Leituras culturais do noticiário da TV

Célia Ladeira Mota [1]

Resumo: Na produção diária das redes de TV do Brasil, a notícia é considerada um produto com status. Como *commodity*, a notícia atrai patrocinadores e garante verbas publicitárias. Para as emissoras, a transmissão de um noticiário também pode ser vista como essencial para mostrar independência em relação aos políticos e às agências governamentais. O noticiário vai ao ar em vários horários, mas tem seu momento chave em horário nobre. Em tempos de *Internet* e das redes sociais, a notícia do telejornal ainda representa um momento chave na vida de uma emissora de TV e garante bons índices de audiência. Quais são as características deste noticiário que o tornam tão atraente para os produtores de televisão e para os telespectadores? Aqui se pretende examinar alguns significados culturais do noticiário da TV brasileira, levando em conta o papel do jornalismo eletrônico hoje, marcado pela mediação cultural globalizada.

Palavras-chave: Telejornalismo: Cultura; Visualidade; Narrativa; Noticiário.

[1] Jornalista, Doutora em Comunicação, pesquisadora associada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação (UnB). Pesquisadora do Nemp, Núcleo de Estudos de Mídia e Política. E-mail: cmmota@terra.com.br

.

1. Introdução

Hoje, como lembra Fairclough (1995), a mídia eletrônica é crucial na disseminação global de informação e notícias e responsável pelas reações e interpretações que gera. "Suas mensagens sobre praticamente todos os aspectos da vida social circulam agora globalmente. Mas o impacto desta mediação não deve ser aceito sem discussão porque ele depende da recontextualização das mensagens em diversos contextos com características estruturais, históricas, sociais e culturais diferentes". (Fairclough, 1995, p.170). Por trás do desgaste das grandes narrativas do Iluminismo, surge uma nova racionalidade que se constrói a partir da emergência de povos e culturas até aqui ignorados. Esta racionalidade, ou reflexividade, tem uma chave, segundo Vattimo (1992), que é a transparência. O autor italiano desenvolve a ideia de que a emergência dos meios de comunicação, estimulando a relatividade cultural, criou uma sociedade irreversivelmente pluralista.

As cenas do mundo inteiro, a que temos acesso todos os dias, provocam um alargamento do nosso campo visual e nos mostram como a nossa cultura moderna foi se construindo a partir dos meios de comunicação de massa e seu intenso texto imagético. Tudo é transmitido, exibido, compartilhado em larga escala. A visão se constituiu num produto: a imagem. A visualização se tornou a pedra de toque da nossa época. Visualiza-se, leia-se mediatiza-se, tudo, até cenas íntimas embaixo de cobertores em programas de reality show.

No entanto, uma imagem simplesmente não se transforma em cultura visual até que se torne visualidade. Visualizar não é simplesmente produzir objetos visíveis. É o que resulta da organização social e do controle do que é mediado e mediatizado. A cultura visual está intensamente mediada, em todo lugar: nas telas da TV ou do computador, nos I-pods, nas inúmeras câmeras de segurança instaladas nas ruas das cidades, nos games digitais, no Facebook e nos vídeos do You Tube, nos canais à cabo e na TV aberta. Mirzoeff define este olhar mediatizado como um trabalho, porque produz valores para outros. "Publicidade, televisão, filme e outras mídias visualizadas comprometem a vida cotidiana numa cultura de *commodity* que demanda o nosso olhar para gerar valor para alguém mais" (Mirzoeff,

2010, p.8). Com isso, a visualização se apropria do fazer histórico e se transforma na principal referência dos significados que vamos construindo sobre o mundo em que vivemos.

Esta atividade cultural trabalha por meio do que Barthes chama de código referencial. Este é o código pelo qual um texto se refere a algo além de si mesmo, mas esta referência não tem a realidade como objetivo e é, acima de tudo, um conhecimento cultural. A realidade é o produto de um discurso, ou seja, é o estoque de conhecimentos no campo da moral, das artes, da política, da história, que constituem nosso sentido de vida. São, segundo Barthes, lugares comuns de uma cultura aos quais um escritor se refere ou cita para produzir um sentido de realidade.

> A cultura é o conjunto infinito das leituras, das conversas ainda que sob a forma de fragmentos prematuros e mal compreendidos, em resumo é o intertexto, que faz a pressão sobre um trabalho e bate à porta para entrar. (Barthes, 1974)

Para Barthes, intertexto são os textos que influenciam cada novo texto. Este tecido de citações, como o chama Barthes, é feito de culturas múltiplas, originando textos variados que conversam entre si. O que dizer da televisão com sua multiplicidade de textos midiáticos? Eles fazem parte da miríade de programas que visam produzir entretenimento, informação, publicidade, dramatização em novelas e seriados, talk-shows e muito falatório em geral.

