

Cidade dos Artistas. Cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro.
Raquel PAIVA / Muniz SODRÉ.
Mauad: Rio de Janeiro, 2005, 171 páginas.

FERNANDO R. CONTRERAS
Departamento de Periodismo 1 (Universidad de Sevilla)

Este libro explica la influencia de la mediación del discurso televisivo en las formas sociales de relación en la población carioca. Es un estudio socio-antropológico del efecto mediático de la narrativa y los actores afamados de la televisión. Para situar este trabajo en un contexto de antecedentes, comenzaríamos por Lévi-Strauss que distinguía varios niveles de comunicación en su interpretación de la sociedad. Así diferenciaba entre las reglas de parentesco y de matrimonio (comunicación de mujeres), las reglas económicas para asegurar los bienes y servicios (comunicación de mercancías) y finalmente, las reglas lingüísticas (la comunicación de mensajes). Esta fue la base de un estructuralismo que más tarde remodelaría Roland Barthes diferenciando entre los niveles de las funciones, de las acciones y de las narrativas. Finalmente, Umberto Eco reconocería que los fenómenos de comunicación, especialmente los mediáticos, no son todos explicables a nivel lingüístico.

Este es el contexto en el que se desenvuelven Paiva y Sodré que van cartografiando la semiosis producida por el discurso televisivo. Su propuesta permite vincular signos elaborados por la industria cultural, incluyendo a sus productores con signos sociales que condicionan el modo de vida social: *“Depois da hegemonia televisiva, a expressão cultura brasileira corresponde na prática ao repertório total de filmes, telenovelas, s ries, programas de entrevistas e can es, ou seja, a vitrine dos productos do cinema, da televis o e da indústria fonogr fica”*.

Denuncian la necesidad de las instituciones oficiales de rodear a la intelectualidad de personajes famosos de la industria cultural para prestigiar la cultura brasile a. Manifiestan un empobrecimiento de la identidad de la cultura nacional que requiere de estrategias especulares para su construcción: *“Em torno dessa cultura, gravitam a média de entretenimento e suas deriva es impressas. Desenvolve-se, assim, um jornalismo específico, com toda uma galeria de personagens t picos, cujo maior valor ético   a intensidade de seu espelhamento midi tico ou de sua celebridade”*.

Por un lado, en este trabajo podemos diferenciar las interacciones semióticas que supone la construcción de signos que permiten la comunicación social. Completando esta misión, pensamos que este estudio está muy cerca de lo que Wolf llamaba “socializaciones colaterales”. Paiva y Sodr e tienen planteamientos muy similares a los estudios posteriores a la *teoría del cultivo* de Gebner, en los que el núcleo de la investigación lo formaba la capacidad de los medios de comunicación en el proceso de socialización.

En este sentido, en el trabajo se resalta el papel de socialización desarrollado por las industrias culturales. Existen precedentes de este trabajo en Blumer (1933), en *Movies and Conduct*, e incluso en los modernos trabajos de McRobbie, Stuart Hall o los estudios sobre decodificación y codificación de la audiencia televisiva realizados por David Morley.

Paiva y Sodr e en la misma línea de investigación de estos estudios precedentes, analizan en la sociedad carioca los comportamientos producidos por la industria del entretenimiento. Los espectadores reproducen los roles de una realidad social que no corresponde con la suya y que surge representada en los medios de comunicación; se produce un desplazamiento de realidad, si empleamos la denominación de Wolf. El efecto es que la audiencia queda influenciada por la percepción de los contenidos televisivos y manifiestan más *respuestas televisivas* que otras personas. A propósito de esto, las investigaciones de Gebner adelantan ya algunas de estas respuestas televisivas pues los espectadores cultivan imágenes de la realidad que precipitan en sistemas de creencias, representaciones mentales y actitudes: “*Cultura-entretenimiento, associada a consumo de luxo,   de fato a grande mercadoria da “gentrifica o” neoliberal. S  que cultura equivale     patrimonializa o do estilo de vida da “gente fina”. Qualquer boate, qualquer espectáculo de m sica popular converte-se midiaticamente em “promo o cultural”. E nos países terceiro-mundistas, a televisão e suas deriva oes audiovisuas acabam sendo um dispositivo poderoso dessa “gentrifica o”.*

Lo más singular de la obra es la comparación entre el orden urbano de Rio Janeiro y el orden social mediático que forman los grupos profesionales del ámbito televisivo. Para lo cual incluyen entrevistas periodísticas a productores, promotores o editores que reflejan dos ciudades especulares. Según explican los autores, se establece una relación entre la vida que muestra los medios de comunicación y el modo de relación social con la ciudad y sus espacios: “*Agora, p rem, comparece, desde a década de 60, o “culturalismo” como ideologia e técnica de um movimento generalizado de “revitaliza o urbana”. Dentro dessa ideologia, cultura   entendida como espaço de constru o do consenso*

ou da coesão social, acima dos conflitos e tensões comunitários, que constituíram, desde fins do século dezenove até a maior parte do século vinte, os objetos privilegiados da reflexão crítica sobre a sociedade. Vinculada à expansão das tecnologias da informação e da comunicação, a cultura torna-se praticamente um recurso gerencial”.

