

telejornal e seu espectador

Robert Stam

Tradução Heloisa Jahn

**Por que o
telejornal é
agradável?**

Vamos tomar como ponto de partida uma coisa tão óbvia que chega a ser considerada natural, mas que na realidade devia nos causar espanto: o fato de que o telejornal é *agradável*. Não importa seu conteúdo específico, não importa quão "más" possam ser as notícias nem quão profundamente os apresentadores ou suas apresentações possam ofender nossas sensibilidades individuais ou nossas predileções ideológicas, é agradável ver o noticiário na televisão. Mesmo tratando-se de um dia hipotético de péssimas informações, como grandes saltos de inflação e desemprego, falta iminente de alimentos, vazamentos atômicos esgueirando-se invisíveis em direção a nossos centros metropolitanos, a experiência de assistir ao telejornal, em si mesma, ainda nos proporcionaria prazer.

Nossa primeira questão, portanto, é: *por que* o noticiário é agradável? E a segunda, intimamente ligada à primeira, é: até que ponto os modelos teóricos e os métodos analíticos contemporâneos, elaborados basicamente a partir do cinema de ficção, podem ser aplicados ao telejornal? Como as metodologias contemporâneas — a psicanálise, a semiótica, a dialética — podem destrinchar as operações do telejornal, enquanto parte daquilo que Stephen Heath, dentro de um outro contexto, chamou de "complexo prazer-significado-mercadoria"? Quais são os prazeres específicos do noticiário e como explicá-los?

A epistemofilia, o amor ao conhecimento, oferece-nos somente uma explicação parcial. Teríamos de saber por que as pessoas *preferem* ficar sabendo as notícias através da televisão e por que até

É Hitchcock quem dirige?

¹ Para discussões sobre o aparelho de base, ver, de Jean-Louis Baudry, *Cinéma: effets idéologiques produits par l'appareil de base*, *Cinétique*, n.º 7-8, 1970 (publicado em inglês, numa tradução de Alan Williams, como *Ideological Effects of the Basic Cinematographic Apparatus*, *Film Quarterly*, vol. 28, n.º 2, inverno 1974-1975, pp. 39-47); e seu *Le Dispositif: approches métapsychologiques de l'impression de réalité*, *Communications*, n.º 23, maio de 1975, pp. 56-72 (publicado em inglês, numa tradução de Bertrand Augst e Jean Andrews, como *The Apparatus*, *Camera Obscura*, n.º 1, outono de 1976); assim como seu *L'Effet Cinéma*, Paris, Albatross, 1978. Ver também Christian Metz, *Le Signifiant imaginaire*, *Communications*, n.º 23, maio de 1975, pp. 3-55 (publicado em inglês, numa tradução de Ben Brewster, como *The Imaginary Signifier*, *Screen*, vol. 16, n.º 2, verão de 1975, pp. 14-76); e seu *Le film de fiction et son spectateur: étude métapsychologique*, também em *Communications*, n.º 23, pp. 108-135, e traduzido por Alfred Guazzetti como *The Fiction Film and Its Spectator: A Metapsychological Study*, *New Literary History*, vol. 8, n.º 1, outono de 1976, pp. 75-105. O artigo de Jean-Louis Comolli *Machines of the Visible* está incluído em *The Cinematic Apparatus*, ed. Stephen Heath e Teresa de Lauretis, Londres, St. Martin's Press, 1980.

² Metz, *The Imaginary Signifier*, p. 51.

* Noticiário Testemunha Ocular; Noticiário Ação; Ao Vivo às Cinco (N. T.).

A ilusão de ubiqüidade instantânea

mesmo aqueles que já "sabem" as notícias através dos outros meios de comunicação *também* assistem ao noticiário. Se nos guiarmos pelos trabalhos recentes de alguns teóricos do cinema, tais como Christian Metz, Jean-Louis Baudry e Jean-Louis Comolli, podemos começar pelas possibilidades de prazer oferecidas pelo próprio aparelho de base da televisão¹. Por "aparelho de base", esses teóricos designam a máquina do cinema em um sentido inclusivo: não apenas sua base instrumental, composta de câmera, projetor e tela, mas também o espectador, enquanto sujeito que deseja e do qual a instituição do cinema depende, pois é seu objeto e seu cúmplice.

Em *The Imaginary Signifier*, Metz afirma que o espectador de cinema se identifica, antes de mais nada, com seu próprio ato de olhar, com *ele próprio enquanto puro ato de percepção (enquanto alerta, atento); enquanto condição de possibilidade do percebido e, daí, enquanto uma espécie de sujeito transcendental, anterior a qualquer haver*².

A "identificação primária", portanto, não é com os acontecimentos ou personagens descritos na tela, mas antes com o ato de percepção que torna possíveis essas identificações secundárias, um ato que é ao mesmo tempo canalizado e construído pelo olhar prévio da câmera e pelo projetor, que a representa, proporcionando ao espectador a ubiqüidade ilusória de sujeito que tudo vê.

O aparelho de base televisual, considerado à parte da "programação" da televisão, oferece prazeres ainda mais variados e multiformes do que os que o cinema pode oferecer, pois o espectador se identifica com um conjunto mais amplo de câmeras e olhares. O espectador do noticiário da noite, por exemplo, se identifica com: 1. câmeras cinematográficas e seu desempenho de filmagem pelo mundo todo (filmes encomendados pela rede de emissoras, filmes oriundos de outras fontes e material de bibliotecas e arquivos); 2. câmeras vídeo de televisão e seu resíduo magnético de imagens e sons gravados; e 3. câmeras de televisão que transmitem imagens e sons ao vivo (com os apresentadores falando as notícias do estúdio ou os correspondentes transmitindo do local via satélite).

Esta última categoria é importante, pois a televisão, diferentemente do cinema, permite que participemos do tempo literal de pessoas que estão em outros

lugares. Ela nos proporciona não apenas o dom da ubiqüidade, mas a ubiqüidade *instantânea*. O telespectador de uma alunissagem transforma-se em astronauta viário, explorando a paisagem lunar ao mesmo tempo (tecnicamente, uma fração de segundo depois) que os próprios astronautas. O espectador de uma transmissão ao vivo pode, na realidade, em alguns aspectos, ver melhor do que os que estão presentes na cena. As câmeras múltiplas facilitam uma gratificante multiplicidade de perspectivas, e o vídeo-teipe e o *switcher* oferecem o privilégio do *replay* instantâneo, tanto de jogadas de futebol como de assassinatos políticos. O aparelho de base televisual, em suma, estende proteticamente a percepção, proporcionando uma sensação embriagante de poder visual ao seu espectador, virtualmente "todo perceptor", dilatado até o limite no puro ato de olhar.

A qualidade "vívida" da televisão também proporciona outras gratificações. As transmissões ao vivo possibilitam um suspense real, por oposição ao fabricado. Será que a missão espacial vai conseguir subir? Será que a vítima do assassinato vai sobreviver? Diferentemente do cinema, a televisão tem que nos *dizer*, através de letreiros superpostos, se a transmissão é ao vivo ou gravada. Os debates e entrevistas *parecem* ser ao vivo mesmo quando são gravados, donde nossa sensação ocasional de deslocamento quando uma alusão anacrônica lembra-nos que estamos assistindo a uma retransmissão. Embora as transmissões ao vivo não representem mais que uma ínfima proporção da programação, essa ínfima porção dá o tom de toda a televisão. No noticiário, a *parte* da transmissão direta — a informação transmitida pelo apresentador, diálogos, eventuais eventos importantes ao vivo — "contamina" metonimicamente a *totalidade* das notícias. Os próprios títulos — *Eyewitness News*, *Action News*, *Live at Five* * — anunciam o caráter "ao vivo" da televisão como o *telos* a que tende, presumivelmente, o noticiário. Na realidade esse caráter é, em ampla medida, fraudulento. Muitas das notícias supostamente do momento são, de fato, filmadas horas ou dias antes da emissão, e reportagens pré-gravadas de correspondentes são alinhavadas às reportagens transmitidas ao vivo do estúdio, que predominam no noticiário, com fios retóricos ("Bem, Walter, a sensação, em Washington, é. . ."). Mas essa

³ A existência de transmissões ao vivo também altera levemente a concepção de Metz da experiência cinematográfica como um encontro fracassado entre um exibicionista e um voyeur, onde o ator-exibicionista está presente à filmagem mas ausente da cena, enquanto que o espectador está presente na cena mas ausente da filmagem. Em seus próprios termos, a concepção de Metz implica no problema de que o filme, se não o ator, está presente na cena, um fato igualmente verdadeiro em relação à televisão. Mas através da transmissão ao vivo, a televisão ao menos permite que o suposto voyeur e o suposto exibicionista compartilhem o tempo da apresentação.

* Um dos primeiros locutores de notícias na televisão norte-americana, no final da década de 40 — início da década de 50 (N. T.).

