorte, do azar – surge o SBT que também se

dirige ao telespectador. Há um movimento que simula uma saída da tela, seja das casas, da roleta, da emissora. Ainda há algumas combinações realizadas no interior do programa entre os elementos de jogo e os jogadores. Vejamos.



105



106



107



108

Esta segunda seleção de *frames*, de passagens de planos por fusão, mostra a centralidade da roleta. No *frame* 105, a última imagem da abertura do programa, a roleta, as casas e o Baú deixam lugar ao cenário onde se desenvolve o jogo. A seqüência de casas termina no eixo da roleta. O *frame* 106 é a transição de um plano de Silvio Santos ao cenário do jogo, coincidindo a figura dele com o centro da roleta. No *frame* 107 há uma passagem de plano de uma jogadora ao conjunto dos três jogadores ao redor da roleta, e o ponto central da transição está também no centro da roleta. O *frame* 108 é a volta de um comercial, com a mesma imagem da roleta desenhada na abertura, que se funde no centro da roleta de jogo. Entre outras coisas, esta é uma das formas de constituir os sentidos de azar como central nos mundos lúdicos e televisivos da emissora, do programa e do grupo Silvio Santos.

Ainda no *universo do jogo* do *Roda a Roda* há outras combinações realizadas pelo SBT importantes de serem abordadas pela centralidade que adquirem na emissora. Trata-se do jogo dos patrocinadores. Vejamos.



109



110



111



112



113



114



115



116



117

Os *frames* 109 a 117 mostram o **jogo entre o programa e as empresas do grupo**. Pertencem a uma das primeiras rodadas do jogo, chamada de “aperte e ganhe”. Um círculo com o nome da rodada vem de fora da tela e sai na direção do telespectador; do centro da roleta vai aparecendo a chamada do patrocinador, neste caso a Telesena. A chamada é a mesma que aparece em outras oportunidades, nos comerciais, com a única diferença que aqui eles fazem parte da moldura programa, sendo que a logomarca do SBT permanece no écran, à diferença da mesma chamada no espaço publicitário. A chamada toma toda a tela e vai diminuindo até desaparecer no mesmo ponto de onde saiu: a roleta (como mostra o *frame* 117). As rodadas (com seu respectivo

patrocinador), os prêmios e a roleta mantêm entre si uma relação estreita. Além do Baú e da Telesena, patrocinam as rodadas o Banco Panamericano, a VM, concessionária de carros, e a parceria SBT-Disney.

Estes *frames* pertencem a um espaço publicitário do “Baú da Felicidade”, exibido no tempo de TV que incluía o programa *Roda a Roda do Baú*. O comercial inicia com o *off* de Silvio Santos perguntando, como no programa, “qual é a pista, Patrícia?”. A assistente de palco está situada no cenário do programa, com algumas diferenças de iluminação que o deixam mais *clean*. Além disso, o cenário se mostra vazio, sem jogadores, sem auditório, sem tanto colorido. “Patrícia” responde a Silvio qual é a pista, convidando a comprar o carnê do Baú da felicidade, dando vida e colorido ao cenário. Confundem-se nos *frames* o carnê do Baú e o cenário do programa, o carnê e o *Roda a Roda*, o programa e o comercial.

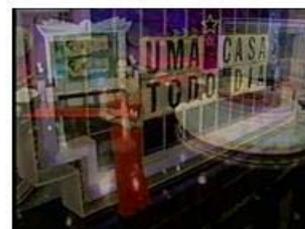
Do programa *Roda a Roda do Baú* poderíamos tirar algumas conclusões relacionadas, sobretudo, às moldurações com as que são significados os jogadores e as relações em jogo.

Temos nesse tempo televisivo uma aproximação entre comercial e programa feita de duas formas: no interior do programa surge um comercial, mas nos limites do programa, porque é um patrocinador. Fora do programa, nos intervalos comerciais, reaparecem cenários e cenas do programa, desta vez anunciando o patrocinador.

