

CULTURA TELEVISIVA

Quando a espetacularização converte a informação em infoentretenimento

Janine Pereira Falcão de Oliveira¹

Resumo: Nesta produção a discussão foca a cultura televisiva, em especial o dispositivo jornalístico, sob a lógica do infoentretenimento, no âmbito da sociedade espetacular. Para tanto, expõe-se a noção de cultura sob uma ótica interpretativa. Há como objetivos a identificação de traços da cultura televisiva na contemporaneidade; e a caracterização das noções de espetáculo e infoentretenimento na atualidade. Para proceder a análise foi escolhido o telejornal local Bahia Meio-Dia, a fim de encontrar em tal produção marcas de processos de espetacularização que possibilitem a visualização deste noticiário como um exemplar de infoentretenimento.

Palavras-chave: cultura televisiva, espetáculo, jornalismo, infoentretenimento.

Introdução

A análise aqui proposta centrará em uma produção jornalística local, o telejornal Bahia Meio-Dia, exibido pela Rede Bahia, afiliada à Rede Globo de Televisão. Pretende-se caracterizar a cultura midiática; descrever a noção de espetáculo na contemporaneidade; e elencar traços e características que permitem identificar nesta produção atributos de um produto focalizado em infoentretenimento.

Considera-se que apesar da ascensão das novas mídias e das possibilidades comunicacionais interativas e digitais, a televisão continua sendo um meio poderoso, de ampla abrangência e penetração social – independente de classe social e poder econômico. Ademais, a TV está presente na configuração social, identitária e cultural brasileira. Da mesma forma, admite-se que o veículo, com seu caráter predominantemente comercial, atua como uma espécie de vitrine, conferindo visibilidade a grupos, realidades, eventos, fatos e manifestações que, dentro dos parâmetros televisivos, são considerados mais ou menos interessantes.

Parte-se de uma concepção interpretativa de cultura, defendida por Geertz (2008). A esta ideia, somam-se considerações dos estudos culturais sobre mídias, visibilidade e espetacularização a partir dos trabalhos de Thompson (2012) e Kellner (2004). Dialoga-se ainda com Santaella (2010) que propõe a compreensão das modificações contemporâneas numa ambiência de cultura das mídias.

¹ Mestranda do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PÓS-CULTURA) da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Linha de Pesquisa: Cultura e Identidade. Bolsista: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB). E-mail: janinedfalcao@gmail.com.

A noção de cultura a partir de uma perspectiva interpretativa

A polissemia é uma característica da noção de cultura. Sob a perspectiva das ciências sociais a cultura congrega dois papéis centrais: “proporciona significado”; e “fornece regras de ação social” (OUTHWAITE E BOTTOMORE, 1996, p.163). Geertz (2008) defende um conceito de cultura “essencialmente semiótico” e afirma: “Acreditando, [...], que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; [...] como uma ciência interpretativa, à procura de significado.” (GEERTZ, 2008, p. 04).

Debruçar-se sobre o campo cultural, a partir de tal concepção, é um trabalho interpretativo, em que pesa buscar compreender os processos de atribuição de sentidos e significações de forma contextualizada. Esta acepção semiótica de cultura, adotada neste trabalho, permite atentar não somente aos elementos e práticas culturais, mas, sobretudo, aos processos e possibilidades de codificação e decodificação cultural em determinadas condições sociais de produção.

Analisar uma cultura ou componente cultural, ainda segundo Geertz (2008), é como fazer uma “leitura de”, percepção que permite ao antropólogo defender que o problema da cultura não é seu “*status* ontológico”, mas a indagação sobre “[...]qual é a sua importância: o que está sendo transmitido com a sua ocorrência e através da sua agência.” (GEERTZ, 2008, p.08).

A partir de tal enfoque, compreende-se que cultura e discursos estão intimamente ligados. Tomando por base a concepção de que “o discurso é efeito de sentidos entre locutores.” (ORLANDI, 2012, p.21), é possível admitir que a cultura (ainda que não de forma exclusiva) se processa a partir de discursos, além de fortalecê-los ou negá-los. E que ocupa-se, também, da expansão do universo de efeitos de sentidos em que os sujeitos são partícipes.

Na perspectiva de Geertz (2008) os estudos que focam em análises culturais utilizam-se de construções sobre construções anteriores. Mais que textos², eles utilizam-se e buscam compreender os discursos de tais culturas. Ao entender que estas construções são o que produzem, em um dado contexto, um efeito de sentido, admite-se que estas são construções discursivas.

Culturas e discursos, consequentemente, não são naturais, processos fechados ou acabados. São configurados historicamente a partir de modos, operações, relações

² Admite-se aqui a noção de texto não como produção exclusiva da linguagem verbal, mas como toda e qualquer superfície significativa por intermédio da qual o discurso expresse sua materialidade. Desta forma, uma imagem, uma fotografia, uma música podem ser compreendidas como textos.

produzidas em tempo e espaço peculiares, mediante possibilidades técnicas e tecnologias específicas. Estão em permanentes processos de atualização, hibridizações, mas também de cerceamentos, levando em conta que “em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos[...]” (FOUCAULT, 2011, p.8-9).