O prazer narcisista ou o imperialismo de poltrona

⁴ Eu gostaria de expressar meu profundo reconhecimento a Yeshayahu Nir, da Hebrew University, por seus comentários estimulantes e suas sugestões profícuas. Sem dúvida, ele reconhecerá alguns de seus exemplos e insights no "discurso partilhado" deste ensaio. Eu também gostaria de agradecer a Ann Kaplan e a Brian Winston por suas sugestões.

⁵ Jean-Louis Comolli, em *Machines of the Visible*, especula que o profundo desejo que tinham os primeiros espectadores do cinema de reconhecer nas imagens fílmicas — que não tinham cor, profundidade, nuances — o duplê literal da própria vida resultava exatamente desse sentimento de uma carência a ser preenchida. Será que não existe, pergunta-se Comolli, no próprio princípio da representação, uma força de refutação que dá rédea livre a uma ilusão analógica que por enquanto só se manifesta, de maneira branda, nos próprios significantes icônicos?

sensação ilusória de atualidade, essa impressão construída de absoluta imediatiz, constitui uma das inegáveis satisfações que o noticiário nos proporciona ³.

O primeiro prazer do telejornal, portanto, é narcisista. Os recursos heterogêneos da televisão — filme, vídeo-teipe, transmissão direta — conferem-lhe poderes perceptivos superiores aos do cinema, relativamente lento e limitado pelo tempo, um veículo que a televisão, com sua capacidade de "cobrir o mundo", inclui e ultrapassa. John Cameron Swayze *, em um estágio anterior da tecnologia, antecipou esse caráter de perambulação com o título exoticamente picaresco de sua Caravana de Notícias Camel (*Camel News Caravan*), e os programas de notícias de hoje em dia chamam atenção para isso com seus globos e seus mapas iluminados. Em virtude de nossa posição de sujeitos, tornamo-nos os senhores audiovisuais do mundo — a televisão nos transforma em imperialistas de poltrona ao lisonjear e reafirmar nosso sentimento de poder.

Os suportes tecnológicos para essa inebriante sensação de poder parecem, à primeira vista, fantasticamente precários. O que vemos na televisão? Não vemos Cid Moreira, pois ele está em um estúdio no Rio de Janeiro; não vemos um quadro, pois não se trata de fotografia. Vemos somente uma configuração visual, uma agregação sugestiva de pontinhos ionizados, aquilo que Yeshayahu Nir chama de "presença icônica imediata, conjurada pelo passeio de um sensor eletrônico por uma tela" ⁴.

Essa imagem "inadequada" da televisão, com sua pouca definição, embora freqüentemente citada como prova de sua "inferioridade", de modo algum impede a identificação narcisista. Até se poderia argumentar que em alguns aspectos a identificação, em um meio de comunicação, varia em proporção inversa à sua eficiência representativa. A natureza duplamente imaginária do cinema (imaginária naquilo que ele representa e imaginária devido à natureza de seu significante), segundo Metz, aumenta, em vez de diminuir, as possibilidades de identificação. A impressão de realidade é mais forte no filme do que no teatro exatamente porque as figuras fantasmáticas que aparecem na tela absorvem facilmente nossas fantasias e projeções ⁵.

De acordo com a mesma lógica, a televisão enseja uma identificação mais poderosa porque seu significante supõe um grau ainda mais alto de imaginário. Ela é o cúmulo da ilusão; não deve causar-nos surpresa a afirmação de Marshall McLuhan, a partir de uma perspectiva teórica muito diferente, de que suas imagens depauperadas, que em última análise "nem estão ali", tornam-na um meio de comunicação "frio", e que por isso mesmo o envolvimento do espectador é tanto mais "quente" e intenso.

Tanto o cinema como a televisão são aparelhos de simulação que não apenas representam o real, mas que também estimulam intensos "efeitos nos sujeitos". Para Baudry, as imagens irreais que aparecem na tela, a escuridão do cinema, a imobilidade passiva do espectador e a supressão de qualquer ruído ambiente e das pressões quotidianas, semelhante à do útero materno, tudo isso gera um estado artificial de regressão semelhante ao que se origina no sonho. Para Baudry, o cinema constitui a realização material aproximada de um objetivo inconsciente, talvez inerente à mente humana: o desejo regressivo de voltar a um estágio anterior de desenvolvimento psíquico, um estado de narcisismo relativo em que o desejo podia ser "satisfeito" através de uma realidade simulada envolvente na qual a separação entre o corpo de uma pessoa e o mundo externo, entre o ego e o não-ego, não fica claramente definida.

Reconhecidamente, a teoria cinescópica de Baudry tem de ser "enquadrada" para poder ser aplicada à televisão. Muitos dos fatores que alimentam o narcisismo e a regressão, que engendraram o efeito "mais-real-que-a-realidade", de que fala Baudry, simplesmente não funcionam na televisão, ao menos não em suas atuais condições de recepção. Mesmo pondo à parte as ambigüidades teóricas da visão de Baudry — o pressuposto quase-idealista de um desejo trans-histórico eterno inerente à psique; o modelo monolítico de cinema, que não deixa lugar nem para um aparelho modificado, nem para textos fílmicos que "despertam" e desfantasmizam o espectador; o tratamento privilegiado dedicado à imagem e a pouca atenção com a trilha sonora — seu esquema exige uma mudança substancial para ser aplicado à televisão. Devido a uma complexa série de razões sociais e históricas, o cinema continua a ser associado ao espaço privile-

A antiaura doméstica do fascínio prolongado

⁶ O objeto-lição mais claro do cinema tanto sobre a superioridade ilusionista como sobre a natureza voyeurística da situação cinematográfica televisual é, talvez, *Janela Indiscreta*, de Alfred Hitchcock, em que o personagem de Jimmy Stewart (significativamente um jornalista fotográfico de um veículo de massa) espia seus vizinhos através de um pátio de Greenwich Village. O olho de Stewart erra de janela em janela, como se estivesse mudando de canal e passando de um programa cômico para um seriado policial, para a novela. Hitchcock solapa brilhantemente seu protagonista *escopofílico* ao fazer com que o mundo que ele está observando, supostamente de uma distância segura, invada seu espaço e o agarre pela garganta de maneira bastante literal.

Sua majestade, o Telespectador

* Noticiário em Cadeia (N.T.).

⁷ Robert Mac Neil, do *The Mac Neil-Lehrer Report*, lembrou que, durante a guerra do Vietnã, filmes que mostravam soldados norte-americanos cortando orelhas de vietnamitas haviam sido rejeitados pelo programa porque os noticiaristas chamaram a atenção para o fato de que a emissão da noite coincidia, para várias famílias, com a hora do jantar. Além dessa censura "culinária", porém, ele poderia ter apontado para o fato de que essas imagens não teriam sido muito lisonjeiras para a auto-imagem do americano enquanto moralmente superior ao vietnamita.

giado do teatro — herdeiro contemporâneo do espaço sagrado do ritual, dos jogos e da tragédia —, enquanto que a televisão está ligada ao ambiente doméstico da moradia média. Sua presença relativamente isenta de aura acompanha nossas rotinas corriqueiras. Enquanto quase sempre o espectador do cinema, enfeitado na escuridão, contempla a tela num silêncio semi-reverencial, o telespectador, na maioria das vezes, permanecerá ativo, móvel e verbal. Muito possivelmente as luzes não foram apagadas e o espectador exerce um certo controle sobre canal, volume, contraste, e sobre deixar ou não o aparelho ligado.

Por outro lado, não seria aconselhável subestimar o poder persuasivo próprio da televisão ou seu forte estímulo a atitudes regressivas e narcisistas. Mesmo a tela mais pequenina, embora incapaz de mergulhar o espectador em qualquer espaço profundamente absorvente, estimula de outras maneiras uma espécie de voyeurismo narcisista. Maiores do que as imagens da tela, vigiamos o mundo a partir de um ponto protegido. Todas as figuras humanas que desfilam diante de nós no cortejo insubstancial da televisão foram reduzidas a uma insignificância liliputiana: são bonecos de duas dimensões cuja altura raramente excede os trinta centímetros. Enquanto isso, a própria disponibilidade da televisão ocasiona um tipo especial de identificação: enquanto o filme de ficção exerce a sua magia no decurso de uma ou duas horas, a televisão exerce seu fascínio durante um período prolongado. A intensidade efêmera da lebre cinematográfica dobra-se diante da eficácia morosa da tartaruga-televisão. Não se trata da caverna de Platão durante uma hora e meia, mas de uma gruta eletrônica de caráter privado, um espetáculo de som e luz em miniatura que distrai nossa atenção das pressões externas ou internas.

