



sociedade de controle e modulação dos programas televisivos femininos¹

lúcia soares

A sociedade de controle é a sociedade da comunicação simultânea e instantânea e do controle contínuo.² Assim, as instituições disciplinares, descritas por Michel Foucault, com seus dispositivos de vigilância e controle em espaços fechados são redimensionadas na atual sociedade de controle, modelando-se e adaptando-se a novas táticas de governo das condutas e das populações que incluem técnicas de controle dentre as quais as mídias eletrônicas – a televisão e a internet – exercem um papel preponderante.

As novas tecnologias da comunicação e as redes digitais remodelam os veículos de comunicação, estendendo seu campo de cobertura a diversos setores da sociedade. Os sujeitos, nesse processo, não se encontram inertes como passivos receptores de informações, dados e imagens; pelo contrário, eles também produzem dados, informações e imagens que transmitem por meio dessas mesmas tecnologias, participando diretamente da disse-

Lúcia Soares é pesquisadora no Nu-Sol, doutora em Ciências Sociais pela PUC-SP; professora do curso de Psicologia e da Pós-Graduação em Saúde Coletiva da Uninove.





minação dos seus efeitos. No regime do controle contínuo da sociedade de controle, o indivíduo é convocado a aderir, a *participar* da vida social e da política em democracia enquanto cidadão, o que significa acompanhar, compartilhar, interagir e acreditar ser possível influenciar os acontecimentos que passam diante de seus olhos e a um toque dos seus dedos, na tela do televisor, do computador ou do celular.

Na sociedade de controle, a palavra de ordem da mídia, sobretudo da televisão, é *participação*. Ao investir em sondagens e pesquisas a televisão analisa de que maneira pode-se capturar o telespectador-cidadão-consumidor, a partir de seus desejos e quereres, instituindo uma percepção de familiaridade e individualidade, mas sempre se dirigindo ao coletivo. Daí, portanto, o telespectador não é mais o receptor passivo, manipulado e dócil. Ao contrário, o telespectador é participativo e dinâmico, sendo persuadido e seduzido o tempo todo por uma operação de mão dupla porque se interessa pela produção das informações transmitidas, editadas, *manipuladas* pelos programas televisivos e, também, dispõe-se a intervir e *manipular* os mesmos programas dando sua opinião, por meio de pesquisas instantâneas, colaborações e interatividade. Ao refletir sobre a produção de informações pela mídia contemporânea, Hans Magnus Enzensberger observou que “não existem escrita, filmagem e exibição não manipuladas. Dessa forma a questão não é se as mídias são manipuladas ou não, mas quem as manipula”³.

Para Enzensberger, tanto a crença liberal na imparcialidade do jornalismo quanto a crítica de esquerda que acusa a imprensa burguesa de *manipular* notícias – produzindo ou adulterando informações sobre o “real” – a fim de *manipular* consciências e, com isso, viabilizar a reprodução





Sociedade de controle e modulação dos programas televisivos femininos

da dominação econômica e política, desconsideraram que toda notícia é um fato acontecido que foi lido, editado e interpretado por quem se dispôs a comunicá-la aos demais. Logo, não haveria notícia que não tivesse antes sido *manipulada* – tocada, mexida com as mãos, trabalhada. Quando escreveu sobre o tema no início dos anos 1970, interessava a Enzensberger afirmar a esterilidade de acusar esse ou aquele grupo por distorcer uma suposta *verdade*, mas de compreender que toda verdade é produzida a partir de acontecimentos que são recontados a partir de uma perspectiva, ou seja, que são *manipulados* por valores, interesses políticos, preconceitos etc.. Ao invés de denunciar a manipulação do outro, para o sociólogo alemão, importaria aos grupos políticos de resistência assumir a condição de manipuladores e transmissores de informação, aproveitando, para tanto, as facilidades técnicas que, a partir das inovações do pós-Segunda Guerra Mundial, passaram a permitir que *receptores* de informação se transformassem em possíveis *emissoras*.