Uma distinção deve ser feita logo de imediato. Um programa de televisão é uma entidade estável, com limites temporais e formais, produzidos e vendidos em pacotes. Um texto é uma coisa diferente. Programas são produzidos, distribuídos e definidos pela indústria cultural. Textos são o produto dos seus leitores. Um programa só se torna um texto a partir do momento da enunciação, da prática de interação entre produtor e receptor. É nesse momento que o texto ativa significados, emoções, valores, identidades, sentidos que variam de acordo com as múltiplas audiências.

Fiske (1997) considera que os textos midiáticos são o lugar de conflito entre as forças da produção e os modos de recepção. Este conflito se expressa pela disputa de significados e pela prática discursiva de dar sentido à experiência social. Ele dá como exemplo um programa de televisão que apresenta padrões de comportamento de gênero, na família, no lugar de trabalho, na escola. Os diferentes textos do programa cumprem o papel de representar relações sociais. Com isso, telespectadores diferentes construirão

sentidos diferentes para o mesmo texto, construindo também sentidos diferentes para a mesma experiência social.

Isto significa que os textos, ou a prática discursiva de um programa de televisão, podem nos construir socialmente, reforçando ou transformando nossas identidades sociais. Os efeitos dos textos são imprevisíveis e mesmo que a produção de um programa tente controlar os sentidos dominantes num dado texto, nada garante que a leitura do telespectador seja unívoca. Como afirma Fiske, a textualidade da televisão é essencialmente intertextual. E isto serve para qualquer programa, incluindo o telejornal.

Uma característica essencial da televisão é, pois, a polissemia ou a multiplicidade de significados. Para esse efeito concorrem os textos televisivos, feitos de falas, imagens, gráficos, artes, no que se convencionou chamar de texto multi-modal. Mas não é só a característica discursiva do texto da TV que produz polissemia. São os processos culturais de representação e significação de relações e identidades sociais que favorecem os múltiplos sentidos. Na cultura, a luta é por significados dominantes enquanto na sociedade a luta é por poder. A seguir, as diversas leituras que o noticiário de TV propicia.

Modos de recepção:

Embora o telejornal fale para uma audiência de massa e se torne um espaço público de construir significados sobre os acontecimentos, o aparelho de televisão é um meio doméstico e a rotina de recepção faz parte das rotinas da vida doméstica. Isto significa que o noticiário não contem só significados relevantes para uma ampla variedade de grupos sociais, mas é também assistido de forma diferente. Numa casa, o noticiário pode ser assistido pela dona de casa durante a execução de uma tarefa na cozinha, enquanto o marido, na sala, é o dono do controle da TV e assiste ao telejornal como tarefa principal. A sala de estar na casa é diferente da plateia de um cinema, aonde se vai como parte de um público indiferenciado. Assim, o espaço doméstico pode gerar diferentes discursos sociais sobre as notícias, compartilhados pela família.

Diversas pesquisas destacam ainda o caráter patriarcal deste modo de audiência, o que Morley (1980) chama de "política da família". Assistir ao noticiário e aos programas esportivos é uma atividade ligada ao pai da família, enquanto assistir às novelas e seriados é um espaço cultural predominantemente feminino. A televisão também cum-

pre seu papel como disciplinadora doméstica, quando os pais proíbem os filhos de ver determinados programas como meio de punição.

Outro aspecto da recepção é a determinação social dos significados. Isto não quer dizer que a posição social de um telespectador produza significados de forma mecânica. É importante perceber que as pessoas possuem representações sociais variadas. Não se pode dizer que todas as mulheres produzem significados iguais sobre novelas ou noticiários, e da mesma forma todos os trabalhadores. Não existe um molde social. As identidades sociais são construídas a partir das experiências de cada um. Um trabalhador pode ser um membro de um partido político ou de uma igreja, pode ser um consumidor, um proprietário, um morador de determinado bairro, e todas estas experiências produzem nele formas de dar sentido às notícias da TV, diferenciadamente.

Estas diferenças de recepção requerem uma definição mais flexível para o texto do noticiário. Alguns pesquisadores recorrem a Bakhtin (1981) e sua concepção de heteroglóssia. Segundo ele, cada grupo social se relaciona com sua comunidade linguística num constante conflito para fixar sentidos às palavras de forma a construir uma hegemonia cultural. Quem tem mais poder social tenta ampliar suas formas de controle e os grupos subordinados buscam resistir, negociar os sentidos. Estas diferenças se refletem no próprio texto do telejornal, que reproduz os diversos grupos sociais existentes, e produz, como consequência, leituras com diferentes interpretações dos fatos narrados.