Há jogadores e jogadas que merecem um primeiro plano e uma estética *clean*. As relações da roleta, o Baú, o SBT e os prêmios (sobretudo a casa) são “tratados” em primeiros planos e, os patrocinadores (seja nos limites do programa ou na propaganda) são moldurados com uma estética mais *clean*. Tudo converge para a roleta do estúdio, inclusive os participantes do jogo. A assistente de palco e os três participantes só se encontram na tela pela mediação da técnica (*frame* 95). Uma outra característica dos panoramas da emissora é mostrar alguns dos elementos que habitualmente são deixados no **fora de campo**, como os refletores. Beatriz Sarlo, no livro *Cenas da vida pós-moderna* (1997) afirma que, independente de uma programação ser *ao vivo* ou



118



119



120

gravada, faz-se questão do efeito do *ao vivo*, e que por isso é comum que refletores e microfones apareçam no enquadramento. Essa auto-reflexividade, segundo a autora, faz com que a TV se apresente como processo e não só como resultado. “A televisão nos quer de seu lado e o fato de nos prometer que vemos o que atores e produtores vêem seria uma marca de proximidade” (SARLO, 1997, p. 90).



121



122



123



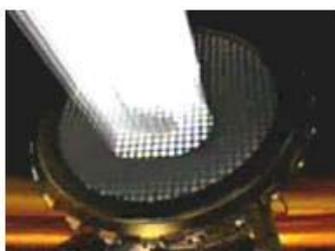
124



125



126



127



128



129

Contudo, considero que no SBT, a presença dos refletores deve ter ainda outros sentidos, isso pela importância que eles adquirem, ao ponto de “protagonizarem” algumas das vinhetas institucionais da emissora. Vejamos alguns *frames* de outra vinheta institucional.

A vinheta inicia com a imagem de uma estrutura que lembra as montadas em cidades cinematográficas e talvez as grandes estruturas cenográficas montadas para TV, mas que, em todo caso, seria uma estrutura “fora de quadro”. Mais uma vez a cena acontece antes da saída do sol. A imagem vai se deslocando como os movimentos dos *games* em 3D, aqueles que criam em computação gráfica personagens e ambientes. Pelo uso da computação gráfica a quantidade de planos se reduz a seis, mas há maior movimento e duração em cada plano.

A trilha sonora inicia com uma espécie de rufo de tambores, e em seguida sobe de intensidade com um arranjo de cordas, que acompanha a imagem de ascensão pelo andaime onde estão localizados os holofotes - num nível que se situa aparentemente muito acima da cidade. O som acompanha esta subida das câmeras até aparecerem os três holofotes, que são então acesos por um braço musculoso (forte). Quando os holofotes são acesos o som remete à natureza elétrica (eletrizante) do equipamento, cada lâmpada acendendo ruidosamente, até surgirem na tela as letras “SBT”. A trilha é toda trabalhada em tom alto, e as cordas se sobressaem juntamente com os efeitos visuais inseridos - e que também sugerem luminosidade.

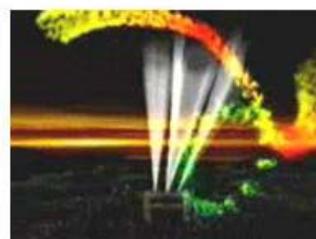
Na seqüência, um plano maior mostra todo o andaime e o corpo inteiro de quem acendeu as luzes, além dos feixes luminosos dos holofotes. Da linha do horizonte (onde nasce o sol) começam a vir em sua direção as luzes e cores do SBT - vermelho, amarelo e verde – que em seguida confundem-se com os feixes dos holofotes, e, juntos, explodem a grande luz do “SBT”, que logo se torna a logomarca da emissora. Uma luz amarela ainda percorre a esfera da logo, como se fosse um satélite. A trilha sonora lembra as vinhetas dos grandes estúdios cinematográficos que são montadas na tela antes dos filmes por eles produzidos. Particularmente na apresentação da logo da produtora (SBT) e no efeito de explosão de luzes, a vinheta do SBT é muito semelhante à usada pela Disney no anúncio de seus filmes, com a diferença de uma fadinha (a personagem Sininho, do filme *Peter Pan*) no lugar do satélite (a fadinha ou mágica da emissora?).



130



131



132



133



134



135

A cena inicia “antes” e “fora” do SBT, o que permite pensar que o SBT ilumina a cidade. Talvez possa ser também uma referência à grande participação na programação da emissora de produtos de outros estúdios, externos, como filmes e seriados americanos, que se fundem, em sua própria glória, com os sentidos de espetáculo e fama do e no SBT, a marca que prevalece após a explosiva fusão luminosa.