A difusão da tecnologia dos computadores pessoais na passagem dos anos 1980 para os 1990, acompanhados da disseminação do uso civil da internet, antes restrito aos aparatos de militares dos Estados Unidos e da Europa Ocidental, alterou a velocidade e os modos de comunicação não só pela instantaneidade das trocas de mensagens e dados eletrônicos, como também, pelas transformações incorporadas pela própria televisão. A disseminação dos recursos eletrônicos e de telecomunicação a partir dos anos 1990 articulou-se aos programas de TV que passaram a chamar por uma maior interação com os telespectadores, ampliando o conceito de participação para uma audiência fechada que por ventura estivesse presente no





estúdio de gravação. A interação entre comunicadores/apresentadores de TV e seu público pôde, então, passar a ser imediata – ao vivo –, com impacto na condução do próprio programa televisivo, que teve sua editoria flexibilizada de modo a incorporar parte das intervenções do público; fato que tornou mais tênue a divisão entre *emissor* e *receptor* acentuando ainda mais o processo que, nos anos 1970, identificara Enzensberger.

Desse modo, na sociedade de controle, o telespectador não pode ser considerado um ser meramente comandado por opiniões e valores transmitidos pela TV; ele também interage participando da produção e retransmissão desses valores. Assim, a televisão atual está direcionada para cada um e para todos; e, em parte, produzida pela convocação dos telespectadores. Com seu grande poder de alcance, a televisão é hoje uma via de produção de verdade das mais eficientes, sendo capaz de tornar qualquer discurso potencialmente verdadeiro ao se propor informar, difundir, transmitir e comunicar a “todo mundo”. A TV atinge a todos e a cada um em seus segmentos específicos ao sugerir relatos e interpretações dos acontecimentos da vida cotidiana. Pela tela passam transmissões ao vivo de guerras e conflitos, ações governamentais em favelas, eventos esportivos e programas de entretenimento, educativos, informativos, noticiosos. Enfim, tudo o que acontece parece passar pela televisão. Seguindo a análise de Michel de Certeau⁴, podemos considerar que a televisão fabrica sua produção, torna o telespectador um consumidor cultural ao colonizar sua vida cotidiana, que é mostrada, construída, reconstruída e dramatizada. Com isso, as práticas cotidianas são exploradas ao máximo, seja nos telejornais, programas de entretenimento, telenovelas ou documentários.





Sociedade de controle e modulação dos programas televisivos femininos

Este artigo procura esboçar uma análise da televisão como produtora de verdades na sociedade de controle a partir do estudo de alguns dos atuais e mais assistidos programas televisivos voltados ao público feminino na TV brasileira. A partir da indicação de procedências desses programas na história de televisão no país, procurar-se-á expor como tais programas femininos produzem e transmitem valores que têm como alvo reafirmar costumes conservadores, modulando condutas para os tempos de hoje, nos quais se espera que as pessoas participem da vida social e dos acontecimentos de modo a reforçar e aperfeiçoar o atual estado das coisas e não para problematizá-lo ou, muito menos, a ele resistir.

Programas

Um dos termos mais recorrentes e significativos quando se trata da televisão é *programa*, palavra de múltiplos sentidos e acepções. Um programa pode demarcar uma *ordem* ou uma ordem social que incide sobre a conduta das pessoas; uma ordem entendida como operadora de consciências, procurando inculcar regras, normas, modelos a serem seguidos e copiados como exemplos de vida, de retidão e conformidade; uma moral.

Um programa, em sentido amplo, pode ser também uma *representação* explícita, escrita, ensaiada e encenada por *atores sociais* que representam um conjunto, ou sequência, com uma determinada função no interior da sociedade. Um programa pode, ainda, estar vinculado à *educação*, ao que deve ser ensinado, transmitido, comunicado aos alunos que são adestrados, preparados e interrogados nos exames contínuos a que estão sujeitados.