A posição privilegiada do espectador de televisão tem implicações psicanalíticas e políticas. Tal como o cinema, a televisão tem seu ponto de partida no prazer de olhar (*escopofilia*) e no prazer de ouvir (a *pulsion invocante* de Lacan), e os dois veículos permitem-nos ver sem sermos vistos e ouvir sem sermos ouvidos. Independentemente de qualquer conteúdo voyeurístico específico do próprio noticiário (o telejornal *Eyewitness* informa sobre bares *topless*, escândalos envolvendo celebridades etc.), nossa si-

tução de testemunhas protegidas apresenta, em si mesma, características voyeurísticas. Nossa posição detona um sentimento fictício de superioridade, e, em uma sociedade fragmentada e hierarquizada, onde os indivíduos são induzidos a sonhar com um *status* e um sucesso diferenciadores, a enumeração dos infortúnios alheios inevitavelmente traz à tona uma reação ambivalente, confundindo uma condescendência levemente sádica e uma empatia sincera⁶. Em uma situação econômica em que o medo da possibilidade de decadência social se torna uma preocupação predominante, notícias sobre demissões podem levar a um sentimento estranho de alívio: "Graças-a-Deus, pelo menos *eu* ainda tenho emprego!".

Os telejornais têm o objetivo, em alguns níveis, de realçar a auto-imagem de Sua Majestade o Espectador. O "desvio" do noticiário freqüentemente resulta menos da manipulação de poderes econômicos ou de pressão governamental, embora inegavelmente ambos existam, do que de uma necessidade interna de lisonjear a audiência. Imagens de multidões iranianas contrapõem implicitamente um Eles objetificado a um Nós glorificado, presumivelmente tão racionais e humanos quanto eles, supostamente, são irracionais e fanáticos. (Sartre explica, em seu prefácio aos *Malditos da Terra*, de Fanon, que a Europa construiu sua auto-imagem como oposta ao seu Outro, igualmente construído: o "selvagem", o canibal, o africano.) Freqüentemente os repórteres dos telejornais deixam de especificar o óbvio pela mesma razão; o *Network News**, por exemplo, refere-se à repressão de tipo ditatorial que ocorre na América Latina, mas em geral não diz que essa repressão é parcialmente financiada pelos dólares do imposto de renda do espectador norte-americano. Essa omissão não resulta necessariamente apenas de uma cumplicidade com o poder estabelecido ou da ignorância dos fatos, mas também do fato de que uma declaração explícita de que "vocês, os espectadores, são de alguma maneira responsáveis pelas atrocidades que presenciaram" não seria lisonjeira e, portanto, poderia atingir os níveis de audiência⁷.

Além da "identificação primária" com o próprio aparelho e com nosso próprio ato de perceber, a televisão oferece uma mina de ouro de "identificações secunda-

rias" com os seres humanos vistos na tela. O telejornal faz desfilar diante de nossos olhos inúmeros candidatos a identificação: os apresentadores, os correspondentes, políticos e celebridades, os personagens dos comerciais e as "pessoas comuns" que aparecem no noticiário. No topo da hierarquia da identificação estão os *âncoras* (apresentadores). O próprio termo tem uma conotação de solidez e seriedade: são figuras simbólicas que não de impedir que vaguemos à deriva em um mar tempestuoso de significações. São autênticos heróis, cujas palavras têm uma eficácia verdadeiramente divina: o mero fato de designarem um acontecimento provoca uma ilustração instantânea sob a forma de miniaturas animadas ou de transmissão ao vivo. Tornou-se um lugar comum designá-los como as Superestrelas das Notícias (com os correspondentes e repórteres aparecendo como as estrelas menores e as *starlets*), comparáveis, em seu poder carismático e como sucessos de bilheteria, às grandes estrelas do cinema. O apresentador, quase invariavelmente um homem (as mulheres ficam relegadas aos guetos dos noticiários de fim de noite ou de fim-de-semana), é o Comandante-em-Chefe, o Pai simbólico, o Líder da Equipe do Espaço e da Equipe do Tempo.

Os personagens dos apresentadores são, claramente, construções engenhosas. Os noticiaristas são atores: nada mais lógico que alguns dentre eles fossem contemplados com papéis em filmes de ficção. Embora os noticiaristas interpretem eles próprios, em seus próprios nomes, e não personagens de ficção manifestamente diferentes deles, seu trabalho envolve um certo tipo de desempenho. Mudanças de tom de voz refletem mudanças seqüenciais de assunto; freqüentemente um resumo final recapitula as diferentes posturas adotadas durante o noticiário. O estilo *Network News* de atuação, uma síntese idiossincrática de Stanislavsky e Brecht, é sobretudo minimalista, na forma de uma orquestração de sorrisos apenas perceptíveis e de delicados movimentos de sobranças, associados a tênues variações de tonalidade e ênfase. O espetáculo se apóia em uma série de negações, uma não-atuação premeditada que implica, simultaneamente, a presença e a negação das emoções e reações humanas normais. (Daí o escândalo e a admiração com que foram recebidas as lágrimas de Cronkite por ocasião do

assassinato de John F. Kennedy, lágrimas que rapidamente assumiram o estatuto de mito exatamente devido ao fato excepcional de terem permitido um vislumbre da vulnerabilidade humana por trás da máscara do noticiarista.)

"As platéias esquecem que os filmes são escritos", diz Joe Gillis a Betty Schaefer em *Sunset Boulevard*, "elas pensam que os atores inventam o que falam à medida em que o filme avança". Similarmente, as audiências de televisão esquecem que a notícia, tal como o filme de ficção, é escrita (roteiro, texto) recebida como fala. Até mesmo as falas mais casuais são fabricadas, muitas vezes, por uma equipe de escritores e pesquisadores. A arte do noticiarista consiste em evocar a fria autoridade e a articulação impecável do texto escrito e memorizado, ao mesmo tempo em que "naturaliza" a palavra escrita, com o objetivo de restaurar a aparência de comunicação espontânea. A maior parte do noticiário, com efeito, consiste nessa espontaneidade de roteiro: apresentadores lendo em *teleprompters*, correspondentes recitando notas memorizadas às pressas, políticos fazendo discursos preparados, atores de comerciais representando seus papéis. Em cada um desses casos, a aparente fluência provoca respeito, enquanto os acessórios da espontaneidade geram um sentimento de comunicação não-mediada.

A atuação minimalista dos apresentadores de televisão — os padrões especiais de ênfase e inflexão, a atitude corporal empertigada (que os códigos culturais norte-americanos tomam como competência profissional) e as expressões faciais ao mesmo tempo intensas e afáveis, uma falta de expressão estudada, aberta às mais diversas projeções — combinam-se para provocar um efeito de neutralidade. Os rostos se transformam em ícones vazios, tão inexpressivos e sem sentido quanto o rosto de Mozhykhin na famosa experiência Kuleshov. Suspeitamos que essa inexpressividade é fingida, pois há depoimentos sobre os bastidores do noticiário que referem ataques de fúria de âncoras famosos durante o intervalo comercial; eles reagem rapidamente um tom de calma e dignidade assim que voltam para o ar. Na realidade, a ambigüidade calculada da expressão faz parte de uma estratégia política com motivações comerciais. Como uma determinada informação poderia ser aplaudida por uma parte da audiência e deplo-

O apresentador é um ator

E um super ator... na constelação de menores

⁸ Bertolt Brecht, *Brecht on Theatre*, ed. John Willett, Nova York, Hill and Wang, 1964, p. 197.

⁹ Essa desarticulação contrasta violentamente com os camponeses e trabalhadores entrevistados na rua em *A Batalha do Chile*, de Guzman; suas observações pouco convencionais mostram uma percepção sofisticada da política doméstica e internacional.

¹⁰ Os não-profissionais da notícia — os entrevistados na rua, circunstâncias acenando ao fundo, os indivíduos apresentados nas histórias que apresentam interesse humano — têm, às vezes, oportunidade de alimentarem seus próprios sonhos de estrelato. Na realidade, a familiaridade generalizada com tais desempenhos nos veículos de comunicação permitiriam que a maioria dentre nós adotasse a persona correta, se solicitado. Jean-Luc Godard e Anne-Marie Miéville, em alguns de seus trabalhos para a televisão, fazem um movimento no sentido de apreciar seriamente essa questão ao apresentar "pessoas comuns" mais ou menos diretamente ao espectador. O escândalo de *Six Fois Deux* consiste exatamente nessa conjunção de pessoas comuns, com uma ausência deliberada de mediação, diretoria e de editoração. Dois esquizofrênicos falam, mas não são nem nomeados nem rotulados como esquizofrênicos. Não há edição traindo uma atitude autoral, nem qualquer invólucro locutorial a dizer-nos o que devemos pensar. Assim, Godard-Miéville expõem uma característica existente na televisão, seu fascínio por vinhetas populares, ao mesmo tempo em que a radicalizam e subvertem.