Ao mesmo tempo, admite-se a interpretação cultural como interpretação do “fluxo do discurso social” (GEERTZ, 2008, p.15); e entende-se que o significado de uma prática advém do papel desempenhado socialmente por essa ação. É a partir de tais pressupostos que a proposta aqui é verificar, ainda que de forma introdutória, como o telejornal, imerso em um padrão (cultural) televisivo, opera ações e mecanismos que o convertem em uma possibilidade de infoentretenimento.

A cultura televisiva em uma sociedade espetacular

Apesar de muito se discutir o recuo hegemônico da televisão³, tendo em vista a ascensão das novas mídias, debater sobre o lugar simbólico, cultural e político da televisão e de suas produções continua sendo contemporâneo e pertinente. Inicialmente porque o discurso midiático – em especial o televisivo – persiste fomentando e difundindo visões, concepções sociais e culturais em que são percebidas marcas, valores, posições políticas e, em alguns casos, estereótipos que, mesmo com os deslocamentos e descentramentos contemporâneos, delimitam lugares e posições para os sujeitos sociais.

Da mesma forma, admite-se que o discurso midiático atua como uma espécie de homogeneizador social. Na perspectiva de Rodrigues (2012) pode-se pensar em discursos de naturezas esotérica e exotérica. Os discursos esotéricos são peculiares a campos sociais bastante delimitados. Seguem ritos, formas e modos de construção peculiares e nem sempre acessíveis àqueles sujeitos que não integram as instituições às quais tais discursos associam-se. É o caso, por exemplo, do discurso médico, do jurídico, do militar, entre outros. O discurso exotérico, ao contrário, atua como uma espécie de tradutor. Viabiliza a aproximação entre discursos esotéricos e sujeitos que

³ A televisão foi introduzida no Brasil em setembro de 1950, por Assis Chateaubriand, responsável pela fundação da primeira emissora de televisão brasileira, a TV Tupi. A Tupi, além de ser a primeira emissora brasileira, foi também a primeira da América Latina e a quarta do mundo. Gradativamente a TV Tupi formou uma rede em vários estados, que encerrou suas transmissões em julho de 1980, em decorrência de problemas financeiros, administrativos e legais.

não integram aquele campo de forma direta. (RODRIGUES, 2012, p.230-231). Nesse sentido, o discurso midiático é, por excelência, de natureza exotérica. Ele aproxima campos sociais e instituições diversas e torna tais discursos inteligíveis àqueles que não são especialistas em dados campos.

É notável, assim, a relevância de desenvolver um olhar analítico e reflexivo sobre a cultura televisiva tendo em vista o potencial que o trabalho televisivo tem de tradução de diversos campos, instituições, bem como outros grupos sociais, povos e territórios. A TV apresenta e aproxima sujeitos distintos, em contextos plurais.

De acordo com o IBGE (2010), 97% dos domicílios brasileiros dispõem de pelo menos 01 (uma) televisão. O hábito de leitura é comum entre 28% das pessoas, enquanto 85% costumam ver televisão. (FUNDAÇÃO PRÓ-LIVRO E IBOPE INTELIGÊNCIA, 2012). A televisão, portanto, apesar de não ser mais – como há alguns anos – o meio de comunicação que detinha praticamente exclusividade nos processos de mediação dos sujeitos com o mundo, é, ainda hoje, de grande relevância para aqueles que não dispõem de acesso facilitado a outros dispositivos informacionais. Ao mesmo tempo, ela integra o imaginário brasileiro tendo em vista a força de muitas de suas produções, como os telejornais e as telenovelas.

Fato que pode ilustrar essa ideia ocorreu durante o último pleito eleitoral municipal. À época, uma das telenovelas de maior sucesso da Rede Globo de Televisão nos últimos anos, denominada Avenida Brasil⁴, teve seu último capítulo exibido no mesmo dia em que aconteceu o comício do então candidato à prefeitura de Salvador, Nelson Pelegrino (PT). O comício⁵, que contava com a participação da já presidenta Dilma Rousseff (PT), e aconteceria em um dos bairros mais populosos de Salvador, Cajazeiras⁶, teve seu horário alterado em função de conflito com o horário de exibição do último episódio da trama global. Isso porque, enquanto os comitês eleitorais dos candidatos à prefeitura de Salvador queriam saber qual dos candidatos detinha maior aceitação entre a sociedade soteropolitana, a sociedade soteropolitana, como grande parte da sociedade brasileira, queria saber o que, afinal, aconteceria às rivais protagonistas da trama Nina e Carminha⁷.