Um programa pode significar o *princípio*, o *caminho* que um partido político ou um governo traçam esperando que os partidários e eleitores o sigam. Um programa pode ser um *plano*, uma *política*, uma *agenda* de governo, de candidatos às eleições, de organizações não-governamentais e suas táticas de governo voltadas aos indivíduos, grupos e minorias nas suas demandas por direitos. Um programa pode ser uma *produção*, um trabalho, seja em série, *edição limitada*, em tempo real ou virtual. Um programa pode ser um dispositivo eletrônico antivírus para *rastrear* e *eliminar* outros, ou para acessar, modificar ou danificar banco de dados, de pesquisa, de instalação de informações, de códigos que recuperem e reparem erros. Um programa pode ser de *sexo*, pago ou não, e ainda, designar uma diversão. Um programa, por fim, pode significar vigilância, controle, denúncia de si e dos outros.

Um programa televisivo, por sua vez, pretende informar, opinar, emitir juízos e transmitir supostas verdades ao propiciar uma reflexão sobre a vida dos indivíduos, do seu cotidiano, das suas práticas sociais, investindo nos anseios dos telespectadores quando exibem reportagens, documentários, séries – sobre pessoas, lugares, culturas, religiões, música, literatura, gastronomia, comportamento, etc. –, no intuito de atender e, se possível, antecipar as expectativas de quem assiste, avidamente, o que está sendo transmitido.

Mais especificamente, um programa de auditório ou de variedades procura entreter, informar, mudar o comportamento e o pensamento, conscientizar, ensinar, atingir, assegurar, sensibilizar, mostrar, direcionar, julgar, moralizar, aconselhar, reconfortar os telespectadores por meio de reportagens, entrevistas, debates, discussões, atrações e qua-





Sociedade de controle e modulação dos programas televisivos femininos

droso comandados por um apresentador ou apresentadora que saiba animar, interagir, chamar a atenção, ser incisivo – quando preciso –, ter leveza, bom humor com a plateia de espectadores e telespectadores que estão em suas casas acompanhando o que está *programado*.

No que diz respeito a essa reflexão, interessa destacar o poder de produção de verdade da televisão e dos programas de entretenimento femininos na fabricação de condutas cotidianas, menos como segmento de gênero ou classe social, e mais como efeitos do fluxo contínuo da sociedade de controle. Interessa, também, notar como o que é *programado* pelos editores, diretores, apresentadores de TV passa a ser parcialmente modulado pela interconectividade dos telespectadores, chamados a participar por e-mail, mensagem de texto, *twitter* ou ligações telefônicas de questões pré-programadas pelos responsáveis da atração televisiva, sugerindo àqueles que assistem que têm algum poder de influência sobre o que se transmite. A programação, então, passa a comportar uma possibilidade de captura das atenções de quem acompanha os programas ao mesmo tempo em que oferece aos telespectadores vias de participação pelas quais também podem expressar seus valores, sentindo-se contribuintes do produto final transmitido pela TV.

Mulheres e programas de entretenimento televisivo

Desde os primeiros anos da televisão brasileira, na década de 1950, as mulheres estiveram presentes na programação, inseridas e contempladas pela nova mídia a partir do que podiam e deviam ver e ouvir *ao vivo em preto e branco*, anunciado por suas *divas* de rádio, cinema e teatro que,





então, transformavam-se em estrelas de TV junto a outras em início de carreira, ou ainda, com anônimas *garotas-propagandas* e *telemoças* que almejavam o estrelato. Já nos seus princípios, a televisão assediou não apenas as atrizes, cantoras, bailarinas, dançarinas e apresentadoras do rádio, cinema e teatro, como também copiou e adaptou programas deste círculo para telenovelas, teleteatros e programas de variedades, para cativar o seu público principal: o feminino.

No entanto, a televisão brasileira, para difundir-se entre esse público, não investiu apenas em teleteatros e telenovelas, gêneros que podiam ser acompanhados por toda a família. Houve um direcionamento específico visando as mulheres que levou à segmentação de programas voltados ao “*universo feminino*” e que se dedicaram a ampliar, representar, encenar, discutir e inculcar nas moças, nas donas de casa, nas mães de famílias valores para sua vida e sentidos para o seu papel na sociedade. Foi nesse campo, carregado de valores e enunciados morais voltados para um público específico, que surgiram os primeiros programas televisivos femininos.