Do ponto de vista da análise do discurso, o noticiário pode ser considerado um conjunto de convenções textuais que procuram controlar e limitar os sentidos dos fatos narrados. Isto significa que nem sempre todas as vozes contrárias serão ouvidas e que a estrutura discursiva do texto terá um *lead* que vai destacar o que o jornalista ou a empresa de jornalismo considera que é o informe mais importante.

Realismo e ficção:

Embora produzido num espaço televisual em que disputa lugar com novelas, programas de humor, reality shows e publicidade, o telejornalismo se distingue por se voltar para a realidade, para os fatos, ao contrário da ficção, que trabalha com o imaginário. Textualmente, a narrativa do acontecimento tem as mesmas características de uma narrativa ficcional, com seus personagens, suas ações, os conflitos, os desenlaces, e toda a

gama de emoções que as estórias produzem. Mas os telespectadores e os produtores de notícias compreendem bem as diferenças.

As notícias ocorrem na esfera pública e envolvem pessoas do governo, políticos, personalidades, representantes de elites industriais e comerciais, e do poder judiciário. Por outro lado, as notícias da esfera doméstica quase sempre se referem a crimes, a violência doméstica, e são construídas como um caso de lei e ordem.

As notícias são quase sempre negativas. O fato que rompe com a normalidade é o que se torna notícia. Na televisão brasileira atualmente, muitos blocos de noticiários são dedicados a crimes ocorridos em diversas cidades do país, tanto no âmbito do trânsito, como da família ou do crime organizado. A queixa de que a televisão exibe sempre más notícias não percebe o fato de que o "malfeito" noticiado é um desvio de uma norma, e que esta é, por consequência, enaltecida. Assim, o noticiário sobre crimes termina por exaltar a sociedade que obedece à lei e respeita o próximo. Como o bom exemplo não faz parte explícita do noticiário, o desconforto com a criminalidade e a sensação geral de insegurança se tornam uma consequência do excessivo número de matérias sobre crimes.

O noticiário, como uma forma de realismo, em geral utiliza metonímias na sua abordagem sobre o real. Isto significa que a notícia parte do particular, de um caso que serve como exemplo, para explicar elementos mais complexos da realidade. Por outro lado, como destaca Fiske (1997), a objetividade da notícia usa frequentemente uma linguagem metafórica. "Ao contrário da literatura, as notícias usam metáforas que são tão convencionais que elas se tornaram clichês, mas sua natureza metafórica não é reconhecida" (Fiske, 1997, p.291). Um clichê é uma peça de discurso que é repetida com frequência porque se torna facilmente reconhecível e porque reflete uma ideologia dominante. É o caso da palavra 'guerra', utilizada tanto para a política como para um jogo de futebol. Representar um conflito político como uma guerra entre partidos retira da política seu caráter de esfera pública onde se está a serviço do público, e se cria um significado particular.

Fiske reforça a ideia de que as metáforas não têm um caráter decorativo do texto, mas são mecanismos de consolidar o senso comum, reforçando discursos dominantes. A metáfora explica o que é pouco familiar em termos de familiaridade. Metáforas conven-

cionalizadas se tornam comuns. É o caso de representar um conflito entre patrões e empregados de uma determinada indústria como uma metáfora de guerra. Ou uma greve de trabalhadores vista do lado dos patrões. O conflito se torna uma construção entre "nós" e "eles", e que termina por não legitimar as pretensões dos trabalhadores, vistas como uma quebra da normalidade da vida social.

Há, portanto, um controle social sobre como a notícia estabelece conflitos e descreve fatos. Este controle sobre a pluralidade de vozes do real é feito pela estrutura narrativa, que estabelece uma seleção cuidadosa das vozes que serão usadas. Alguns papéis sociais são construídos pela narrativa a partir do antagonismo herói-vilão, numa estrutura similar a das telenovelas. Do lado dos heróis, os policiais, os promotores públicos, o agente público. Do outro lado, o acusado, o suspeito, o criminoso, vozes que não têm acesso à narrativa. Os lugares sociais estão definidos numa relação de bem-mal, que, se é exagerada na ficção, é igualmente marcada no noticiário real.