⁴ Avenida Brasil foi escrita por João Emanuel Carneiro, dirigida por Amora Mautner e José Luiz Villamarim e exibida pela Rede Globo de Televisão, no horário das 21horas, de 26 de março a 19 de outubro de 2012. Seu último episódio foi responsável pela maior audiência da televisão brasileira em 2012, 51 pontos, conforme dados do Ibope.

⁵ O referido comício aconteceu no dia 19 de outubro de 2012. O horário previsto para o seu início fora alterado das 20h para as 19h.

⁶ O bairro de Cajazeiras é habitado por aproximadamente 650 mil pessoas.

⁷ Interpretadas, respectivamente por Débora Falabella e Adriana Esteves.

Esse episódio não significa, por si só, que as pessoas não gostem de política ou não estejam interessadas em discutir gestão pública. Mas chama atenção para o fato de que bens culturais mobilizam o imaginário e a vida das pessoas, a ponto de interferir em seus gostos, interesses, disposições e usos de horários e tempo livre. De forma perspicaz, a assessoria do referido candidato alterou o horário do comício (numa tentativa que não compete afirmar aqui se motivada pela certeza de insucesso do espaço, caso a medida não fosse tomada). O fato é: os organizadores do comício, minimamente, reconheceram (ainda que de forma indireta) ao agir de tal maneira o lugar simbólico que a televisão e suas produções têm na configuração social brasileira.

A partir de uma concepção de cultura, sob o viés interpretativo, semiótico, e ao reconhecer o espaço ocupado pela televisão junto à sociedade brasileira, é possível pensar a ideia de cultura televisiva como “os processos de produção de sentidos das práticas tecno-comunicacionais geradas nos circuitos e fluxos de produção, circulação e consumo dos produtos culturais televisivos” (SÁ BARRETO, 2009, p.01). Como sujeitos políticos, sociais, simbólicos e, claro, de linguagem, o sujeito humano está sempre imerso em uma cultura, em uma configuração cultural, logo, em um fluxo de produção, reprodução e assimilação de sentidos.

Cabe ressaltar aqui que não se defende que os telespectadores, como advogava a perspectiva matemática da agulha hipodérmica, sejam todos passivos, inertes e compreendam as produções e os discursos televisivos de uma mesma maneira, o que (sob a perspectiva hipodérmica e idealista) possibilitaria à esfera de produção controlar a recepção. Ao contrário, admite-se que os receptores são ativos e, antes de a mensagem conseguir qualquer efeito sobre o telespectador, ele “lê”, interpreta as informações que acessa e atribui-lhes sentidos conforme suas experiências e afinidades.

Esse processo de atribuição de sentido ocorre dentro de uma espécie de margem de entendimento, a fim de evitar potencial “leitura aberrante” (HALL, 2003, p.367). Isso significa que não há como acreditar em um processo de atribuição de sentido uniforme, homogêneo. Entretanto, a partilha de linguagens possibilita, em certa medida, a delimitação dos processos de atribuição de sentidos, de modo que entende-se que a partilha, por exemplo, de um sistema de signos viabiliza a comunicação, a continuidade histórica, os processos de significação e a apreensão e compreensão da realidade.

Na perspectiva de Santaella (1987) os fenômenos de cultura são fenômenos comunicacionais. Tais fenômenos, inclusive, “só comunicam porque se estruturam como linguagem.” (SANTAELLA, 1987, p.2). Desta forma, aceita-se que as práticas

sociais constituem-se como práticas significantes, práticas de produção de sentido. Retomando a afirmativa de que “o discurso é efeito de sentidos entre locutores.” (ORLANDI, 2012, p.21), pode-se compreender o discurso como uma prática social e, certamente, cultural. Ademais, implica aceitar que, cada contexto social, conforme sua historicidade e as práticas repartidas, legitimadas e reconhecidas, terá uma gama de discursos referendados, reafirmados, refutados, tensionados etc..

Ao considerar o ser humano como um ser simbólico, que se comunica e se relaciona por meio de signos de naturezas diversas (sons, imagens, gestos, palavras etc.), acolhe-se a ideia de que o sujeito humano utiliza-se de linguagens para a produção de discursos. As linguagens são deste modo sistemas de signos dos quais se lança mão a fim de atribuir sentidos e realizar as trocas de experiências. Na perspectiva da análise de discurso, a linguagem pode ser compreendida como prática mediadora entre o homem e a realidade; assim, cabe a percepção sobre e a língua como “maneiras de significar”. (ORLANDI, 2012, p.16).

Tais ideias levam a admitir que as estratégias discursivas midiáticas, em especial as televisivas, desenvolvem-se através de linguagens. A própria televisão dispõe de uma linguagem. Nesse sentido, não há como analisar a mídia ou a televisão dissociada de sua exterioridade ou de sua temporalidade. A TV aproxima pessoas, culturas, realidades e refletir sobre intercâmbios comunicativos requer compreendê-los como processos de “constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação. [...] processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc..” (ORLANDI, 2012, p.21).