Assim, consolidou-se um modelo de programa – semanal ou diário – que abordava *temas femininos* que iam desde questões cotidianas – como orientações culinárias e dicas para a manutenção da casa – até questões relacionadas às subjetividades das mulheres, como beleza, moda, comportamento, exercícios físicos e jovialidade. Um dos primeiros programas dessa safra inicial, ainda no início dos anos 1950, foi *No Mundo Feminino* da TV Tupi-SP, apresentado por Maria de Lourdes Lebert e Elizabeth Darcy. Logo veio outro, intitulado *Revista Feminina*, apresentado por Lolita Rios também na TV Tupi-SP que, preparado nos moldes das revistas femininas impressas de então, vol-





Sociedade de controle e modulação dos programas televisivos femininos

tou-se às questões do papel da mulher numa sociedade em modernização, urbana e com a entrada de novos valores por meio das próprias mídias de massa como o cinema, o rádio e a TV. O sucesso desses programas foi grande, arrebatando um público significativo para a época de mulheres casadas e solteiras, feias e bonitas, trabalhadoras e donas de casa.⁵

Em 1957, estreou outro programa destinado às mulheres e apresentado por Hebe Camargo chamado *O Mundo é das Mulheres*, que se tornou referência e procedência de todos os outros programas de mulheres que surgiriam nos horários matutinos, vespertinos e noturnos, programas diários ou semanais, em várias emissoras de televisão durante esta década. Segundo Miceli, nesse programa, Hebe Camargo construiu sua própria imagem como a de uma mulher igual às outras, pertencente a uma classe média, mãe de família, dona de casa que vai às compras de supermercado, que administra o lar e os empregados da casa, educa os filhos; enfim, uma mulher carinhosa e austera, atenta às normas de conformidade social, empenhada na reprodução de maneira exemplar dos papéis familiares resultantes do seu desempenho de “procuradora a serviço de um quadro de valores e normas particular”⁶.

Foi assim que Hebe, que estreara no final dos anos 1940 como cantora e atriz de rádio e cinema, conquistou a empatia do público de TV que a consagrou como representante da instituição *família* no segmento dos programas femininos: uma prestadora de *serviço público*, empenhada em trabalhar, assemelhar-se aos telespectadores, compartilhar com eles seus valores, modos, galhofas, preocupações, a todo tempo desempenhando um papel e reafirmando um mesmo e indicado estilo de vida.





A aceitação do público e o sucesso como transmissora de valores morais disseminados na sociedade brasileira, e que foram catalizados por seu programa, talvez ajude a compreender como Hebe Camargo e seus programas persistam no tempo, reinventando-se de diversas maneiras, provocando modulações⁷: além da própria permanência *no ar*, Hebe e seu estilo já foram adotados, copiados e *re-paginados* por outras apresentadoras mais jovens, a exemplo de Adriane Galisteu e Luciana Gimenez, a partir dos anos de 1990.

Hoje em dia, os programas televisivos de mulheres utilizam uma série de dispositivos⁸ para capturar e orientar suas telespectadoras. Eles procuram interceptar e modelar suas condutas ao estimular a interação, colher suas opiniões, reconfigurar seus discursos para atualizar a *sua* mulher ideal. Na linha do que, há décadas, faz Hebe Camargo, os atuais programas femininos exibidos pela televisão aberta ou fechada procuram moldar e adaptar o comportamento de suas telespectadoras a certos padrões de conduta. Para tanto, investem em sondagens, diagnosticam anseios, reproduzem e explicitam aquilo que elas *querem e precisam* ver. Por meio do *inconsciente maquínico*⁹, a televisão apela para a conduta da mulher fabricando uma realidade que aciona a produção de modos que ordenam e controlam a maneira de viver, de trabalhar, de ensinar, de se vestir, de falar, de andar, de se alimentar, de cozinhar, de lidar com o sexo e com sua sexualidade, com seu corpo, com seu passado, presente e até com seu futuro. A produção de subjetivações é capturada por estes programas femininos, transformada e reproduzida em novos tipos de subjetividades disseminadas pela mídia.