¹¹ Para maiores informações sobre a exploração do apelo sexual nos noticiários locais, ver *Sex and the Anchor Person*, *Newsweek*, 15 de dezembro de 1980, pp. 65-66, por Harry F. Waters com George Hackett; e Richard Corliss em *Sex Stars of the Seventies*, *Film Comment*, vol. 15, n.º 4, julho-agosto de 1979, pp. 27-29.

rada por outra — a sujeição dos sindicatos pelo poder agrada a classe empresarial, mas não a classe trabalhadora —, e como a audiência é heterogênea, atravessada por tensões em torno de questões de classe, étnicas e sexuais, qualquer expressão inequívoca de aprovação ou desaprovção afastaria automaticamente uma parte da audiência. A retórica da diplomacia do canal de televisão favorece, assim, um tipo de exposição atenuada dos fatos, cultivando a ambigüidade, acionando significados patentes mas que podem ser negados, encorajando os grupos mais diversos com ideologias e aspirações contraditórias, a acreditar que os apresentadores não estão tão longe daquilo em que eles próprios acreditam.

Em "Um Breve Organum para o Teatro", Brecht denuncia o deplorável hábito do teatro burguês de permitir que o ator principal "estrela", fazendo com que os outros atores trabalhem para ele: "Ele torna seu personagem terrível ou sábio forçando seus companheiros a fazerem interpretações aterrorizadas ou atentas"⁸. Similarmente, as notícias engendram sua própria hierarquia de estrelas. A superioridade do apresentador, como vimos, está estruturada no próprio noticiário. Mas apresentadores menores também atuam. Suas intervenções também são escritas e sua suave objetividade é o resultado de ensaios e da edição. Mais ainda, sua clareza forjada de expressão contrasta com a desarticulação do "homem da rua". Uma montagem ritualística durante as campanhas políticas, por exemplo, mostra uma série de eleitores exprimindo sua preferência por um ou outro candidato — "Eu gosto do Carter, acho que ele trabalhou bem.. .", "eu até que gosto do Reagan, acho que ele tem cara de gente em quem se pode confiar. . ." — afirmações que se caracterizam principalmente por sua natureza apolítica e afetiva⁹. Tal como a linguagem, o telejornal se estrutura sobre as diferenças. Um binarismo impregnado ideologicamente e, talvez, até inconsciente no noticiário opõe os adultos discursivos (apresentadores, políticos, empresários) à multidão balbuciante, infantil: a racionalidade segura e serena contra a afetividade atrapalhada; os sonoros contra os mudos. A capacidade política atrofiada aparente nessa montagem de segmentos eleitorais corresponde, reconhecidamente, a uma tendência real (freqüentemente promovida pela própria televisão), mas dificil-

mente se explica a ausência quase total, no telejornal, de americanos comuns que sejam articulados e politizados (por oposição às diversas personificações do Executivo). Tal como a estrela de Brecht, os profissionais fazem os outros trabalharem para eles. Enquanto atuam, as pessoas desempenham os papéis de apoio, isso quando não são mero pano de fundo ou audiência passiva¹⁰.

Os apresentadores e repórteres de *Eyewitness News* também estão escalados para o estrelato. Como as notícias chegam até nós com uma face humana, devem ser fotogênicos, ou pelo menos carismáticos. As técnicas utilizadas anteriormente para testar a eficiência de comerciais e para detectar sucessos potenciais de rock são hoje utilizadas na busca do que é chamado de *news flesh* (carne nova/de noticiário). As técnicas de avaliação retroativa registram reações positivas e negativas. As audiências-cobaias estão ligadas a eletrodos que medem o batimento do pulso e a transpiração como índices de reação ao estímulo dos candidatos a apresentadores. Os "apresentadores de telejornal" sem qualificações jornalísticas são contratados se passarem no "teste da pele", e o que não têm em talento ou conhecimento é fabricado através de uma construção maciça da imagem. Uma emissora de Baltimore chegou a apresentar uma série a respeito das fantasias secretas da sua equipe de noticiário. As notícias, especialmente a nível local, são tanto sobre os apresentadores quanto sobre informação¹¹.

Os estilos individuais de atuação desses apresentadores locais formam uma representação maior chamada "a equipe feliz do noticiário". De fato, os programas locais de *Eyewitness News* apresentam uma espécie de conjunto atuando tão coesamente quanto o elenco de um filme de Renoir. Uma atmosfera montada, de informalidade autoconsciente, é que dá origem a essa impressão: o discurso é integrador; brincadeiras de boa índole apontam para o fato de que todos pertencemos a uma comunidade mais ampla que se sente suficientemente à vontade para brincar e rir. A felicidade da equipe do telejornal, como sabemos, é uma montagem que os consultores dos meios de comunicação ("médicos de noticiários") julgaram desejável, recomendando-a como tática para elevar os índices de au-

O meio em televisão: a fantasia da realização projetada dos desejos

¹² Fredric Jameson, *Reification and Utopia in Mass Culture, Social Text*, n.º 1, inverno de 1979, p. 144.

¹³ Citado em Edward J. Epstein, *News from Nowhere*, Nova York, Random House, 1974, pp. 4-5.

¹⁴ O fato de que a história da humilhação dos Estados Unidos foi, em parte, uma construção dos meios de comunicação torna-se óbvio quando relembramos que o aprisionamento da tripulação do *Pueblo*, na Coreia do Norte, não recebeu esse destaque, nem sua volta provocou uma recepção de heróis. O tratamento que os veículos deram ao Irã, de todo modo, certamente ajudaram a criar uma atmosfera em que o público americano estava pronto a aceitar Ronald Reagan e o aumento nos gastos com a defesa.

diência: muitos cálculos gélidos fazem parte da produção de "calor".

O *Eyewitness News* é um exemplo para a interpretação (desenvolvida por Hans Magnus Enzensberger, Richard Dyer e Fredric Jameson, entre outros) de que para explicar a atração exercida sobre o público por um determinado meio é necessário procurar não apenas o "efeito ideológico" que manipula as pessoas de maneira a que se sintam cúmplices das relações sociais em vigor, mas também o cerne de fantasia utópica que vai além dessas relações, devido ao qual o meio constitui-se ele próprio em realização projetada daquilo que é desejado e que não existe no *status quo*. Jameson descreve assim esse fenômeno: *As obras da cultura de massa, mesmo quando sua função consiste em legitimar a ordem estabelecida — ou alguma outra, pior —, não podem cumprir sua função sem se curvarem, a serviço dessa ordem, às esperanças e fantasias mais profundas e mais fundamentais da coletividade, as quais, portanto, pode-se dizer que representaram, mesmo que de maneira distorcida*¹².

De fato, o *Eyewitness News* é suscetível ao mesmo tipo de análise aplicado por Richard Dyer ao musical, em seu ensaio "Entretenimento e Utopia". Pois o que poderia ser mais utópico do que esse mundo de produtividade lúdica, onde os profissionais aparentemente estão se divertindo loucamente, onde o trabalho se transforma incessantemente em brincadeira? Na ronda de histórias contadas e de conversas amenas, o riso se transforma na cola retórica entre as pessoas e os segmentos. Os percalços técnicos arrancam tempestades de riso tanto dos apresentadores em cena como da equipe por trás da câmera, na periferia da cena. Nesse romance de família eletronicamente ampliada, existem figuras paternas que presidem benignamente a uma família simbólica multi-étnica que por sua vez representa, metaforicamente, a comunidade toda. Por mais desejável que seja a amável camaradagem dessa Utopia racial, é preciso reconhecer seu elemento de ficção.

Exatamente como qualquer filme, inclusive os documentários, pode ser considerado filme de ficção, assim também a televisão como um todo, inclusive os noticiários, é conformada pela ficção. Mas não é necessário um semiótico para apontar o caráter fictício do noticiário,

pois os próprios apresentadores, como os jornalistas antes deles, referem-se sistematicamente ao seu trabalho como ficção. Prometem "os casos mais importantes do dia", não "os acontecimentos mais importantes do dia". De fato, os gerentes industriais dos noticiários virtualmente exigem um discurso com os atributos da ficção. Reuven Frank, presidente do Departamento de Notícias da NBC, explica: *Cada caso do telejornal deveria, sem qualquer sacrifício de probidade ou responsabilidade, utilizar os atributos da ficção, do drama. Deve contar com estrutura e conflito, problema e desenlace, crescimento da ação e declínio da ação, um começo, um meio e um fim. Estes não são apenas os elementos essenciais do drama: são os elementos essenciais da narrativa*¹³.

A natureza ficcional do telejornal, ou, mais precisamente, a natureza do telejornal como uma montagem cujos procedimentos são semelhantes aos da ficção, contribui para esclarecer nossa questão inicial, ou seja, por que razão o telejornal é agradável. Pois as histórias, enquanto elemento constitutivo da vida humana, são agradáveis porque trazem o consolo da forma ao fluxo da experiência humana. Nesse sentido, qualquer notícia é boa, no mesmo sentido em que todas as histórias são boas porque ocasionam o prazer da ficção.