Essas estratégias são alteradas, dentre outras variáveis, em acordo com a temporalidade. Na perspectiva de Santaella (2010) é possível falar em eras da cultura, sendo que há, conforme o momento, a predominância de uma dada formação cultural. Diante de tal ponto de vista, são identificadas seis formações culturais, a citar: oral, escrita, impressa, massa, mídia e digital. Cada formação cultural dispõe, então: de meios (de comunicação) em prevalência (e estes meios, com suas especificidades operacionais, técnicas e tecnológicas contribuem para a configuração cultural em evidencia); e de tipos de signos e mensagens que podem orientar pensamentos e sensibilidades, além de intervir no aparecimento de novas ambiências socioculturais. (SANTAELLA, 2010).

Fausto Neto (2006) defende que na contemporaneidade as mídias integram o cotidiano das pessoas. Elas não somente fomentam representações, ou dão a conhecer fatos e acontecimentos através de uma atuação mediadora, mas excedem a natureza

mediadora. Por conseguinte, elas criam realidades, exigem novos comportamentos e práticas sociais e, também, alteram nossos processos de sociabilidade.

A televisão, com sua natureza exotérica, sua capacidade de aproximar pessoas e (in)visibilizar realidades, configura-se como uma promotora de vínculos. Não somente propõe relações como altera e propõe novas sociabilidades. Um dos dispositivos em que essa capacidade é mais pungente é o telejornal.

A ascensão do infoentretenimento no telejornalismo

Debord (1967) defendia que o *boom* das imagens intensificaria o caráter mercantil das produções – materiais e simbólicas. Não pelas imagens em si mesmas, mas pela capacidade de o *modus operandi* capitalista se apropriar destas e, rapidamente, manejá-las com fins mercantis. Por isso, a sociedade capitalista seria, por excelência, a sociedade do espetáculo. Ela facilmente produz e consome imagens, transforme tudo em imagens e, posteriormente, consume essas produções (imagéticas). Na contemporaneidade o espetáculo mostra-se mais complexo. Para Kellner (2004) eles têm sido multiplicados e são um dos princípios organizadores da economia, da política e da vida. Os espetáculos midiáticos associam-se às instâncias de poder e lucro.

As esferas política, social, econômica são hoje, sob tal ótica, moldadas pelo espetáculo. “A cultura da mídia não aborda apenas os grandes momentos da vida comum, mas proporciona também material ainda mais farto para as fantasias e sonhos, modelando o pensamento, o comportamento e as identidades.” (KELLNER, 2004, p.05). Os espetáculos, sob tal olhar, são: “fenômenos de cultura da mídia que representam os valores básicos da sociedade contemporânea, determinam o comportamento dos indivíduos e dramatizam suas controvérsias e lutas, tanto quanto seus modelos para a solução de conflitos.” (KELLNER, 2004, p.05).

A lógica do espetáculo na cultura televisiva contemporânea opera a partir dos princípios: compactação e visibilidade. Tudo deve ser compactado, facilitando o consumo: eventos, fatos, ocorrências, notícias. Isso vale para qualquer tipo de produção: entrevistas, ficcionais, *talk shows*, esportivos, noticiários. É preciso, ainda, conferir a tais situações visibilidade, dar-lhes a ver. Nesse contexto, os grandes veículos de comunicação constituem-se ainda como grandes empresas. Portanto, requerem investimentos e precisam ser lucrativas.

No caso da televisão grande parte das verbas que sustentam tal veículo advém de investimentos feitos por anunciantes – sejam empresas privadas ou públicas. Como,

então, chegar a públicos plurais, dispersos, com interesses variados, formações variadas, sem causar excessivos ruídos, mantendo uma margem de entendimento nos processos de atribuição de sentidos e satisfazendo as demandas de investidores, dentro de um contexto espetacular? A palavra de ordem é entreter.

As produções televisivas, de forma ainda mais intensa e constante, assumem na contemporaneidade o caráter de entretenimento. Independente do dispositivo⁸ é frequente a agregação a tal lógica. Isso inclui os noticiários, os telejornais que, mais que informar, associam-se em alguma medida ao nexo do espetáculo e configuram-se em produções de infoentretenimento.

Numa perspectiva ideal, o jornalismo assume compromisso com a verdade e guia-se por critérios como isenção, exatidão, objetividade, honestidade, imparcialidade, independência e credibilidade (BAHIA, 1990). Porém, em uma conjuntura em que os grandes veículos de comunicação estão vinculados a grupos econômicos poderosos, critérios como imparcialidade, independência e isenção tornam-se frágeis. Da mesma forma, a admissão de que o homem tal qual o ideal iluminista propunha (racional, pleno, uno) não existe, faz ver que cada sujeito carrega em seus atos convicções e modos de significar construídos social e culturalmente. A forma ideal da atividade jornalística, portanto, nem sempre é concretizada.