A forte presença de holofotes e refletores nos programas e nas vinhetas leva a pensar se não haverá outras remissões de parte a parte. Por um lado, a auto-reflexividade a que referia Sarlo, enunciando sentidos de intimidade entre o receptor e o emissor; por outro lado, reforço e reiteração de sentidos de brilho e fama (estrelato), seja pela participação nos programas, seja pelos prêmios ganhados. Vejamos mais uma vinheta institucional onde os refletores aparecem de outra forma.



136



137



138



139



140



141



142



143



144

A vinheta dura 15 segundos e também é um *mix* de computação gráfica e filmagem, misturando nas imagens e na trilha o industrial e o pós-industrial. A trilha acompanha a cena num andamento ligeiro, com passagens rápidas de graves a agudos, com timbres que lembram teclados e *samplers*, e um tom mais grave soa continuamente ao fundo. O ruído de correntes em movimento mistura-se com o som de líquido sendo derramado e acompanha a formação da logo do SBT.

O lugar parece uma grande fábrica ou usina na qual trabalham operários, todos iguais, que fundem, a altas temperaturas, alguma substância que formará posteriormente a logo da emissora. Se observarmos bem os caldeirões, que contêm líquidos com as três cores básicas do SBT, eles são, mais uma vez, holofotes, que, virados, em vez de luz derramam tinta, cor. Aquilo que é fundido nos caldeirões (o outro lado dos holofotes) é o material com o qual se forma o “SBT”.

Seria esta vinheta uma alusão ao SBT como lugar de permanente reciclagem de programas e jogos, tornados mais coloridos pela emissora? Com esta vinheta, o SBT estaria reciclando a própria idéia de reciclar? Como já vimos, no SBT há um eterno retorno do precedente, que retorna sempre como acontecimento.

Esse talvez seja *o jogo* do SBT *com o aparelho* TV, no máximo um jogo agônico contra seus concorrentes, jamais *contra o aparelho*. A cada vez que aparecem em sua duração devires de *TV jogo*, em formas e tempos tensos, vitais, a potência é funcionalizada pela produção, que é parte do *software* do jogo.

A circunstância, porém, de tais tensionamentos, freqüentemente praticados, tornam a duração televisual do SBT *lócus* privilegiado para a análise da *TV jogo* em seus devires de cultura, e sem dúvida esclarecem a proposição do jogo como raiz da cultura televisual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No projeto que comecei a escrever no primeiro semestre do Mestrado eu dizia que o SBT é a emissora que mais se expressa por meio do jogo: pela presença maciça de programas e quadros de jogo, e também por outras marcas de ludicidade situadas fora dos programas – e até mesmo fora da TV, mas que comparecem na tela da televisão. Mas eu desconfiava que essa abundância do lúdico no SBT pudesse estar escondendo outros jogos jogados pela emissora.

O grande objetivo da pesquisa era problematizar o jogo televisivo a partir da compreensão da televisão como modo particular de montar quadros de experiência e significação, e o ponto de partida era a compreensão da TV como construtora de uma realidade própria (mundos televisivos). Ela não é uma janela de outra coisa que não seja ela própria. Portanto, não é sequer uma janela para o que está acontecendo no estúdio de gravação ou onde os programas são realizados ao vivo.

Partindo desses pressupostos, o projeto propunha problematizar o jogo televisivo no SBT como forma de enunciar sentidos sobre a TV e responder aos seguintes questionamentos, tidos como problemas de pesquisa: qual a relação que existe entre o lugar do jogo no SBT e em mundos imaginados fora da TV, no Brasil? Qual a relação que existe entre as enunciações de jogo da emissora com a TV como aparelho de jogar, especialmente no que diz respeito ao problema da liberdade numa sociedade formada em torno desses aparelhos? Para atingir o objetivo geral e responder aos problemas de pesquisa os objetivos específicos estabelecidos foram: 1) Identificar os sentidos dados pela emissora ao jogo em mundos televisivos construídos a partir do jogo; 2) Estabelecer relações entre o jogo nos imaginários da emissora e em outros imaginários (na cultura brasileira, nas ciências humanas, nas ciências exatas); 3) Analisar o lúdico no SBT na perspectiva de uma *TV jogo*, perspectiva que é ao mesmo tempo contrariada, enunciativamente, de parte da emissora, justamente pelo abundante comparecimento de jogos nos seus panoramas televisivos.