Um programa de notícias típico pode ser visto como uma trama de ficções: as histórias individuais, as minificções denominadas "comerciais", o drama, que vai se desenvolvendo, da lenta revelação das personalidades dos apresentadores e da saga de seu relacionamento uns com os outros e conosco, enquanto espectadores. Os telejornais incluem macroficções, unidades sintagmáticas mais amplas tal como a longa história da "humilhação" americana no Irã: "este é o 100.º dia de cativo para os reféns americanos" (com a volta dos reféns apresentada como o final feliz); e microficcões, como as piadinhas que encerram o noticiário do dia¹⁴. É quase como se a arte de contar histórias, que Walter Benjamin pensava estar atravessando uma crise profunda, estivesse sendo ressuscitada por um veículo improvável. E grande parte do prazer oferecido pelo telejornal vem da adesão sistemática às normas teleológicas da narração.

¹⁵ Epstein, p. 22.

Cid Moreira: veja em um minuto

Por vezes o telejornal vai além de reunir os atributos da ficção: ele é, literalmente, ficção. Seguindo a mesma lógica que levou J. Stuart Blackton a filmar o afundamento do *Maine* nas banheiras de Nova Jersey, as emissoras de televisão apresentaram filmes de operações militares no Vietnã "como se" estivessem ocorrendo no Camboja¹⁵. Outras vezes a filmagem é autêntica, mas sua montagem é ficcional, como por exemplo quando material de arquivo e filmagens recentes *in loco* são montados com o objetivo de transmitir uma impressão ilusória de continuidade. Às vezes uma única trilha é fictícia, como quando se utiliza som de arquivo para fazer o acompanhamento acústico da imagem. Enquanto isso, uma coordenação instantânea via *chromakey* executa uma espécie de "geografia criativa", fazendo com que a meteorologista, que na realidade se encontra no estúdio aquecido, pareça estar andando junto ao lago congelado do Central Park.

Mas mesmo à parte essas instâncias ficcionais tão evidentes, o telejornal geralmente cultiva o aspecto prazenteiro da ficção. Os programas de notícias, particularmente os programas locais de notícias, utilizam aquilo que Barthes chamaria de atrações "hermenêuticas", trechos parciais de informação, com o objetivo de estimular o interesse: "Veja, no noticiário das oito: Homem Mata Mulher e Amante. . . Atriz Tenta Suicídio: Detalhes em um Minuto". O desvendamento da história por etapas, os enigmas que fazem parte dela e a construção de um clímax sugerem a revelação de uma narrativa. Da mesma maneira como uma história de detetive provoca-nos com o mistério de um assassinato, ou Hitchcock nos provoca com a etiologia problemática do comportamento sexual anticonvencional de um personagem, o telejornal excita nossa curiosidade e nos mantém sintonizados e *vidrados*.

O noticiário da televisão também se vale daquilo que Barthes, em *S/Z*, chama de "efeitos de realidade": detalhes estratégicos destinados a produzir uma sensação de verossimilhança. Tal como o romance mimético do século XIX, o telejornal harmoniza detalhes autenticados que criam a ilusão ótica de verdade. A acurácia na representação dos detalhes é, na verdade, menos importante do que o mero fato de que esses detalhes existam. Quando Walter Cronkite punha-se

a rabiscar e a amassar papéis no último minuto, aquilo se tratava, presumivelmente, de puro estratagemas para criar uma impressão de realidade, pois na realidade ele lia textos determinados em um *teleprompter*. Para tomar outro exemplo, os ruídos da trilha sonora do noticiário incluem, freqüentemente, os sons de um teletipo, embora atualmente uma sala de imprensa bem equipada não empregue teletipos. Os sons, quem sabe uma homenagem elegiaca aos veículos impressos de comunicação, também significam, do ponto de vista sonoro, trabalho, urgência e coleta ininterrupta de notícias. E as tomadas de correspondentes postados à entrada da Casa Branca, tão de acordo com a regra, querem dizer, finalmente, que o correspondente acabou de surgir com as notícias, embora na realidade existam muitos caminhos para uma história presidencial e absolutamente nenhuma garantia de que o correspondente tenha entrado fisicamente na Casa Branca, ou sequer de que ele esteja realmente postado defronte dela.

O telejornal é uma prática significativa com procedimentos ordenadores identificáveis, um discurso organizado, mais do que fatias não mediadas de vida. O telejornal reduz a infinidade de notícias disponíveis a um conjunto extremamente limitado e previsível de histórias, que ele em seguida trata de produzir e manipular. A congruência absolutamente fantástica dos noticiários das três emissoras * é um resultado não somente de "quadros referenciais" comuns e de uma relação simbiótica comum com o poder estabelecido, mas também das operações paradigmáticas e sintagmáticas que produzem o noticiário enquanto discurso narrativo.

Tal como o cinema, o telejornal coloca as imagens em seqüência, partindo, assim, da tomada para a narrativa. O leitor de jornais tem a liberdade de moldar seus próprios sintagmas, de determinar seu próprio itinerário através do texto impresso; o telespectador, porém, é obrigado a seguir uma seqüência pré-determinada. Nesse sentido, o telejornal demonstra uma certa ortodoxia sintagmática. O telejornal da National Network parte de histórias nacionais ou internacionais "importantes", passa por histórias menores e por acontecimentos que apresentem um interesse humano, até chegar a um caso final capaz de fornecer uma sensação agradável de encerramento. O telejornal *Eyewitness News* nor-

* Está-se referindo às três grandes televisões nacionais norte-americanas, ABC, NBC e CBS. (N. T.)

Um encanto previsível... e repetitivo

malmente abre com as mais importantes histórias locais ou nacionais e passa para os assuntos de interesse humano, esportes e previsão do tempo. Seria tão impensável que começasse com os esportes e prosseguisse com as notícias locais mais importantes quanto que os participantes de uma ceia comessem pela sobremesa e acabassem com os tira-gostos (a não ser que um evento esportivo de importância capital *se tornasse* a mais importante notícia local).

Assim, em determinados níveis, o telejornal tem o encanto previsível e renovável do filme de gênero. O material informativo, caprichosamente organizado em começos, meios e fins, é colocado em moldes narrativos previsíveis, fornecidos pelo intertexto televisual e cinematográfico. Os assassinatos noticiados no *Eye-witness News* (que estará eternamente exibindo filmes de segunda categoria, relativamente à seriedade altamente artística do Network News), assassinatos estes que correspondem a visualizações narrativizadas de estatísticas, são diferentes dos assassinatos nas histórias policiais e de mistério principalmente devido ao fato de que, por acaso, passaram-se no mundo tridimensional. Tomadas subjetivas são responsáveis por nos vermos associados à perspectiva de estupradores e assassinos. O espectador se torna *voyeur* e cúmplice, um olho doméstico particular, aplaudindo em seu subconsciente um espetáculo de morte e violência¹⁶.

Já que o telejornal adota parcialmente as técnicas da ficção, não é nenhuma surpresa o fato de que se aproxime, em certa medida, dos códigos de continuidade do filme de ficção. A maneira de contar histórias do cinema — a organização cinematográfica específica de tempo e espaço, com o objetivo de reconstituir um mundo ficcional que se caracteriza por uma coerência interna e por uma aparente continuidade sem falhas — foi parcialmente herdada (com algumas limitações, que posteriormente examinaremos) pelo noticiário da televisão. Os segmentos filmados, especialmente, tendem a respeitar esse decoro convencional. Cenas novas são apresentadas dentro de uma progressão coreografada que parte das tomadas mais distantes para chegar às mais próximas (tomada à distância do edifício do Capitólio, em seguida do repórter, enquadrado junto à cúpula, de-

pois para o salão de audiências, em seguida um *zoom* no rosto da testemunha). A edição da continuidade solda as brechas eventuais, enquanto sons contínuos disfarçam acusticamente as imagens descontínuas. As entrevistas são tratadas com uma alternância ritual de duas tomadas por cima do ombro e *closes* médios de meio perfil dos interlocutores. As perguntas da entrevista, freqüentemente filmadas ou gravadas *depois* de dadas as respostas, são reinseridas em suas posições lógicas na seqüência, não nas factuais. E os olhares que não são dirigidos para o vídeo, supostamente entre entrevistador e entrevistado ou entre os próprios apresentadores, aproximam a equipe do noticiário, fazendo com que forme um todo.

A trilha musical também proporciona prazer e é uma garantia de continuidade. O Network News trata de evitar música comentadora, preferindo explorar algum tema eletrônico, uma *musique concrète* com muita percussão, para abrir e encerrar o programa e para tornar menos bruscas as transições entre as reportagens e os intervalos comerciais, quando o volume da música é gradualmente aumentado ou baixado. A "música" evoca programaticamente a modernidade eletrônica da sala de imprensa, oferecendo um análogo tonal à urgência do noticiário de última hora, transmitido diretamente. Os ruídos evocam, simultaneamente, o estalar dos teletipos antigos e os bips eletrônicos da coleta computadorizada de notícias. Enquanto isso, a música do *Eye-witness News* local mais parece uma homenagem à sua herança dual ao jornalismo e ao mundo do espetáculo, associando fanfarras modernistas a evocações sonoras da atividade da sala de imprensa. O telejornal local é mais diretamente musical, utilizando temas que se referem a formas musicais eminentemente urbanas, como o jazz ou a música "disco", e muitas vezes brincando com a música para obter um efeito irônico, superpondo *It's Beginning to Look a Lot Like Christmas* * a imagens de lixo acumulado, ou acompanhando cenas do *space shuttle* com os acordes da abertura de *Assim Falava Zaratustra*.