Os imperativos mercadológicos, a competição entre as empresas de comunicação, o desejo de manter a audiência implicam a afirmação de uma arena de competitividade. A prioridade é o espetacular, o que cativa fácil, atrai, diverte e vende. O jornalismo (ainda que com ressalvas) passa a centrar no mercado e, assim, aproxima-se de outros espaços de diversão e entretenimento.

Emerge um novo modelo de informação: o infoentretenimento, que reúne informação e entretenimento; informação e espetáculo. A notícia agora não precisa mais ser importante. Ao invés disso, basta que seja interessante. Mais que informar, a produção jornalística pode agora simplesmente divertir ou passar o tempo. Pode converter o que seria informação em entretenimento, em distração. É a espetacularização da notícia. Para concretizar essa prática de forma frequente apela-se para três alternativas: o convite ao consenso; os *fait divers*; e o sensacionalismo.

⁸ Na perspectiva de Mouillaud (2012) os dispositivos são formas que predis põem o sentido do texto. O dispositivo supera a ideia de suporte, contempla um formato, uma moldura associada aos processos de atribuição de sentidos que não somente visa a impor ao mundo uma interpretação hegemônica sobre os acontecimentos, mas também intenciona propor “a própria forma do acontecimento.” (MOUILLAUD, 2012, p.50).

Para verificar como isso se organiza analisa-se, de forma introdutória, o telejornal Bahia Meio-Dia. O noticiário é exibido pela Rede Bahia, afiliada à Rede Globo de Televisão, de segunda a sábado, sempre das 12 horas às 12h45min. É organizado em quatro blocos, entrecortados por comerciais e anúncios. Cada bloco tem uma duração média de 10 minutos, sendo que há variações significativas entre o primeiro bloco (que costuma ser mais curto, com uma duração de aproximadamente 7 minutos) e o último (que chega a durar 16 minutos). A apresentação do telejornal é gerida pelos âncoras Fernando Sodake e Camila Marinho, eventualmente substituídos por outros jornalistas da emissora, como Ricardo Ishmael e Silvana Freire.

Entre os quadros fixos que compõem o noticiário, destacam-se: o ‘Desaparecidos’ e o ‘Repórter Cidadão’. O primeiro é apresentado sempre às quartas-feiras, desenvolvido em parceria com a Polícia Interestadual (Polinter), e, evidencia a busca de familiares e amigos por pessoas desaparecidas. O quadro é transmitido, ao vivo, direto da Praça da Piedade, Centro de Salvador. Já o ‘Repórter Cidadão’ apresenta-se de forma peculiar. O quadro não tem dia fixo para exibição, de modo que pode ser exibido várias vezes em uma mesma semana ou passar um longo período sem ser exposto.

Quando o ‘Repórter Cidadão’ foi alocado no programa ele tinha uma marca. Era o quadro em que o cidadão fazia o papel de repórter. Um sujeito, sem formação especializada em comunicação, após encaminhar uma denúncia ao programa e esta ser aprovada, era acionado pela produção e junto a um repórter expunha sua indignação, por intermédio da exibição de um boletim. Atualmente, contudo, o “cidadão” foi apagado do quadro, deixando somente o “repórter”. Assim, o que torna o boletim que compõem o quadro distinto dos demais exibidos no telejornal é o fato de o ‘Repórter Cidadão’ ocupar-se de situações extremas. Casos em que a carência é tamanha, a ausência do Estado é tão visível que torna-se algo habilitado ao tratamento como inusitado, esdrúxulo ou aberrante. O ‘Repórter Cidadão’ seria, pois, uma versão equivalente ao “mundo cão” no Bahia Meio-Dia (uma versão, conforme o padrão Globo, mais leve e asséptica).

Observamos ainda que a produção em análise consta com mais uma regularidade: a presença da música. Diariamente há um grupo, banda, artista que canta, ao vivo, diretamente do estúdio do Bahia Meio-Dia, para todo o estado.

A identificação sobre como é processado o uso do convite ao consenso ou dos *fait divers* começa já na escalada do telejornal. Normalmente ela é composta por sete a

nove manchetes. Ao aproximar essas possibilidades, às quais se soma o sensacionalismo, da organização da escalada do telejornal notamos que as notícias sobre episódios violentos são as primeiras a serem destacadas. Na sequência, surgem os casos diversos e de consenso, por fim, as notícias sobre diversão, lazer, gastronomia e arte.

