



O DISCURSO TELEVISIVO O MECANISMO DA PARTICIPAÇÃO IDEOLÓGICA

João Baptista Campanholi

Prof. do Departamento de Educação da UFRN

RESUMO

Nota-se, cada vez mais, que os programas instrutivos e educativos produzidos pela TV Educativa se valem das formas discursivas presentes na chamada TV Comercial e que constituem os diversos **gêneros**, tais quais: a Telenovela, a Reportagem, o Telejornal, os Jogos Televisivos, os "Shows", etc.

No presente artigo, o autor desenvolve uma análise da estrutura discursiva da televisão, evidenciando o fenômeno do mecanismo de **participação ideológica**, sem a qual é impossível a compreensão e o consumo de qualquer modalidade de discurso, sejam eles: educativos, instrucionais, informativos, dramáticos, etc.

Configurando-se que tal participação ideológica é anterior a qualquer outra forma de participação, seja ela psicológica ou política, o autor demonstra que o efeito de **Reconhecimento/**

ABSTRACT

It is noticed, more and more, that the instructive and educational programs produced by the TV Educativa (Educational TV) make use of the discourse forms present in the so-called Commercial TV that constitute the several **genres** such as: **Telenovela** (televised soap opera), TV Report, TV News, Televised Games, the Shows, etc.

In the present article, the author develops an analysis of the discursive structure of television, evidencing the phenomenon of the mechanism of **ideological participation**, without which it is impossible the understanding and the consumption of any discourse modality, whatever they are: educational, instructional, informative, dramatic, etc.

Taking into consideration that such ideological participation is previous to any other participation form, either psychological or political, the author demonstrates that the effect

Desconhecimento, produto e efeito do discurso ideológico (e da própria ideologia), é o elemento fundamental e indutor que leva o telespectador a se relacionar, de forma inconsciente e conivente, com o discurso televisivo, condição "*sine qua non*" para seu consumo. Evidencia, também, que tal processo de **Reconhecimento/Desconhecimento** e de conivência se opera através da presença, nesses discursos (aliás, como em qualquer outro), de um triplo efeito resultante da narração discursiva, que, ao ser produzido, se nega como tal, dando ao discurso uma aparência de naturalidade, espontaneidade e universalidade, atributos próprios da ideologia.

Desta forma, no presente artigo, exemplificando com os discursos da **Telenovela** e do **Telejornal**, o autor demonstra **como** pela narração televisiva, de qualquer gênero e independentemente do conteúdo expresso pelos discursos e da consciência de seus autores e de seus consumidores, é relançada, através da forma do "**Personagem/pessoa**", a imagem/ideia do "**indivíduo/Sujeito**", alicerce da ideologia dominante.

of **Recognition/Non-recognition**, product and effect of the ideological discourse (and of ideology itself), is the fundamental and inducing element that takes the viewer to connect him/herself, in an unconscious and conniving way, with the television discourse, *sine qua non* condition for its consumption. The author, also, makes it clear that such process of **Recognition/Non-recognition** and of connivance is produced by the presence, in those discourses (in fact, as in any other), of a triple resulting effect of the discursive narration that, when being produced, denies itself as such, giving to the discourse an appearance of naturalness, spontaneity and universality, attributes proper to ideology.

This way, in the present article, exemplifying with the discourses of **Telenovela** and of **TV News**, the author demonstrates **how** in the television narration, of any genre and independently of the content expressed by the discourses and of their authors' and consumers' conscience, it is re-introduced, through the form of **Character/person**, the image/idea of the **individual/Subject**, foundation of the dominant ideology.



INTRODUÇÃO

Na tese de doutorado que defendemos junto à Universidade de Caen, França, intitulada "A Produção Televisiva Educativa: o relançamento do discurso ideológico", logramos, assim o cremos, demonstrar que o consumo do discurso televisivo em quaisquer de seus gêneros: telenovela, telejornal, teleaula, tele-"show", e outros, está sedimentado no mecanismo da participação dos telespectadores, e que essa participação, sendo de caráter primordialmente ideológica, se processa através do reconhecimento do personagem do discurso como pessoa-sujeito, fato que Louis Althusser denomina: interpelação do indivíduo-concreto em sujeito-concreto, fundamento de toda possibilidade da disseminação ideológica.

A Televisão Educativa recorre, em seu processo de ensino, aos formados advindos dos diversos gêneros da chamada televisão comercial, de sorte que uma teleaula pode ser elaborada a partir do discurso dramático, do discurso informativo, do discurso de novidades, do discurso de jogos televisivos, etc. Recorre, digamos assim, aos discursos mais comuns aos denominados "Meios de Comunicação de Massa" e, em especial, aos da Televisão.