Sociedade de controle e modulação dos programas televisivos femininos

Os programas femininos da televisão aspiram *pensar* pelas mulheres, organizar suas vidas, ensinar a *fazer*, recomendar o que pode ser feito, ou tudo o que uma mulher *deve* fazer, sentir e pensar, intermediando a conformação de seus comportamentos no interior de uma conduta esperada. Por meio das representações das práticas cotidianas mostradas nos programas femininos, os efeitos dessa produção de um padrão de conduta trabalham para o redimensionamento e atualização da moral conservadora: a moral do casamento, a moral da família, a moral da estética, a moral da boa alimentação, a moral ecológica, sempre como uma inacabada produção “em aberto”. A moral conservadora, dessa maneira, também é *repaginada* e ganha outra roupagem a ser trabalhada, cotidianamente, pelos programas femininos, que funcionam no sentido de incentivar as mulheres a governar a si mesmas, orientando, interceptando, aconselhando e controlando o seu comportamento. Ao mesmo tempo, isso não significa que os programas femininos inventem e imponham uma moral; ao contrário, eles identificam, captam e expressam práticas do seu público telespectador, enfatizando, amplificando e reforçando condutas.

Desde os inícios da TV, entre os anos 1950 e 1960, os programas destinados às mulheres redimensionaram o discurso das revistas femininas e dos programas femininos produzidos pelo rádio, potencializando com imagens os discursos antes apresentados nesses meios de modo a enfatizar o papel da mulher apropriada, condizente e preparada para a vida social. O discurso dos programas femininos da televisão, portanto, não atua sozinho: quem pronuncia, quem diz, quem faz circular esse conjunto de valores e práticas pelo meio televisivo que conforma a mulher e incide





sobre as telespectadoras são os apresentadores e apresentadoras, a partir do que o seu público quer ver e ouvir.

Nos sessenta anos da televisão brasileira, os programas destinados às mulheres na TV aberta expandiram-se em todas as faixas de horário, com programas de informação e entretenimento matutinos ou vespertinos comandados por apresentadoras e jornalistas, ou ainda, por vários apresentadores que se revezam em quadros. No horário nobre noturno, o *prime time* ainda privilegia os telejornais e as telenovelas, no entanto, há também programas de variedades ou programas de entretenimento e auditório como os atuais programas de Luciana Gimenez e o da própria Hebe, apresentados na faixa de horário das 21h às 23h. Em outros casos, existem quadros específicos que abordam temas destinados às mulheres dentro de programas exibidos à noite, como fez em 2009 o programa dominical Fantástico com o quadro *Liga das Mulheres* apresentado e editado por Renata Ceribelli. A cada episódio, abordava os problemas e dilemas das participantes acerca de relacionamentos amorosos, relacionamento entre mães e enteadas, cuidados com o corpo e a alimentação, entre outros temas; para tanto, contava com a participação de quatro mulheres que discutiam e opinavam sobre o que poderia ser feito para solucionar tais dificuldades, e ainda, com o auxílio de uma psicanalista.

Na TV fechada encontramos não apenas programas femininos como canais com uma programação *exclusiva* destinada às mulheres. Esse é o caso do Canal GNT da Globosat com sua “programação completa, moda, beleza, receita, casa, mães, saúde e comportamento”¹⁰. Já o Canal Discovery Home Health, do grupo Discovery Communications, se intitula “um lugar em que a mulher





Sociedade de controle e modulação dos programas televisivos femininos

participa e se expressa”¹¹. Ambos os canais investem em programas que intervêm tanto sobre o corpo – com reportagens e programas especiais sobre intervenções estéticas e cirúrgicas – quanto sobre o comportamento das pessoas – a maneira de se vestir, seus hábitos alimentares, estilos de vida, educação dos filhos, casamento e sexo – com a proposta de uma “reconstrução” de vida.