Sobre os sentidos que o jogo toma nos confins das molduras do SBT foram descobertos diversos níveis, diversos jogadores e diversos jogos. Em primeiro lugar, o jogo enunciado como tal pela emissora, que se apresenta de diversas formas. Uma delas remete às características que os programas de jogo tem em relação à moldura “programa”. O programa de jogo adquire no SBT

uma forte elasticidade e capacidade de **alargamento** no fluxo. Ele se estende para fora (sem sair totalmente, já que reforça os programas de jogo como tais) em direção a outros objetos comercializáveis, em direção a outras mídias; na TV, retorna na forma de vinhetas, promos e anúncios, diluindo as fronteiras entre as molduras programa e os *restos* que não aparecem na grade de programação, atravessando tempos de outras durações (dos *restos*) com uma única e tênue marca de diferença visível no écran que é a ausência da logomarca do SBT nos tempos de *restos*.

São apresentados pela emissora alguns jogadores, ressignificados em determinadas molduras. Nos enunciados mais imediatos pareceria que o principal jogador (e sempre vencedor) é o público, bem hierarquizado: em primeiro lugar, os *fregueses* do *Baú da Felicidade* e da *Telesena* (há uma nova hierarquia entre esses: os que estão no palco, na platéia e em casa). Em um último degrau estariam os jogadores que acompanham o SBT em casa sem serem *fregueses*, mas nem tudo está perdido para eles, pois podem ligar para o Portal de voz ou participar dos jogos do SBT celular para adquirirem um *status* de jogadores.

Os *fregueses* no palco são construídos a partir de planos médios, têm uma interação direta com o apresentador e o seu lugar no palco parece ser o grau mais alto do jogador no SBT (pelo menos dentro do que se enuncia como jogador por parte da emissora). O auditório é construído em planos gerais e também “dialoga” com o apresentador, de forma coletiva. Os *fregueses* que estão em casa são citados diversas vezes, especialmente com a lembrança da importância de pagar o carnê do *Baú* em dia ou voltar a comprar a *Telesena* (as duas portas de entrada para o jogo na moldura programa no SBT). Os apresentadores, principalmente “O” apresentador e dono da emissora, que de muitas formas aparece como autoridade máxima nas hierarquias construídas pelo SBT, não se enunciam como jogadores e sim como facilitadores da vitória dos jogadores.

O jogo no SBT, portanto, além de ser um jogo hierárquico (sociedade hierárquica) é um jogo cuja finalidade é aceder ao consumo. Os prêmios (em dinheiro, casa própria, eletrodomésticos) são enunciados com a força de mudança de vida. Os primeiros planos na emissora estão reservados a produtos das empresas de jogo do Grupo, sejam televisivos ou não: são planos-afeção de rostos carregados de emoção, de roletas, bilhetes de sorteios, brinquedos. Embora estejam todos os tipos de jogo virtualmente presentes, na forma em que aparecem no SBT prevalecem os sentidos de azar. Ainda o próprio azar é ressignificado no SBT e não ocorre

por acaso: os jogadores ganham porque a sorte está na grande Casa SBT, que possibilita a existência de jogadores, do jogo, da vitória e dos prêmios, que transcendem os estúdios da emissora.

No SBT tudo é perpassado pelo jogo do auditório, seja no estúdio, seja numa gravação audiovisual ou simplesmente num som inserido na ilha de edição. Enunciado como “nem tão moderno nem tão antigo”, o SBT se permite assim reciclar programas, *personas* e personagens antigas (sem uma conotação de *velho* ou *obsoleto*). Ao mesmo tempo, há elementos de renovação técnica usados para enunciar jogos mais atuais, como o *site* ou portal de voz, que são usados também para dar sentido de atualidade ao mais antigo.

Uma outra questão que perpassa o jogo no SBT é a alusão, de diversas formas, aos tempos *ao vivo* da TV. Esses elementos compõem na abundância de programas de jogo, no figurino de Silvio Santos, na inserção de imagens de tempos antigos, particularmente do característico auditório do *Programa Silvio Santos*. São estas algumas das características *sui generis* da TV jogo no SBT.