Vale ainda destacar que, na estrutura da notícia de TV, utiliza-se o modelo de pirâmide invertida herdado do noticiário escrito, no qual os primeiros parágrafos descrevem os fatos mais importantes, onde ocorreram e quem estava envolvido, continuando numa ordem decrescente de importância. Para alguns estudiosos, esta forma de organização da narrativa não se coaduna com a notícia de televisão, porque o fim de uma notícia e o começo de outra exige do telespectador um tempo para perceber a mudança de foco. Deixar o fato principal na abertura da notícia pode significar a perda de sentido de toda a narrativa, abandonado no lead televisivo.

A imagem: uma narrativa cultural

As imagens do mundo contemporâneo que recebemos diariamente em nossas casas via satélite ou internet, são consideradas evidências ou documentos da realidade narrada. Embora icônicas e, portanto, representações à semelhança do real, muitas dessas imagens nos chegam por um processo de visualização ou de mediatização, que está sujeito a regras de controle e que vão além dos processos produtivos da filmagem ou captação de cenas. Há uma narrativa televisual que se desenvolve em torno e, tendo a imagem como referência, constrói um determinado ponto de vista sobre a realidade. Por isso, pode-se dizer que a narrativa da TV é uma narrativa híbrida, ou semiótica, onde

textos, palavras e imagens contribuem e reforçam um argumento principal. E terminam por se tornar referências históricas guardadas na memória coletiva.

É a partir da visualização que a memória social de um país ou de uma comunidade vai se construindo. Não basta reconstruir peça por peça a imagem de um acontecimento passado para se obter uma lembrança. É preciso que essa reconstrução se opere a partir de dados e de noções comuns a todos que fazem parte de uma mesma sociedade. Só assim, uma lembrança pode ser reconhecida e reconstruída. A memória social é, assim, um fundo de lembranças comum aos vários membros de uma comunidade local, nacional ou global. Para Halbwachs, "o que vai para o fundo comum da memória coletiva é o resultado de um conflito de significados em busca de hegemonia. O que se retém do passado é aquilo que ainda está vivo, ou que vive na consciência e na lembrança de um grupo ou comunidade" (Halbwachs, 1990, p. 96).

Se o acontecimento do passado necessita, para se tornar lembrança, da existência de pontos de vista compartilhados pelos membros de uma comunidade, um operador dessa memória social é a imagem. Isto porque ela tem a capacidade de conferir ao quadro da história a força da lembrança. A imagem opera como um acordo de olhares. "Eu vi" é uma expressão que parece congregar o senso comum sobre um acontecimento. Em desabamentos de prédios recentes, as reportagens deram ênfase a relatos de pessoas que "viram" quando paredes vieram abaixo, que "viram" pessoas correndo, enfim, que dão testemunhos de evidências que ajudam a reconstituir os acontecimentos. Além disso, a reprodução do acontecimento por meio de simulações reforça a lembrança do fato, ajuda a fixar na memória social o que ocorreu.

Algumas imagens, como as das enchentes dos últimos anos no Rio de Janeiro, tornaram-se parte da memória dos brasileiros. Da mesma forma, os tsunamis entraram para a memória imagética contemporânea dos habitantes do planeta, e não só para os japoneses e para os povos do sudeste asiático. Uma memória triste, mas que não se apaga, porque sua carga de dramatização nestes casos vai muito além da simples visualização ou mediatização. Como salienta Neiva Jr. "a realidade passa a ser secundária em relação à imagem que a reconstitui enquanto simulação. A experiência é de uma irrealidade vertiginosa que nem sequer chegamos a admitir" (Neiva Jr., 1986, p.75).

Desta forma, o conceito de memória coletiva serve como uma maneira rica de mostrar como o passado informa as notícias do presente, ao mesmo tempo em que demonstra como o jornalismo representa a cultura que reporta. Desta posição cultural, os jornalistas de TV podem ser vistos como agentes da memória em três níveis: contando os acontecimentos, situando a cobertura em contextos mais amplos e identificando seu próprio trabalho como formadores de memória social.

Conclusão

Os estudos culturais da mídia, especificamente do jornalismo, têm se voltado para o exame das notícias procurando observar como elas podem representar valores chave de uma cultura. Isto significa perceber a notícia como um produto social e culturalmente criado como outro qualquer. Estes estudos se referem à cultura a partir de uma posição antropológica, que explora os significados de culturas vivas na produção da notícia. São textos que refletem não só as culturas de produção de notícias como os valores culturais das sociedades em que estão mergulhados.