Ao mesmo tempo em que examinamos insistentemente determinados procedimentos utilizados tanto pelo telejornal da televisão como pelo filme comum de ficção, estaríamos errados se pensássemos que existe uma identidade absoluta

¹⁶ Christian Metz considera o próprio filme de ficção parcialmente responsável pela passividade mental e motora do espectador. Norman Holland, similarmente, afirma em *The Dynamics of Literary Response*, Nova York, W. W. Norton, 1975, que a *suspensão voluntária da desconfiança depende parcialmente do fato de que o espectador sabe que ninguém espera que ele ou ela ajam de acordo com a ficção, convenção essa que permite um relaxamento do princípio de realidade — a faculdade crítica que permite que coloquemos continuamente em xeque o que nos é apresentado como não ficção, em busca de sua verdade — resultando, assim, em uma agradável mistura entre o que é ficção e o que é o eu.*

* "Está começando a parecer Natal" (N. T.).

¹⁷ William Gibson, *Network News: Elements of a Theory, Social Text*, n.º 3, primavera de 1980, p. 103.

¹⁸ *Ibid.*, p. 106.

¹⁹ *Ibid.*

O telejornal não é naturalista

OUTUBRO DE 1985

entre os dois veículos. Na realidade, como muito bem apontou o Media Group, da Universidade de Glasgow, em *Bad News*, o noticiário da televisão é o herdeiro de duas lógicas discursivas distintas e, em alguns sentidos, contraditórias: a fílmica e a jornalística. De fato, os procedimentos fílmicos estão presentes, particularmente nas reportagens filmadas dos correspondentes, mas esses procedimentos estão constantemente em choque com os códigos e procedimentos jornalísticos. Essa herança jornalística do telejornal é a origem do mito do "imperativo visual" da televisão. Na realidade, o noticiário da televisão é relativamente impermeável à hegemonia do visual, pois o mais das vezes suas imagens simplesmente ilustram o comentário falado ou escrito. Em muitos aspectos, a trilha sonora é mais essencial do que a trilha da imagem; o eco do noticiário fala mais alto do que seu Narciso. Como a maior parte do noticiário consiste em locutores falando as notícias no estúdio, é possível entender o que há de mais importante até mesmo quando só estamos ouvindo, de uma outra sala. Mais ainda, o telejornal, semelhante ao cinema logo depois do advento do som, tem uma tendência à devoção mais servil diante da cabeça falante, a um verdadeiro culto da voz humana falando em som sincrônico. Neste sentido, o telejornal, além de logocêntrico, é fonocêntrico, cultivando uma "metafísica da presença" televisual.

Em um artigo, afora isto excelente e incontestável, William Gibson chega à conclusão apressada de que a estética fundamental da televisão é naturalista: *... por que razão essas visões simbólicas parecem tão reais? A resposta começa pela estética do telejornal: o Naturalismo. Qualquer posicionamento, filmagem e edição de câmera do noticiário da emissora de televisão é realizado com o objetivo de apagar completamente ou de minimizar todos os sinais de posicionamento, filmagem e edição de câmera. O código Naturalista do filme procura esconder o fato de que se trata de um filme, apresentando-se, em vez disso, como uma realidade não mediada*¹⁷. Gibson parte daí para generalizar sobre o veículo: *O noticiário das emissoras de televisão não é o único programa que esconde suas construções simbólicas no filme naturalista. A maioria dos filmes para cinema e a maioria dos seriados de televisão e até mesmo a maioria dos comerciais tam-*

*bém se apresentam como realidade não mediada*¹⁸. Gibson prossegue, afirmando que nenhum dos setores da televisão demonstra qualquer conhecimento da existência de qualquer das outras partes: *Pois para que um programa de televisão possa se apresentar como "vida", vê-se obrigado, por essa mesma razão, a negar que exista qualquer outra "vida". Isso porque se um programa de televisão se referir a outros programas ou aos comerciais estará chamando atenção para sua própria existência enquanto programa, e não como "vida". ... Tais são as dinâmicas do Naturalismo*¹⁹.

Porém, embora a acusação de naturalismo se aplique, como vimos, a determinadas características do telejornal, especificamente aos códigos ilusionistas de continuidade nas reportagens filmadas, essa acusação deve ser revista e até invertida quando é estendida ao telejornal como um todo ou à televisão em geral. E aqui chegamos ao limite da analogia entre o telejornal e o filme de ficção clássica.

O naturalismo das reportagens filmadas, em primeiro lugar, não é absoluto. Podemos desprezar uma das fissuras dessa ilusão — a presença visível do microfone — como 1) uma solução para o problema do que o correspondente vai fazer com as mãos, e 2) um apoio ou um efeito de realidade, um significante icônico que denota "correspondente de televisão". Mas o fato de que o correspondente se dirige diretamente a nós não pode ser desprezado tão facilmente. Enquanto o filme de ficção clássica herdou do teatro naturalista a convenção da "quarta parede", devido à qual os atores não podiam olhar para os espectadores ou dirigir-se a eles sob pena de verem suas posições abaladas por serem intrometidos, uma das características do telejornal é o fato de que tanto o apresentador como o correspondente dirigem-se diretamente ao espectador. Embora reportagens filmadas individuais possam ser editadas como histórias, estão estruturadas como uma conversa, um fato cujas implicações, como veremos mais adiante, são complexas e abrangentes.

Ver a estética do telejornal como *fundamentalmente* (e não incidentalmente) naturalista e ilusionista é um equívoco, devido a diversos fatores. É um equívoco, em primeiro lugar, devido a uma razão

prática. Muitas vezes a continuidade ilusionista é simplesmente impraticável no telejornal. Evidentemente, nem todas as histórias merecem o luxo de um tratamento de filme de ficção. Nesses casos, torna-se virtualmente impossível apagar as marcas do enunciado. Porém, devido a um estranho tipo de bumerangue associativo, é exatamente a presença dessas marcas do enunciado — o borrão criado pelo movimento apressado da câmera, o foco inadequado, o enquadramento canhestro — que nos convence da autenticidade da cena, pois nós as associamos a um trabalho de reportagem em torno de acontecimentos móveis, atuais e imprevisíveis. (É exatamente esta a razão pela qual os filmes de ficção, de *Cidade Aberta a Batalha de Argel* e *Medium Cool*, incorporam abertamente, nos próprios filmes, os traços da filmagem improvisada, feita no local, como garantias de verossimilhança.)

Considerar o telejornal, hoje, como naturalista em seu estilo é um equívoco, em segundo lugar, devido à natureza do acontecimento pró-textual. No cinema, o ilusionismo tem o objetivo de convencer o espectador de que o que estão vendo e ouvindo corresponde a "alguma coisa que aconteceu". Mas o espectador do telejornal *sabe* que alguma coisa realmente aconteceu, em primeiro lugar porque quase invariavelmente ela *realmente* aconteceu, e em segundo lugar porque os veículos alternativos, como o rádio e a imprensa escrita, já o haviam informado disso. Conseqüentemente, a crença do espectador depende menos de truques ilusionistas. Dessa maneira, o telejornal tem toda a liberdade para brincar com o que normalmente se considerariam efeitos antiilusionistas. O registro de um assassinato pode ser projetado em câmera lenta, pode ser parado, imobilizado e decorado com círculos ilustrativos, pois o espectador não duvida um segundo da realidade do evento²⁰.

Aliás, é somente através de uma característica altamente artificial que separamos o telejornal dos comerciais. O "fluxo" do programa de notícias inclui os comerciais. Na realidade, em um certo nível, os comerciais *são* as notícias. O fato de que os patrocinadores tenham o direito de interromper informações essenciais, como por exemplo sobre uma tragédia nuclear que se evitou por pouco, transmite um efeito ideológico muito forte. Coca-Cola é a coisa, eterna; as

notícias são fictícias e efêmeras — esta é a ontologia do comercial. Ao mesmo tempo, o telejornal e os comerciais influenciam-se mutuamente, de modo que os comerciais imitam o telejornal e vice-versa. Para citar um exemplo, a Mobil Oil coloca uma imitação de apresentador sentado a uma mesa que imita uma mesa de telejornal, tendo por trás uma imitação de mapa-múndi de sala de imprensa, e faz com que ele explique a *Weltanschauung* da Mobil Oil.