A constatação de compartilhamentos entre o imaginário do SBT e os imaginários de outros jogos de azar brasileiros, assim como alguns imaginários da própria sociedade brasileira foram muito esclarecedores. Esses compartilhamentos apareceram na imagem de uma grande casa (o SBT) na qual se vive dos favores dos mais poderosos, referência a uma sociedade que busca em jogos de azar – ou no SBT – formas de resistência às relações despersonalizantes das metrópoles e ao lugar central do emprego (tão escasso e às vezes escravizante) no acesso a um padrão de vida sustentável.

Mas – e tendo em vista meu terceiro objetivo específico – para quem, com quem e contra quem o SBT joga, se realmente joga?

Eu diria que há três principais esforços feitos pela emissora em relação ao jogo: há um grande esforço em se mostrar jogando, inocentemente, como nos primeiros tempos da TV; um grande esforço em investir todos os movimentos possíveis na concorrência contra as outras emissoras; e há também um grande esforço em incluir no jogo os principais co-jogadores, ou o meta-aparelho do SBT, o grupo Silvio Santos. A programação da emissora, seu *software*, está marcada por esses três jogos e não há espaços de liberdade em relação a eles, fora os que possam existir nas interzonas, quando entra também no jogo a moldura corpo do telespectador.

Parece, então, não haver espaços para a liberdade no jogo jogado pelo SBT (característica tão marcante do jogo nas sociedades mais arcaicas e no jogo contra o aparelho). Nem liberdade técnica, nem estética, nem liberdade imaginária, todas elas só possíveis de serem construídas no jogo contra o aparelho.

Talvez uma das questões mais importantes descoberta nestas incursões tenha sido a abordagem do jogo como uma forma de compreender as culturas mais arcaicas e as contemporâneas, sobretudo a cultura televisiva. As **incursões** que fiz foram justificadas por coexistências, e penso tê-las apontado: nos devires de TV jogo no SBT, e nos modos tensos como a emissora se movimenta entre molduras, inclusive de TV mídia e, entre outras, as dos programas, dos anúncios, dos promos e da programação. A duração que se torna extensiva no SBT adquire formas de jogo que disfarçam o jogo do aparelho (*software*), e penso ter ficado claro que a emissora, ainda que de modos tensos, *joga com* o aparelho e não *contra* ele.

As incursões me obrigaram a mudar diversas vezes o *corpus*, conduzida que fui pelo objeto empírico. O que começou sendo um conjunto de tempos de TV do SBT baseado, sobretudo, em programas de jogo foi mudando até eu chegar a recortar tempos do SBT muito mais transversais, fluidos e que mostram outros jogos da emissora, para além dos que são enunciados como tais.

Penso que as incursões foram possíveis principalmente pelo método da intuição. Ele me permitiu entrar na minha própria duração e perceber, a partir do lúdico que me habita, a duração jogo que habita o SBT. Foi mais no fluxo (na duração) da emissora que percebi os devires de TV jogo, em suas diferenças de natureza e de grau.

A percepção do jogo na/da TV requereu que eu não carregasse instrumentos pesados de análise, de modos a poder fluir com o fluxo, jogar com o jogo (e, no meu caso, contra o jogo também, com vistas a produzir uma informação: a dissertação que acabo de escrever). Ao contrário, exigiu muita leveza também para não perder o rastro dos verdadeiros problemas, das verdadeiras diferenças de natureza, as quais a TV disfarça tão bem: a TV está sempre dando falsas pistas para falsos problemas, já que o que tende a escurecer a visão do jogo, no caso do SBT, é o brilho do teor conteudístico de seus programas de jogo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes. TRACY, Kátia. **Noites Nômades**. Espaço de subjetividade nas culturas jovens contemporâneas. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

ALBORNOZ, Luis. **Al fin solos...** La nueva televisión del Mercosur. Buenos Aires: CICCUS - La Crujía, 2000.

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma Antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papirus, 2003.