Os atuais programas televisivos femininos investem na produção de subjetividades, ao discutir os dilemas das mulheres em torno do corpo (estética e saúde), do comportamento (trabalho, casamento, família), ou práticas (de adereços, artesanato, culinária, coluna social). Ora entrevistando celebridades, vasculhando suas vidas, colhendo seus depoimentos para mostrar ao público feminino que elas são *humanas como você* e tem lá seus problemas; ora apoiados em especialistas, como médicos, psicólogos, psiquiatras, educadores, economistas, estilistas, gastrônomos, nutricionistas, esportistas, advogados e arquitetos, todos apresentados como autoridades aptas a falar sobre qualidade de vida, projetos sociais, meio ambiente, trabalho, alimentação, cuidados com os filhos, casamento, amor, ciúmes, saúde da mulher, felicidade, voluntariado, caridade, solidariedade, respeito, limites, e outros temas e assuntos que vão se desdobrando conforme os quadros, os temas e debates abordados.

Não obstante, as mulheres telespectadoras são convocadas não apenas a assistir, mas também a aderir e participar continuamente dos temas e situações colocadas pelos programas. Para tanto, precisam acompanhar tais programas na televisão, atentas às chamadas para que opinem por telefone, mensagem de texto ou, ainda por *chats* e enquetes nas páginas da internet participando das comunidades internas, lendo e postando mensagens nos blogs,





discutindo nos fóruns. Há meios de participação para todas, quer sejam as donas de casa que ocupam parte do seu dia assistindo televisão; quer sejam trabalhadoras, estudantes, profissionais liberais, executivas, casadas, solteiras, ávidas por participar, seguir, observar, aderir, denunciar e expor seus sentimentos, problemas e aflições.

A modulação dos programas femininos televisivos da TV aberta e da TV fechada concorre constantemente para transformar suas telespectadoras à imagem e semelhança das suas apresentadoras esbeltas, repaginadas por cirurgias plásticas, dietas, reeducação alimentar e ginásticas que adéquam seus corpos aos novos padrões estéticos vigentes, para serem aceitas e obterem sucesso em suas vidas. Por outro lado, a transformação, ou o *makeover*, não ocorre apenas na esfera estético-comportamental, mas também por meio de programas que investem em questões sociais, como é o caso do programa *Extreme Makeover Social* exibido aos sábados à 0h45 pela Rede Record de Televisão, que procura solucionar problemas específicos dos moradores das comunidades escolhidas para receber o benefício da transformação, de preferência creches e escolas. Ao investir na reconstrução de espaços físicos e sociais, no intuito de beneficiar comunidades carentes e suas famílias, o programa *Extreme Makeover Social* apela para a consciência cidadã do telespectador-cidadão-consumidor, recorrendo ao discurso da emoção, conscientização, inclusão social, educação, solidariedade, ecologia, sustentabilidade – palavras frequentemente empregadas no programa. Ao reformar creches e escolas, investe em mudanças *ecologicamente corretas* que são acompanhadas de perto pelas mulheres das comunidades, donas de casa, mães, professoras, diretoras mobilizadas para liderar as parcerias de projetos





Sociedade de controle e modulação dos programas televisivos femininos

sociais via televisão. Essas mulheres são colocadas como principais agentes e alvos da transformação desses locais e práticas sendo elevadas à condição de estrelas efêmeras pelo tempo que durar a reportagem em que aparecem.

Programas como esses apresentam-se como ampliadores dos canais de participação dos cidadãos, das mulheres e suas famílias na correção das desigualdades como exercício da *compaixão cívica*¹², ao investir na caridade e no exame de consciência do cidadão de *bem*, responsável, que faz a sua parte na intenção de ajudar a cuidar do próximo, exercitando um *sentimento* de participação e de *dever* cumprido.