Na realidade, a Mobil Oil está aproveitando a confiança geral no telejornal enquanto instituição, esperando transferir essa confiança para si própria e para sua política. (O fato de que a Mobil Oil faça publicidade no mesmo programa que apresenta notícias sobre o petróleo é infinitamente mais importante do que qualquer "desvio" que se possa observar na apresentação das notícias em si.) O telejornal, por sua vez, imita os comerciais quando faz publicidade de si próprio, de suas equipes de notícias e das edições especiais que ainda serão apresentadas, e ao explorar alguns dos mecanismos de manipulação da publicidade: reforço da imagem, identificação secundária, estruturas mininarrativas²¹.

Tanto os comerciais como o noticiário se encaixam em moldes genéricos estabelecidos pelo intertexto cinematográfico e televisual; esse intertexto não é intrinsecamente nem invariavelmente naturalista, mas muitas vezes, surpreendentemente, auto-referencial e reflexivo. Longe de serem hermeticamente estanques uns em relação aos outros, existe uma circulação contínua entre os programas. O próprio telejornal faz reportagens sobre a popularidade de programas como *Dallas*; o noticiarista Walter Cronkite, por outro lado, aparece no *The Mary Tyler Moore Show*. Pelo menos dois programas — *Mary Tyler Moore* e *Jessica Novak* — tiveram salas de imprensa como cenário, enquanto o efêmero *Fly and Bones* apresentava os irmãos Smothers como repórteres de televisão. Quanto aos apresentadores, Archie Bunker, tal como Ralph Kramden e muitos outros antes dele, atua em um comercial para televisão, enquanto a Carroll O'Connor da vida real fazia comerciais para Jimmy Carter. Programas de variedades, como *Carol Burnett* e *Saturday Night Live*, estão constantemente "car-

²⁰ Uma boa parte do noticiário, por outro lado, é em grande parte pré-acondicionada, consistindo em apresentações encenadas ou "pseudo-eventos": conferências de imprensa, julgamentos, discursos, resultados de eleições. A singularidade do assassinato de Sadat foi, em certo sentido, o fato de que um pseudo-evento (um presidente passando suas tropas em revista) foi brutalmente interrompido por um evento "real".

²¹ Os comerciais, como o noticiário, apóiam-se no intertexto cinematográfico-televisual. Os comerciais do grupo McDonald seguem os códigos da comédia musical, criando uma atmosfera de extravagantes canções de grupo, transcendendo magicamente a distância espacial. Os comerciais de brinquedos tendem a favorecer o desenho animado e os anúncios de computadores voltam-se para a ficção científica. Os remédios para dor de cabeça prestam tributo ao realismo à la Orson Welles, com a droga em primeiro plano enquanto os personagens encenam dramas edípicos no "espaço profundo". Os comerciais de perfumes, desodorantes e jóias tendem para o romantismo de Lelouch (foco suave, bonequinhas sensuais, dissoluções líquidas), com seus enredos de 30 segundos indo de encontro ao amor à primeira vista e à *jouissance* implícita. Os comerciais de jeans, por sua vez, são mais diretamente pornográficos.

**Coca-Cola
é isso aí:
é eterna**

A domesticação do horrível em lugar de sua denúncia

²² Dois programas revelam tanto as potencialidades críticas como a degradação freqüente do brechtianismo na televisão. *The Mary Tyler Moore Show*, com suas montagens quase teatrais, atuação maliciosamente distanciada e seu apelo constante à inteligência do espectador, exhibe aspectos de um brechtianismo autêntico. O efêmero *Jessica Novak*, por outro lado, explora tanto a imagem da "nova mulher" (freqüentemente equacionada como "sexualmente agressiva") como a curiosidade pública em torno da verdade dos bastidores sobre os noticiários e a sala de imprensa, em um programa cuja reflexividade aparente esconde um ilusionismo regressivo. Em *Jessica Novak* o auto-referencial torna-se o auto-reverencial, na medida em que o protagonista personifica a Televisão, que é o verdadeiro herói, o *deus ex machina* que resolve os problemas, salva vidas e atende as famílias. A atenção dada aos processos televisuais torna-se meramente uma outra realidade-efeito, um índice de profissão e *milieu*.

navalizando" os comerciais e outros programas. Os programas de entrevistas e debates não só exibem câmeras e *switchers* de vídeo em seus créditos, como estão constantemente dirigindo a conversa para a própria televisão. Johnny Carson ri de seu próprio monólogo, que classifica como produto de autoconsumo, e os câmeras de vídeo mostram seu produtor fora da cena. A televisão gosta dos próprios "foras" e regularmente os reapresenta. Ela chega a contar sua própria história em *The Golden Age of Television* (A Idade Sagrada da Televisão), e olha-se no espelho de *Entertainment Tonight*. Em suma, a televisão é auto-referencial e autocanibalesca, de inúmeras maneiras.

Na realidade, a televisão freqüentemente parece positivamente brechtiana, mais do que naturalista. Muitos dos elementos de distanciamento caracterizados como brechtianos nos filmes de Godard são igualmente típicos da televisão: a designação do aparelho de base; a copresença espacial de imagens múltiplas dentro do contorno do vídeo; a inclusão de materiais bidimensionais; o discurso direto para o espectador; as "interrupções" comerciais do fluxo narrativo; a justaposição de fatias heterogêneas de discurso; a mistura de modelos documentários e ficcionais; a subversão da hegemonia visual através do predomínio de uma trilha sonora; a busca constante de apoio em material escrito; a incorporação criativa dos erros.

Entretanto, sabemos que, se a televisão é brechtiana, é brechtiana de uma maneira ambígua e, muitas vezes, aviltada. Ao passo que o brechtianismo autêntico traz à tona um espectador ativamente pensante, mais do que um consumidor passivo de diversões, a maior parte da televisão é tão narcótica e culinária quanto o teatro burguês que Brecht denunciava. O objetivo de Brecht não era satisfazer as expectativas da audiência, mas transformá-las, enquanto que o impulso central da televisão comercial (malgrado a contribuição criativa e crítica de seus atores) é transformar duas coisas apenas: os hábitos de assistência e os hábitos aquisitivos da audiência. O objetivo de Brecht *não* era o sucesso em termos de bilheteria, mas *tornar-se* um sucesso, ou seja, criar um novo público para um novo tipo de teatro ligado a novas maneiras de vida social. Enquanto isso, o objetivo da te-

levisão comercial, pelo menos do ponto de vista de seus executivos, é ser popular nos termos grosseiramente quantitativos de "níveis de audiência". Mais do que acionar "efeitos de alienação", a televisão comercial muitas vezes simplesmente aliena. Ela domestica o horrível em lugar de denunciá-lo.

Muito embora a televisão ocasionalmente sugira a *possibilidade* de um brechtianismo autêntico, quando se examinam de perto muitos de seus mecanismos de distanciamento, verifica-se que são, se não naturalistas, pelo menos antibrechtianos²². Os intervalos comerciais, por exemplo, que colocam as notícias "à espera", não são pausas para reflexão, mas intervalos para manipulação, cuja intenção não é fazer-nos pensar, mas fazer-nos sentir e comprar; em lugar de funcionarem como choques desmistificadores, prosseguem o fluxo narcótico. O auto-referenciamento dos comerciais também atende a um objetivo antibrechtiano. Os comerciais que se autoparodiam ou que parodiam outros comerciais não desmistificam o produto nem exibem códigos ocultos; antes, servem tanto para diferenciar seu patrocinador de um outro patrocinador, supostamente menos ingênuo, que não "confessa" seu *status* comercial enquanto artefato, e para debilitar as resistências do espectador. A zombaria bem-humorada dos comerciais nunca foi prejudicial às vendas, ao contrário, pois o humor lembra o espectador de que o comercial não deve ser levado a sério, e esse estado de relaxamento torna o espectador mais vulnerável à sua mensagem. Na realidade, o comercial tem um anseio ardente: está atrás do dinheiro do espectador.

Tanto o telejornal como os comerciais apresentam uma característica brechtiana que merece um exame mais detido e mais aprofundado: uma tendência para o discurso direto. A maior parte do tempo, o telejornal consiste em cabeças falantes dirigindo-se diretamente à câmera. Nada, aparentemente, mais distante da estética ilusionista. Uma das regras básicas do filme de ficção tradicional é que o ator nunca deve tomar conhecimento da câmera/audiência. Os acontecimentos ficcionais devem-se desenrolar magicamente, indiferentes à presença do público. O ilusionismo mascara a fonte do enunciado, apresentando seu discurso como "história". O noticiário, por outro

lado, apresenta a imagem de uma pessoa, aparentemente a fonte do enunciado, muito próxima de nós socialmente e dirigindo-se diretamente a nós.