Analisando 32 chamadas veiculadas na escalada do telejornal, no período de janeiro a abril de 2013, identificamos que deste total 13 (treze) enquadram-se nos *fait divers* abordando dicas de saúde e bem-estar, dicas de diversão e lazer, notícias sobre celebridades, predominantemente baianos, mas, excepcionalmente, nomes vinculados à Rede Globo e que por algum motivo (show, peça em cartaz em um teatro local) estão em evidência no estado. Onze podem ser vistas como matérias que apelam para o consenso. São casos sobre assuntos variados, mas que não são investigados de forma minuciosa ou densa como, por exemplo, interrupção no fornecimento de água em algum bairro, manifestações, paralisações de alguns serviços etc. Por fim, oito matérias são elucidadas como de cunho sensacionalista. São casos de homicídios, acidentes, agressões e outros. Entretanto, para além da escalada, os fatos violentos são a principal pauta dos blocos um e dois do telejornal. Ocupam, portanto, na estrutura geral do telejornal, quase metade da produção.

Observamos que os limites entre uma possibilidade e outra, por exemplo, consenso ou *fait divers*, é tênue. Não há rigidez. Entendemos, então, como critério para diferenciar um caso e outro, as pistas fornecidas pelos critérios de enunciação.

Fernando Sodake: Um susto daqueles para os moradores de um prédio no bairro da Pituba, aqui em Salvador. Uma funcionária estava fazendo ontem a limpeza do edifício quando encontrou, adivinha o quê? Uma granada!

Fernando Sodake: Afinal, quem foi o melhor jogador do mundo em 2012?

Silvana Freire: Pra mim o argentino Messi (risos) ...

Fernando Sodake: Olha, nós vamos ver agora um pedido. O apelo de uma mulher que procura pelo cachorrinho dela. O animal, um xitsu, que desapareceu há cinco dias...

O telejornal consegue reunir desde a localização de uma granada, passando pela seleção do melhor jogador de futebol de 2012, até o apelo por um cão perdido. Situações distintas, de proporções variadas e tratadas, basicamente, como semelhantes. Dessas três situações a presença inesperada de uma granada em um edifício residencial,

inclusive, consegue ser tratada quase como um jogo de adivinha: “Uma funcionária estava fazendo ontem a limpeza do edifício quando encontrou, adivinha o quê? Uma granada!”. É similar ao processo de exibição da seleção do melhor jogador de futebol de 2012: “Afinal, quem foi o melhor jogador do mundo em 2012? Pra mim o argentino Messi (risos) ...”. São tudo fait divers.

O apelo ao jogo de adivinha, inclusive, possibilita a leitura de que o telejornal está atento às curiosidades, fatos inusitados, que despertam interesse, atenção. Mas uma atenção superficial, em que não se propõe o debate (muito menos o embate), mas uma narrativa simples, rapidamente absorvível. O que está em discussão, em nenhum desses casos, é a segurança pública, como alguém pode acessar facilmente um artefato militar, quais os critérios e finalidade de premiações que deliberam sobre a qualidade e a rentabilidade dos ídolos do esporte ou questões ambientais, políticas de proteção aos animais etc.. Nada disso está em discussão. Simplesmente, o que está sendo abordado é o fato em si e que, portanto, encerra em si mesmo. Ao final do boletim que expõe a situação da granada, por exemplo, o apresentador exclama: “Que sorte!” em alusão ao fato de a história ter tido um final feliz sem consequências graves ou qualquer acidente como desdobramento.

A notícia, seguindo o princípio do espetáculo, não precisa mais ser importante. Seus critérios agora passam pela visibilidade, pela leveza, pela diversão, pela capacidade de entreter, pela aptidão para mexer com a curiosidade do telespectador. Tudo de forma célere, simples e direta.

As notícias que apelam para o consenso costumam focalizar situações que não provocam significativos embates, polêmicas, deslocamentos. Por isso, há cada vez mais informes construídos de forma vaporosa e fácil de serem assimilados. São os “fatos-ônibus”, admitidos como “fatos que, como se diz, não devem chocar ninguém, que não envolvem disputas, que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante.” (BOURDIEU, 1997, p.23).

Fernando Sodake: Fim de semana de sol e calor em Salvador, você sabe como é, né: praias lotadas e muito trabalho pra quem ganha a vida na areia.

Silvana Freire: São ambulantes, barraqueiros, gente que já está comemorando a chegada do verão.

Abordar o clima ensolarado, praia, calor e verão em uma cidade litorânea, situada no nordeste do Brasil, aclamada como turística, não chega a causar polêmicas ou

embates. Não que esse tipo de assunto não possa ou mereça ser debatido. A questão é, exatamente, a abordagem proposta. Salvador, por exemplo, tem a situação de sua orla marítima hoje como merecedora de atenção. A questão tanto envolve um dos lazeres mais comuns da cidade, quanto a questão do uso do espaço público, projetos de requalificação da área urbana, o próprio gabarito da cidade, alterado a partir do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (PDDU) de 2007. Envolve ainda o planejamento de um dos segmentos mais rentáveis para a capital baiana (o turístico) a geração de emprego e renda, entre outras. Contudo, conforme a abordagem proposta, essas questões não são tocadas.