Uma definição simples e completa sobre cultura é a do antropólogo Clifford Geertz: "cultura é o conjunto de estórias que nós contamos a nós mesmos sobre nós mesmos". E, nas últimas cinco décadas, as histórias que o ser humano conta sobre si mesmo e incorpora ao seu espírito, ou à sua memória, lhe chegam pela imersão na esfera das mensagens dos meios de comunicação de massa. Fairclough adverte, porém, que o papel da cultura na vida social não pode ser restrito a um conjunto de normas, hábitos ou valores, adquiridos de forma não-problemática pelos indivíduos, e uma vez internalizados, mantidos pelo resto da vida.

Esta percepção da complexidade da prática cultural está na base do surgimento dos Estudos Culturais, a partir do Centre for Contemporary Cultural Studies, da Universidade de Birmingham, fundado em 1964. Os estudos do Centro ampliaram o conceito de cultura para que sejam incluídos dois temas adicionais. Primeiro, a cultura não como entidade monolítica, mas que se manifesta de forma diferenciada. Segundo, a cultura não significa simplesmente experiência recebida, mas experiência vivida.

A questão relacional, ou seja, de que forma a cultura interage ou se relaciona com as práticas sociais, foi um dos pontos chaves da Escola de Birmingham, e um texto fundador desta concepção foi "*Cultura e Sociedade*", de Raymond Williams.

> A cultura não é somente um conjunto de trabalho intelectual e imaginativo. Ela é também e essencialmente um completo modo de vida. A distinção primária deve ser procurada no modo de vida. O elemento crucial de diferenciação na vida inglesa não é a linguagem, a vestimenta, ou o lazer, porque estes tendem à uniformidade. A distinção crucial é entre idéias alternativas da natureza da relação social (Williams, 1974).

Para Raymond Williams, o conceito de cultura liga-se assim à noção de 'experiência', ou seja, as práticas e atividades relacionais vividas em sociedade. A cultura, ou seja, as visões de mundo internalizadas, constrói significados para a experiência vivida e, ao fazê-lo, contribui para mudá-la. É uma definição de cultura enquanto processo, no interior do qual as relações de força sociais atuam no sentido de priorizar determinadas interpretações, de torná-las socialmente hegemônicas. Assim, a cultura de uma época é dinâmica porque fundada na ideia de indivíduos sempre ativos e de formas culturais sempre reexaminadas pela experiência.

Williams destaca dois aspectos básicos da cultura: a tradição, com a aquisição de modelos, propósitos e significados, e a sua transformação inovadora a partir do confronto com a experiência, tendo como resultado novos valores e novas práticas. Em toda sociedade, em qualquer tempo histórico particular, há um sistema central de práticas, significados e valores, que é efetivo, dominante, organizado e vivido, sugere Williams.

O conceito de hegemonia utilizado por Williams tem o mesmo sentido que em Gramsci, e deve ser entendido como um processo que não se confunde com a ideia de totalidade: por mais dominante que seja uma cultura hegemônica, jamais o é de um modo total ou exclusivo, e exerce e sofre pressões e limites. "Ela deve ser continuamente resistida, limitada, alterada e desafiada por pressões que de modo algum lhe são próprias" (Williams, 1974, p.224).

É neste sentido que os estudos culturais sobre as notícias de TV podem ser inseridos e compreendidos. O texto da televisão é, segundo Stuart Hall (1980), o lugar do conflito pelo significado. A estrutura do texto tenta limitar estes sentidos para os que promovam a ideologia dominante, mas a polissemia se opõe a este controle. Todos os signi-

ficados não são ativados de forma igual, mas todos existem não só como dominantes, mas em relações de subordinação ou oposição aos sentidos hegemônicos propostos pelo texto.

Referências bibliográficas:

BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1974.
BAKHTIN, Mikhail. ***The Dialogical Imagination***. Austin: University of Texas Press, 1981.
FAIRCLOUGH, Norman. **Media Discourse**. Londres: Edward Arnold, 1995.
FISKE, John. ***Television Culture. Londres***: Routledge, 9ª. Edição, 1997.
HALL, Stuart. ***'Encoding and decoding'***. In HALL, S. HOBSON, D. LOWE, D. e WILLIS, P (orgs.) ***Culture, Media, Language***. Londres: Routledge, 1980.
HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Vértice/Revista dos Tribunais, 1990.
MIRZOEFF, N. ***An Introduction to Visual Culture***. Londres: Routledge, 2010.
MORLEY, David. ***The Nationwide Audience***. London: British Film Institute, 1980.
NEIVA JR, Eduardo. **A Imagem**. São Paulo: Ática, 1986.
WILLIAMS, Raymond. ***Television: Technology and Cultural Form***. London: Fontana, 1974.