AUMONT, Jacques. **O olho interminável** [cinema e pintura]. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

BAUMAN, Zigmunt. **Vidas desperdiçadas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

_____. **La sociedad sitiada**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2004.

_____. **Amor líquido**. Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004a.

_____. **A modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

BERGER, Christa. **A pesquisa em Comunicação na América Latina**. In: HOHLFELDT, A; MARTINO L; FRANÇA V. Teorias da comunicação- conceitos escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

BERGSON, Henri. **A evolução criadora**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. **Matéria e Memória**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

_____. **Memoria y vida**. Madrid: Alianza Editorial, 1987.

_____. **Cartas, conferências e outros escritos**. São Paulo: Abril Cultural, 1979. (Os pensadores).

BONASIO, Valter. **Televisão. Manual de programação e direção**. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2002.

BORELLI, Sílvia Helena Simões. **Ação, Suspense, Emoção: Literatura e Cultura de Massa no Brasil**. São Paulo: Estação Liberdade/ EDUC/ FAPESP, 1996.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2000.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens**. Lisboa: Cotovia, 1990.

CALABRESE, O. **A idade neobarroca**. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

CANEVACCI, Máximo. **Culturas eXtremas**. Mutações juvenis nos corpos das metrópolis. Rio de Janeiro: DP&A, 2005..

_____. **Antropologia da comunicação visual**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

_____. **A cidade polifônica: ensaio sobre a Antropologia da comunicação urbana**. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

CARDOSO DE MELLO, J. M.; NOVAIS, Fernando. **Capitalismo tardio e sociabilidade moderna**. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord. Geral da Col.); SCHWARCZ, Lilia Moritz. *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. (*História da Vida Privada no Brasil, v.4*).

CERTEAU, Michel De. **La invención de lo cotidiano**. México: Universidad Iberoamericana, 1996.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

_____. **Carnavais, malandros e heróis**. Para uma Sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

_____. **A casa e a rua**. Espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1991.

DAMATTA, Roberto. SOAREZ, Elena. **Águias, Burros e Borboletas**: Um Estudo Antropológico do Jogo do Bicho. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

DELEUZE, Gilles. **A ilha deserta**. São Paulo: Iluminuras, 2006.

_____. **Bergsonismo**. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. **La imagen-tiempo**. Barcelona: Paidós, 1987.

_____. **A imagem-movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

DELEUZE, G. GUATTARI, F. **Mil platôs**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.

DERRIDA, Jacques. **Ecografias de la televisión**. Entrevistas filmadas a Bernard Stiegler. Buenos Aires: Eudeba, 1998.

ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

_____. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

EISENSTEIN, Sergei. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografia dos Estudos culturais**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FERNÁNDEZ, Carlos Manuel. **Influencias Del montage en el language audiovisual**. Madrid: Ediciones Libertaria Prodhufi, 1997.

FERREIRA, Soraya. **A estética da repetição na televisão**. Artigo publicado na revista *Líbero*. Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. Ano VII, nº 13/14 – 2004. Disponível em: < <http://www.facasper.com.br/pos/libero/libero13/86-95.pdf>> Acesso em: 22/02/2006

FILHO, Daniel. **O Circo eletrônico**. Fazendo TV no Brasil. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Relume Dumará, 2002.

_____. **Pós-História: vinte instantâneos e um modo de usar**. São Paulo: Duas Cidades, 1983.

_____. **Two Approaches to the Phenomenon, Television**. In: *The New Television*, MIT Press, Cambridge, MA 1977. (Out of print.). Disponível em: http://br.geocities.com/vilemflusser_bodenlos/textos/Twoapproaches.pdf. Acesso em 15/04/2006.

_____. **Jogo**. Artigo publicado no Suplemento Literário OESP. 9/16/1967. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/jogos.pdf>. Acesso em 10/01/2006.

GAGNEBIN, Jeanne Marie. **Memória, história, testemunho**. Artigo publicado na revista *ComCienca* Disponível em: <<http://www.comciencia.br/reportagens/memoria/09.shtml>> Acesso em: 20/01/2006

GADAMER, Hans-Georg. **La actualidad de lo bello**. Barcelona: Paidós, 1991.

GASTALDO, Edison (org.). **Erving Goffman. Desbravador do cotidiano**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.

_____. **Pátria, Chuteiras e Propaganda: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo**. São Paulo: Annablume; São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2002.