Desde seus primórdios, a televisão visou agir sobre telespectadores com sua educação voltada para a vida cotidiana dos sujeitos no intuito de ensinar-lhes a governar a si próprios, a sua família e comunidade. Os programas voltados ao público feminino, em especial, teriam, então, potencializando a difusão de práticas de governo de si que, como mostrou Michel Foucault, produziria modos de governo de si e dos outros: "(...) governar a si mesmo; depois, num outro nível governar a sua família (...)"¹³ e pôr em prática modalidades que incidissem sobre o comportamento e condutas das pessoas. Assim, o papel da televisão e dos seus programas não seria meramente entreter e informar, mas operar sobre as subjetividades do telespectador-cidadão, educá-lo e moldá-lo desde a tenra infância, acompanhá-lo na sua juventude e fase adulta, fazer-lhe companhia na velhice.

Os programas femininos investem no desejo das mulheres por um corpo novo, à imagem e semelhança das apresentadoras. Elas aparecem no vídeo rejuvenescidas pelas intervenções estéticas e cirúrgicas, pela maquiagem e *pho-*





toshop, artificios capturadores das subjetividades femininas. A mulher, enquanto telespectadora-consumidora-cidadã, é conclamada a estar atenta o tempo todo para governar a si, a sua família, ao próximo e a sua comunidade. Os fluxos de controle impetrados pelos programas femininos estão sendo redimensionados por modulações contínuas que agora se deslocam em uma via de mão dupla: da TV aberta à TV fechada, da TV fechada à TV aberta. Acoplados à internet, ditam regras de condutas, julgam as ações, intenções e comportamento das mulheres sob a insígnia transcendental do que é *certo e errado*, uma moral que avalia o que se faz o que se diz. Esses programas de TV transformam e reatualizam um estilo de vida conformado que repousa no campo do que Edson Passeti analisa como o do conservadorismo moderado¹⁴, ou seja, no investimento contemporâneo do controle, correção, responsabilidade e equilíbrio, como conduta que se espera de uma *mulher moderada*, ao mesmo tempo, boa cidadã, mãe zelosa, trabalhadora produtiva e esposa dedicada.

Tais programas de TV propiciam tudo isso com o consentimento e adesão voluntária de suas telespectadoras-consumidoras-cidadãs. Essas mulheres não são apenas espectadoras, prostradas diante da televisão. Ao contrário, cada telespectadora – ao se sentir representante e representada – conecta-se a seus programas de televisão preferidos por meio da interatividade. Interagir, nesse sentido, significa *seguir, ficar ligado na tela, de olho*, enviar mensagens, participar de fóruns de discussão registrar comentários, acessar a internet para assistir o programa em partes ou integralmente, acessar *blogs* e redes sociais que remetam aos programas; significa, enfim, aderir, envolver-se, fazer parte, contribuir para melhorar a programação.





Sociedade de controle e modulação dos programas televisivos femininos

Não há fim nas variadas modulações que se desdobram da televisão aberta para televisão fechada e vice-versa, sobretudo, na relação entre a televisão e o chamado telespectador-consumidor-cidadão. Está em jogo na sociedade de controle a produção de uma multiplicidade de programas que se apresentam inacabados com sua convocação à participação, às sondagens, às colaborações e programações por demanda, produzindo condutas que se fazem e renovam *agora*. É nesse jogo que se produz verdades pela televisão para um governo das condutas que se dá numa relação inacabada, sempre refeita, *atualizada*. Assim, os programas televisivos femininos na TV brasileira explicitam alguns dos componentes participativos e interativos, característicos da tecnologia de governo na sociedade de controle que produzem e são produzidos na interação incessante entre o telespectador e os apresentadores/editores dos programas que emitem e retransmitem valores, práticas e modelos de condutas voltados ao governo moderado de si e dos outros.

Notas

¹ Este artigo apresenta alguns resultados da pesquisa de doutorado *Política e Modulações do Entretenimento Televisivo: mulheres e denúncia*, apresentada em 2011 no Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUC-SP.