O mote tangenciado refere-se ao trabalho de ambulantes, vendedores de queijo, acarajé e outros alimentos frequentemente comercializados nas praias, bem como a satisfação de turistas por estarem na região: “Isso aqui é maravilhoso. Salvador e Rio de Janeiro são parecidos na beleza, nas belezas naturais... Isso aqui é maravilhoso, tô gostando muito.”, declara um turismo carioca em entrevista.

Vale ainda observar que, cumprindo o caráter de “fato-ônibus” a abordagem evita qualquer embate. Quando a repórter Renata Menezes inicia o boletim afirmando “Se refrescar nas águas da Bahia foi a escolha de muitos turistas.” Notamos, na legenda, que as imagens do boletim foram feitas em Praia do Flamengo, região que fica na divisa entre Salvador e Lauro de Freitas. A repórter ainda anuncia: “Esta barraca de praia investiu no conforto e no bom atendimento...”. Exibem-se imagens da barraca que reúne, além de bebidas e “quitutes da terra”, mesas, cadeiras, almofadas, serviço de massoterapia, DJ e loja própria.

Cabe questionar por que, considerando inclusive que na chamada utiliza-se “Fim de semana de sol e calor em Salvador”, o boletim foi gravado na divisa com Lauro de Freitas, região em que a orla dispõe, minimamente, de uma melhor infraestrutura que grande parte da orla de Salvador? Retomando a ideia de que há uma série de questões e pontos sobre os quais seria pertinente (pensando no interesse público abordar a orla de Salvador) parece que focalizá-la, a partir de Praia do Flamengo, ratifica o tratamento do assunto como “fato-ônibus”. O que pode gerar debate, empate e polêmica quando falamos de uma orla que dispõe de serviços e infraestrutura satisfatórios? O telejornal, então, opta por exibir um verão ideal, com lazer, praia, sol e, claro, infraestrutura. Isso, portanto, torna visível uma região aprazível, confortável, em que a possibilidade de diversão é praticamente uma certeza. Não há porque, nessa ambiência, haver dissenso.

Outra possibilidade comum e bastante usual no Bahia Meio Dia são as notícias sobre famosos, sobre o mundo das celebridades. Assim, eventos, situações que envolvem artistas, grupos musicais etc. tornam-se recebedoras de destaque no telejornal.

Silvana Freire: É que Ivete Sangalo recebeu um convidado especial no show que ela fez sábado, em Praia do Forte.

Fernando Sodake: Pois é. No palco ninguém mais, ninguém menos que Marcelo, o filho dela, que tem só três aninhos. O garotinho, simplesmente, roubou a cena: cantou, conversou com o público e não queria deixar o palco de jeito nenhum!

Esse tipo de evento só pode ganhar visibilidade, tornar-se algo interessante, atrativo para o interesse público quando a lógica que orienta as ações e decisões é a lógica do mero entretenimento, do divertimento. A atitude de um garoto de 03 (três) anos ganha uma proporção expandida, por ser ele filho de uma artista das mais famosas do país, por estarmos em uma ambiência de espetacularização, em que as relações se estabelecem tendo em vista os parâmetros da imagem.

Considerações

O breve estudo aqui apresentado chega às suas considerações sem conclusões. São dispostos, quando muito, impressões ligeiras que serão retomadas durante o trabalho de pesquisa em desenvolvimento e sobre o qual expõe-se um prelúdio nesta produção. É perceptível, desde já, que o jornalismo praticado pelo Bahia Meio-Dia atende, de forma asséptica, as exigências da lógica da entretenização. Ele realiza a mediação entre sociedade e realidade. A questão, entretanto, é justamente essa: que realidade, dentre as muitas possíveis é mostrada, aliás, construída? E por que é ela a escolhida? Sob qual foco uma realidade – narrada como a realidade – torna-se dizível e visível no Bahia Meio-Dia?

Em uma sociedade espetacular, em que as relações se estabelecem tendo em vista os parâmetros da imagem, são as imagens que dizem o real. O real torna-se dizível, quando se traveste em imagens. Enquanto ele não pode ser representado como tal pode, simplesmente, ser considerado fictício, fantasioso ou pouco credível. Essa relação entre visibilidade e invisibilidade em um contexto de espetáculo apresenta-se conflitante. Situações que são silenciadas (imageticamente) passam como inexistentes ou menos relevantes. Vide, por exemplo, a situação da pobreza, da miséria, da fome, da exclusão social, dos preconceitos e discriminações. São reais, mas não costumam ocupar espaço

no mundo do espetáculo. Na esfera midiática tais situações são, prioritariamente, silenciadas.

Paradoxalmente, é possível que se veja o que, a princípio, seria inacessível. O telejornal Bahia Meio-Dia, por exemplo, exhibe todas as quartas-feiras o quadro ‘Desaparecidos’. Na ocasião, a partir de uma intervenção “ao vivo”, realizada em uma das praças mais movimentadas de Salvador, o telejornal consegue tornar visíveis e dizíveis pessoas desaparecidas, das quais familiares e amigos não dispõem de informações sobre os paradeiros. Ausentes tornam-se noticiáveis. Sobre estas pessoas são ditas características. Evidenciam-se dados sobre a qualidade dos relacionamentos mantidos (antes do desaparecimento) com suas respectivas famílias, assim como informações sobre a saúde desses sujeitos.