O que dizer dessa aparente contradição entre os aspectos ilusionistas das reportagens filmadas e a tendência do telejornal, ao mesmo discurso direto, favorecida por Brecht e Godard? Primeiramente, existe uma real contradição — os segmentos de discurso direto *são* menos ilusionistas do que as reportagens filmadas. Depois, esse discurso direto está associado a poder. Os apresentadores partilham esse privilégio com patrocinadores, humoristas e políticos, que implica um imenso poder político, narrativo e discursivo. Mais: esse poder está relacionado à ausência de mediação. (Presidentes, apresentadores e patrocinadores dirigem-se diretamente a nós em tomadas relativamente próximas; os correspondentes dirigem-se a nós de uma distância levemente maior e olham um pouquinho menos insistentemente para nós, e os "outros" são filmados como seriam filmados em um filme de ficção²³.) Em terceiro lugar, esse discurso direto é, nele mesmo, uma ficção. É ficcional em sua aparente espontaneidade, na implicação de que o apresentador emite suas observações sem uma origem pré-formulada e sem elaboração editorial. Além disso, os apresentadores falam para uma audiência que não está fisicamente presente, cultivando ao mesmo tempo a suposição básica de que aquilo que é dito foi formulado apenas para aquela audiência, como se cada um dos espectadores fosse o único.

Embora a estrutura aparente do noticiário seja a do discurso, então esse discurso é ele próprio ficcional; ele próprio é *história*. O noticiário é ficção, mas a ficção está deslocada. Os "casos", mesmo valendo-se de procedimentos ficcionais, afinal de contas não são fictícios; a ficção está, antes, na natureza fictícia da relação entre locutor e audiência. O noticiário não começa com um "era uma vez" nem termina com "e viveram felizes para sempre". Começa com "boa noite" e termina com "boa noite". Em outras palavras, é apresentado como uma simulação de uma comunicação frente a frente entre duas pessoas; o apresentador, sozinho, imita os ritmos característicos do diálogo. A "comunicação" é unila-

teral, não uma troca recíproca entre dois transmissores-receptores, mas antes um poderoso transmissor valendo-se do acesso direto a milhões de sujeitos. Em um determinado nível, portanto, podemos *inverter* a fórmula ilusionista. Se as ficções ilusionistas mascaram seu discurso como história, o telejornal, em determinados aspectos, transveste a sua história como discurso.

A prova de que esse efeito deslocado de ficção realmente funciona está na imensa fé com que as notícias são recebidas. As pesquisas de opinião demonstraram que Walter Cronkite é o homem em quem mais se confia nos Estados Unidos e que o noticiário é uma das instituições com mais crédito no país. A pseudo-intimidade da aldeia global origina uma confusão entre os apresentadores reais e suas personas fictícias, ou, mais exatamente, instala uma relação fantasmática entre o espectador e a estrela do noticiário. Pessoas que mal e mal conhecem seus vizinhos estão convencidas de que conhecem os apresentadores. Ted Koppel conta que recebeu cartas em que é tratado como um pai, um filho ou um amante. Dentro de uma situação social de solidão interpessoal, a televisão se torna uma companheira de cama e mesa, parte do tecido existencial de nossas vidas, e os apresentadores tornam-se amigos e confidentes.

O telejornal promove o que se poderia chamar, em termos psicanalíticos e políticos, de regime do "Nós fictício". Em termos psicanalíticos, a televisão promove uma relação narcisista com um outro imaginário. Ela infantiliza, no sentido em que a criança pequena percebe todas as coisas em relação a ela mesma; tudo está ordenado à medida de seu ego. A televisão, se não é recebida criticamente, engendra uma espécie de confusão de pronomes: entre o "Eu" espectador e o "Ele", ou "Ela", apresentador, vistos como empenhados em um diálogo mutuamente lisonjeiro. Esse "Nós" fictício pode, assim, falar com entusiasmo de "nós" e com frieza de seja quem for colocado na posição do "Eles". Esse reconhecimento equivocado de imagens tipo espelho tem conseqüências políticas profundas. Os comerciais das companhias petrolíferas dizem-nos: "Nós, americanos, temos muito petróleo". O "nós" é claramente fictício; a maioria de nós não possui nenhum petróleo, pagamos preços exorbitantes por

²³ Daí o escândalo quando um dos "outros" — uma militante iraniana (triplamente "outra") — se propôs a dirigir-se diretamente ao público norte-americano durante a crise dos reféns. A proposta ocasionou uma grita instantânea, de que os militantes estavam tentando "usar" o veículo — como de fato estavam —, mas a acusação implicava que a televisão e sua audiência não estavam sendo "usadas" todos os dias do ano.

Cid Moreira lhe diz "boa noite" todas as noites...

ele no bojo de uma crise de energia que foi encenada. Pouco depois da malograda "tentativa de resgate" no Irã, para vermos mais um exemplo, Chuck Scarborough, do Noticiário do Canal 4, de Nova York, abriu sua emissão dizendo "Bem, fizemos o que pudemos, mas não conseguimos". O "Nós", nesse caso, presumivelmente incluía o apresentador, o presidente e alguns assessores. Certamente não incluía a grande maioria dos americanos, mesmo que seu "apoio" pudesse ser engenhosamente simulado *a posteriori*. O noticiário da televisão, portanto, pretende falar por nós e freqüentemente o faz, mas com a mesma freqüência priva-nos do direito de falar induzindo-nos a pensar que o seu discurso é também o nosso. Muitas vezes ele nos dá a ilusão de harmonia social, a comunicação *ersatz* de uma aldeia global com características francamente brancas, masculinas e corporativas.

A instituição da televisão, parafraseando um pouco Metz, não é apenas a indústria televisual (que trabalha para elevar os níveis de audiência, não para baixá-los). Ela é, também, a maquinaria mental — uma outra indústria —, que os espectadores "acostumados com a televisão" internalizaram historicamente e que os adaptou ao consumo da televisão tal como ela é. As regras sociais da metapsicologia do telespectador têm como função estruturar relações de "objeto bom" com a televisão (inclusive com o noticiário da televisão), se é que isso é possível, pois o que nos move a ver televisão é o desejo, não a relutância, na esperança de que ela irá agradar. A psicologia do espectador está ligada aos mecanismos financeiros do noticiário da televisão e a suas possibilidades de auto-reprodução, como o "complexo prazer-significado-mercadoria", de Heath. Os métodos psicanalíticos contribuem para que se identifique sua relação com o desejo; a semiótica contribui para que se identifique quem seus mecanismos de significado; e um marxismo crítico e dialético pode identificar sua condição de fornecedor e exemplificador de um fetichismo da mercadoria e seu lugar dentro de um discurso de competição entre as classes.

Somente uma abordagem multidimensional como essa pode responder totalmente à nossa pergunta inicial: por que é um prazer assistir ao noticiário na

televisão? A televisão é um aparelho de base ao mesmo tempo libidinal e tecnológico, uma máquina de investimento erótico e financeiro. Para favorecer sua própria auto-reprodução dentro de um sistema capitalista, o noticiário deve estabelecer uma boa relação de objeto com seu espectador. Os espectadores devem "gostar" do noticiário, do contrário não vão assisti-lo, e é preciso que o assistam para que esses possam ser vendidos aos patrocinadores. Assim, a televisão fabrica sua própria audiência, assim como fabrica os noticiários. Através das características prazenteiras do aparelho de base, através dos procedimentos da ficção, através de apresentadores atraentes enquanto subtexto erótico das notícias, a televisão se fabrica enquanto objeto bom. Ao mesmo tempo, para permanecer um bom objeto, ela vê-se obrigada a se relacionar de alguma maneira com a massa de pessoas que são sua audiência e a representar seus desejos e aspirações sociais mais significativos, pois um cerne de espírito utópico também faz parte de sua constante solicitude e de sua sedução.

É por essa razão que estaríamos errados se considerássemos a televisão, ou seu noticiário, como monoliticamente regressivos. A manipulação e a exploração estão presentes, mas a resistência e a crítica também estão. Como uma matriz, onde o discurso dominante e o discurso de oposição travam uma luta constante, a televisão nunca será capaz de reduzir o diálogo antagônico das vozes de classe ao murmúrio tranquilizador da hegemonia burguesa. A televisão pode entorpecer a consciência, mas também traz a reboque guerras coloniais nos corações das bestas imperiais. Embora às vezes ela amplie o discurso do poder, também pode tornar-nos conscientes de como a política social é impingida aos seres humanos. A televisão não é formada apenas por seus gerentes industriais; também fazem parte dela os seus participantes criativos, as pessoas que aparecem no telejornal, e nós, a audiência capaz de resistir, de pressionar e de decodificar suas mensagens. Mas uma de nossas primeiras tarefas teóricas é entender não apenas a alienação, mas também a promessa utópica de seus mecanismos de prazer.

**Novos Estudos CEBRAP, São Paulo
n.º 13, pp. 74-87, out. 85**

Robert Stam é professor da Universidade de Nova York, autor de "O Espetáculo Interrompido" (Brasiliense).