HAMBURGER, Esther. **Diluído Fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano**. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord. Geral da Col.); SCHWARCZ, Lilia Moritz. *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. (*História da Vida Privada no Brasil*, v.4).

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulinas, 2004.

KEHL, Maria Rita et al. **Anos 70 - Televisão**. Rio de Janeiro: Europa, 1979-1980.

KEHL, Maria Rita. **Eu vi um Brasil na TV**. In: COSTA, Alcir Henrique; SIMÕES, Inima; KEHL, Maria Rita. *Um País no ar: história da TV brasileira em três canais*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

KILPP, Suzana. **Panoramas especulares**. In: VIII Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), 2006, São Leopoldo. UniRevista. São Leopoldo: UNISINOS, 2006. v. 1.

_____. **Mundos televisivos**. Porto Alegre: Armazém digital, 2005.

_____. **Ethícidades televisivas**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

_____. **Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

_____. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 1997.

_____. **A arte do vídeo**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

MAFFESOLI, Michel. **A conquista do presente**. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão, a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

MARANHÃO, Jorge. **A arte da publicidade: estética, crítica e kitsch**. Campinas: Papirus, 1988.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: EDUF RJ, 1997.

_____. **La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana**. Diálogos de la comunicación, nº 17, 1987.

MARTÍN-BARBERO J.; REY G. **Los ejercicios del ver: hegemonia audiovisual y ficción televisiva**. São Paulo: Senac, 2001.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**. Uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2002.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: E.P.U., 1974.

MCLUHAN, Marshall. **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Organizado por Stephanie McLuhan e David Staines. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

_____. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix Ltda, 1999.

MICELI, Sérgio. **A noite da Madrinha**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MIRA, Maria Celeste. **Circo eletrônico**. Sílvio Santos e o SBT. São Paulo: Loyola e Olho D'água, 1995.

MOLES, Abraham. **O kitsch**. A arte da felicidade. São Paulo: Perspectiva, 1975.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX**. O espírito do tempo (Neurose). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1992.

MOTA, Regina. **A épica eletrônica de Glauber**: um estudo sobre cinema e TV. Belo Horizonte. Ed. UFMG, 2001.

NOVAES, Adauto (org). **Rede imaginária**: televisão e democracia. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PEIXOTO, Nelson Brissac. **Paisagens urbanas**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2004.

PRADO, José Luiz Aidar (org). **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker, 2002.

PRIGOGINE, Ilya. **O fim das certezas**. Tempo, caos e as leis da natureza. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1996.

REQUENA, Jesús González. **El discurso televisivo**: espectáculo de la posmodernidad. Madrid: Cátedra, 1995.

RODRIGUES, Adriano. **Estratégias de comunicação**: questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa: Presença, 1990.

ROITER, Ana Maria; TRESSE, Euzébio. **Dicionário técnico de TV**. São Paulo: Globo, 1995.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. **Arte e cultura: equívocos do elitismo**. São Paulo: Cortez, 1990.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna. Intelectuais**, arte e videocultura na Argentina. Rio de Janeiro: UFRJ, 2000.

SILVA, Arlindo. **A fantástica história de Silvio Santos**. São Paulo: Editora do Brasil, 2000.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **O monopólio da fala**, função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1989.

SODRÉ, M; PAIVA, R. **O Império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

STALLMAN, Richard. **Usar o software livre é educar para a liberdade**. In: *Software livre, blogs e TV digital*. Cadernos IHU em formação. Ano 2 – N°. 10. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

STIEGLER, Bernard. **La imagen discreta**. In: DERRIDA, Jacques. *Ecografías de la televisión*. Entrevistas filmadas a Bernard Stiegler. Buenos Aires: Eudeba, 1998.

VIZER, Eduardo A. **La trama (in)visible de la vida social**. Comunicación, sentido y realidad Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2003

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**. Uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.

Sites consultados

Endemol. www.endemol.com

Escola de televisão. www.escoladetelevisao.com.br

Microfone: história da televisão brasileira. www.microfone.jor.br/historiadaTV.htm

Mundo da TV. www.mundodatv.com.br/historia.asp.

Página do Silvio Santos. www.paginadosilviosantos.com.br

Sistema Brasileiro de Televisão, SBT. www.sbt.com.br

Tudo sobre a televisão. www.tudosobretv.com.br/histortv