² Gilles Deleuze. *Conversações*. Tradução de Peter Pál Pelbart. Rio de Janeiro, Editora 34, 2000.

³ Hans Magnus Enzensberger. *Elementos para uma Teoria dos Meios de Comunicação*. Tradução de Claudia S. Dorn Busch. São Paulo, Conrad, 2003, pp. 35-36.

⁴ Michel de Certeau. *A Invenção do Cotidiano*. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, Vozes, 1998.





⁵ Bia Braune e Rixa. *Almanaque da TV*. Rio de Janeiro, Ediouro, 2007, p. 58.

⁶ Sérgio Miceli. *A noite da madrinha*. São Paulo, Companhia das Letras, 2005, p. 56.

⁷ Segundo Deleuze “(...) uma modulação, como uma moldagem auto-defor-
mante que mudasse continuamente, a cada instante, ou como uma pendira
cujas malhas mudassem de um ponto a outro”. Gilles Deleuze, op. cit., 2000,
p. 221.

⁸ A noção de dispositivo segue a definição de Agambem: “a capacidade de
capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os
gestos, as condutas, as opiniões e os discursos.” *O que é o contemporâneo? E
outros ensaios*. Tradução de Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó-SC, Argos,
2009, p. 40.

⁹ De acordo com Guatarri, o inconsciente maquínico não está vinculado ape-
nas à subjetividade humana e pautado na psicologia, mas, sobretudo, nos flu-
xos e nas “escolhas da sociedade” de maneira essencial acerca de “como viver”
num mundo transpassado em todos os sentidos por sistemas maquínicos que
tendem a expropriar toda singularidade, toda vida de desejo. Félix Guatarri,
Revolução Molecular: pulsações políticas do desejo. Tradução de Suelu Rolnik. São
Paulo, Brasiliense, 1981, p. 167.

¹⁰ Cf. <http://gnt.globo.com/>. O Canal GNT passou por uma reformulação
em 2011, para tanto, investiu em sondagens e pesquisas sobre o seu público-
-alvo: mulheres burguesas com idade entre 25 e 49 anos. Em seu portal, o
próprio canal televisivo se denomina como específico do público feminino.

¹¹ Cf. <http://discoverybrasil.uol.com.br>.

¹² Richard Sennet. *Carne e pedra*. Tradução de Marcos Aarão Reis. Rio de
Janeiro, Record, 2005, pp. 300-306.

¹³ Michel Foucault. *O Nascimento da Biopolítica*. Tradução de Eduardo
Brandão. São Paulo, Martins Fontes, 2008, p. 125.

¹⁴ Edson Passetti. “Poder e Anarquia: apontamentos libertários sobre o atu-
al conservadorismo moderado” in *verve*. São Paulo, Nu-Sol/PUC-SP, n. 12,
2007, pp. 11-43.





Resumo

O artigo analisa a produção de subjetividades que se dá por meio dos programas de TV voltados ao público feminino, destacando os elementos de conexão entre apresentadores, editores e espectadores por meio de dispositivos eletrônicos como e-mails, chats, blogs e ligações telefônicas. Apresenta-se uma breve história dessa modalidade de programa de TV a fim de problematizá-lo como um dos mais importantes meios contemporâneos para produzir e reproduzir valores conservadores.

Palavras-chave: programas de TV femininos, conservadorismo moderado, sociedade de controle.

Abstract

The article aims to analyze the production of subjectivities through the Brazilian Women TV shows, stressing the elements of connection between anchors, editors and audience allowed by the new electronic ways of instant communications as e-mails, chats, blogs and phone calls. It presents a brief history of this kind of TV show in order to problematize it as one of the most significant contemporary ways to produce and reproduce conservative values.

Keywords: Brazilian Women TV show, moderate conservatism, society of control.

Recebido em 20 de fevereiro de 2012. Confirmado para publicação em 15 de setembro de 2012.