Torna-se oportuno observar que, em muitos casos, as pessoas anunciadas dispõem de características que, em condições correntes, excetuando-se a anomalia do desaparecimento, tornam-nas socialmente invisíveis. Nessa situação atípica do desaparecimento, paradoxalmente, a espetacularização torna visível o sujeito que “sofre de doença mental” ou o jovem que “fugiu da clínica de tratamento para dependentes químicos” ou ainda a mãe ou o pai que, há muitos anos, afastou-se dos filhos “porque não tinha como sustentar”.

Entre as impressões iniciais, portanto, admite-se que o jogo do espetáculo engendra conflitos, mas o faz de forma sutil, parcimoniosa. Aos poucos, o jornalismo deixa de primar, por exemplo, por fatos considerados de relevância pública e passa a atentar para fatos ou eventos fugazes, pessoalizados, simplesmente *fait divers*. É a entretenização. Os noticiários, quando ingressam nesse jogo, tornam-se uma mistura de jornalismo e diversão, com a atribuição precípua de entreter o público.

Referências

- BAHIA, Juarez. *Jornal, História e Técnicas: as técnicas do jornalismo*. – 4ed. – São Paulo: Ática, 1990.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Trad.: Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espectáculo*. Brasil: eBooksLibris, 2003. Geocities/Projeto Periferia.
- FINAL DE AVENIDA BRASIL TEM A MAIOR AUDIÊNCIA DA TV EM 2012. EXAME.com. São Paulo: BR, 19 de out. 2012. Televisão. Disponível em< <http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/noticias/final-de-avenida-brasil-quebra-recorde-de-audiencia>>. Acesso em 24 de abril de 2013.

- FAUSTO NETO, Antonio. *Midiatização, prática social – prática de sentido*. IN: 15º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15, 2006, Bauru: SP. Anais do 15º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS disponível em <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_544.pdf>. UNESP, 2006.
- _____, Antonio. *Transformações nos discursos jornalísticos – a atorização do acontecimento*. IN.: MOULLIAUD, Maurice. E PORTO, Sérgio Dayrell. *O jornal: da forma ao sentido*. Trad.: Sérgio Grossi Porto. - 3ed. rev .ampl.- Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012. p. 259-288.
- FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. – 21ed. – São Paulo: Edições Loyola, 2011.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. – 13 ed. – Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- GOMIS, Lorenzo. *Teoría del Periodismo: como se forma el presente*. Barcelona: Paidós, 1991.
- HALL, Stuart. *Reflexões sobre o modelo de codificação/ decodificação: uma entrevista com Stuart Hall*. In.: HALL, Stuart. *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Organização: Liv Sovik; Tradução: Adelaide La Guardia Resende et. ali. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003. p. 353 – 386.
- _____, Stuart. *Codificação/ Decodificação*. IN.: HALL, Stuart. *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Organização: Liv Sovik; Tradução: Adelaide La Guardia Resende et. ali. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003. p.387 – 404.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo demográfico 2010: Resultados Gerais da Amostra*. Rio de Janeiro, 2012. (Recenseamento Geral do Brasil).
- INSTITUTO PRÓ-LIVRO; IBOPE INTELIGÊNCIA. *Retratos da Leitura no Brasil*, 2012. Disponível em <<http://www.prolivro.org.br/ipl/publier4.0/texto.asp?id=2834>>. Acesso em 06 de abril de 2013.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo*. Trad.: Rosemary Duarte. LÍBERO, Ano 6, v.6, n.11, p. 4-16, abr./2004.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. – 4ed. – Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997.
- _____, Eni P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. – 10ed. – Campinas, SP: Pontes editores, 2012.
- OUTHWAITE, William e BOTTOMORE, Tom. *Dicionário do pensamento social do século XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *Delimitação, natureza e funções do discurso midiático*. IN.: MOULLIAUD, Maurice, PORTO, Sérgio Dayrell. (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Trad. Sérgio Grossi Porto. – 3 ed. – Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012. p.227-242.
- SÁ BARRETO, Virgínia. *Culturas televisivas e sociabilidades: configurações, pactos e sentidos de comunidades periféricas na TV*. CULTURAS MIDIÁTICAS, Paraíba, v. 2, n. 1, jan./jun. 2009. Disponível em <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/cm/article/view/11693>>
- SANTAELLA, Lúcia. *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 1987. Coleção Primeiros Passos.
- _____, Lucia. *Cultura e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. – 4. ed. – São Paulo: Paulus, 2010.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Trad.: Wagner de Oliveira Brandão. -13 ed.- Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.