Morley también emplea la entrevista en su trabajo *Televisión, audiencias y estudios culturales*. En este estudio, trata de establecer relaciones entre los efectos y las funciones, delimita un paradigma normativo y otro interpretativo, y de modo similar, Paiva y Sodré también contemplan los códigos, las clases y las correspondencias en la investigación de la audiencia. Los planteamientos giran alrededor del significado de lo popular, de la política urbana en la indagación etnográfica y de la problemática ideológica que se asienta en lo interdiscursivo (urbano/mediático) y la interpelación entre “sujetos” y en el sujeto (ciudadano/actor).

La cuestión de la organización social del espacio está muy presente en esta obra. Es ineludible los tanteos especulativos sobre el poder y la ideología, ya que este es el contexto de la esfera pública en la que se desarrolla la vida cotidiana y donde se constituyen las emisiones. Como observan, Paiva y Sodré, de la intersección se construye el vínculo entre los espectadores dispersos y heterogéneos que forman una sociedad estratificada. A partir de esta red de relaciones se promueve una identidad nacional (o comunal) o un sentimiento de vida comunitaria desarrollada de la interacción simbólica: *“Uma narrativa telenovelesca consiste, em grande parte, de reflexos da vida carioca captados por lentes de folhetim. Mas a vida carioca, ou melhor, a vida de certos estratos sociais,   também, refra o da novela, sugerindo novos estilos de comportamento e dando margem ao surgimento de pequenas empresas (confec oes, bijuterias, alimenta o, ag ncias de modelos, etc.), que alteran percep oes e gostos colectivos. Desta maneira, o Grande Narrador, (no limite, a própria Cidade representada por seus porta-vozes de época) pode trocar a realidade por reality, o mérito pela fama, arriscando-se a suscitar as emo oes mais prim rias de seu público”*

Debemos entender que Paiva y Sodr  muestran cómo los modos de comunicación físicos (la arquitectura o el orden urbano) y simbólicos (las emisiones, las publicaciones) transforman los modos de organización social. En este sentido, es muy importante cómo los medios de comunicación condicionan el espacio y el tiempo en la esfera doméstica. Ellos destacan también cómo la esfera doméstica queda cada vez más segmentada por la producción industrial. Coinciden con Morley en pensar que las relaciones causales de la organización

espacial del esparcimiento promovida por los medios se mueven en dos direcciones. Por ello, es necesario prestar una atención, por un lado, a los influjos que las orientaciones culturales que existen ya en el tiempo (las tradiciones) ejercen sobre los niveles micro y macro de la organización de las emisiones, no sólo en la sociedad, sino también en el interior de las subculturas o de las familias particulares y, por otro lado, el efecto que produce las tecnologías de la información y de la comunicación cuando incorporan divisiones específicas del espacio y el tiempo. Sobre esta idea, también Martin Barbero ha insistido al hablar de la construcción y emergencia de la identidad a través de la acción de estas tecnologías. Estas brindan a los ciudadanos la posibilidad de un espacio de identificación, no sólo entiéndase de un espacio de memoria común, sino también de la experiencia o la vivencia del encuentro y la solidaridad. Pero esto último, debe tomarse como una abstracción frente a la idea política. Las emisiones desarrollan un sentimiento o emoción de cotidianidad y proximidad que tiene que ver más con el simulacro que con la misma realidad.

Paiva y Sodré han polarizado este trabajo entre la herencia del estructuralismo y la base de los estudios que continuaron con la tradición de Gebner: *“Um novo tipo de cidade desenha-se para a realidade do “bios” virtual. Isto n o   perspectiva de futuro, j    coisa de presente numa cidade como voca o “global” (no sentido de cidade que faz parte de redes de finan as e mercados) como o Rio de Janeiro, que j  tinha uma tradi o centralizadora no que se refere a meios de comunica o. As r dios cariocas eram “nacionais”, falavam para o país inteiro”. Os jornais, idem. Hoje, equipamentos eletrónicos e m dia de entretenimento v m desempenhando um papel fort ssimo”*. Del mismo modo que Giddens, nuestros autores se resisten a separar la estructura del análisis y suporponen una lógica dual en su estudio. Esta dualidad es concebida como reglas y recursos que participan de las formas de colectividades de sistemas sociales, reproducida en el espacio y tiempo; esto es en palabras de Giddens, el aspecto humano del “obrar”. Y este “obrar” es el componente de la estructura que reproducen los humanos. Así que Paiva y Sodré revisan en las entrevistas presentadas la teoría de la estructuración como una revisión del empleo del lenguaje. Las normas de la lengua se basan en la producción real del habla. De este modo, las estructuras sociales pueden conceptualizarse como un conjunto de reglas y recursos que simultáneamente posibilitan las acciones y actuaciones sociales. Ello puede observarse desde el acceso a los bienes culturales, pues el espectador ya no quiere alcanzar el acontecimiento cultural sino es a través de la mediación tecnológica. Dicho más sencillamente, prefiere que el mundo se le explique por los medios de comunicación, a tener que él personalmente indagar como es la realidad social.