70 É necessário, aqui, atentar para o fato que essa denominação dos meios, nascida na sociologia da comunicação, vem sofrendo já há algum tempo, uma forte oposição crítica da parte de renomados autores, tais como: Louis Althusser, Antonio Gramsci, Jean-Marie Piemme, Nicos Poulantzas, Jean Baudrillard, Paulo Freire, Muniz Sodré, entre outros. Sobre o tema, assim afirma o sociólogo Gabriel Cohen: "As noções básicas que orientam as versões dominantes da análise sociológica da Comunicação e da Cultura em sociedades contemporâneas não possuem valor teórico, porque correspondem à incorporação a-crítica de noções originárias de contexto claramente ideológico" (CAMPANHOLI, J.B., 1982).

Para Jean Baudrillard os denominados meios de comunicação de massa são, na verdade, meios da "não-comunicação": "O que caracteriza os meios de massa é que eles são anti-mediadores, intransitivos; eles fabricam a não comunicação – se aceitarmos definir comunicação como troca, como espaço recíproco de uma palavra e de uma resposta e, portanto, de uma responsabilidade (...) eles são o que interdita para sempre a resposta o que torna impossível todo processo de troca (a não



ser sob a forma de *simulação* de resposta, ela mesma integrada ao processo de emissão (...). Não há teoria dos meios” (BAUDRILLARD, 1972).

Paulo Freire afirma que a verdadeira comunicação é “a co-participação dos indivíduos no ato de pensar” o que implica em “uma reciprocidade que não pode ser rompida” (Apud LIMA, 1976). Opondo-se radicalmente à visão de comunicação como transmissão diz: “O que caracteriza a comunicação (...) é que ela é diálogo (...) somente o diálogo, verdadeiramente comunica.”

Estas observações iniciais servem para que o leitor perceba que ao analisarmos, em seguida, o discurso televisivo, estamos entendendo que a Televisão é, na verdade histórica, um Aparelho Ideológico de Estado, e é nessa condição que é elaborada e difundida a ideologia, conforme descreve Louis Althusser (1976), em sua obra *Posições II*.

O DISCURSO TELEVISIVO E A IDEOLOGIA

Nós já sabemos que a ideologia produz (e é produto) de um duplo efeito: ela nos dá a ver relações imaginárias através das quais, e ao mesmo tempo e movimento, esconde as relações reais; ela realiza, portanto, um processo de *reconhecimento-desconhecimento*.

Em sua obra “*La Propagande Inavuéé*”, J.M. Piemme (1975) submete a uma análise crítica um dos gêneros mais usuais da TV, aquele que, para a grande maioria de críticos e intelectuais – mesmo os de linha marxista e considerado como gênero menor, sem profundidade, nada mais que um divertimento, que uma ficção: a Telenovela.

Piemme, ali, demonstra o contrário: “A telenovela é um fragmento do texto ideológico da formação social onde ela acontece; ela não representa o real, ela é real [...] e intervém na manutenção da dominação de uma classe sobre outras.”

Impulsionando um pouco mais longe as conclusões de Piemme, nós adiantamos o seguinte: a Televisão, como Aparelho Ideológico de Estado, é um fragmento do texto ideológico da formação social; ela produz (elabora) um discurso que está presente em todos e quaisquer gêneros expressivos que compõem o todo de sua programação e que tem, por função, inculcar a ideologia e, portanto, intervir, a seu modo, na manutenção da hegemonia de uma classe sobre outras.



O que acabamos de dizer implica que:

a) na TV se opera um trabalho de *produção discursiva*; quer dizer, o discurso é o resultado de uma prática material operada por “agentes” para ela designados;

b) os produtos característicos desse trabalho – bens imateriais – constituem-se em discursos;

c) existe entre todos os gêneros televisivos uma unidade discursiva – mais ainda, um discurso transportado: o discurso ideológico, que dá, ele mesmo, razão à existência dos “gêneros”;

d) se os Aparelhos Ideológicos de Estado têm por função (ainda que dissimulada), como organização da Superestrutura, “elaborar e inculcar a ideologia dominante” (POULANTZAS, 1974). É bem através de seu discurso que a TV cumpre esta tarefa (ainda que ela o faça por sua própria organização, esta, também, um discurso);

e) elaborar a ideologia significa então, na TV, produzir um discurso ideológico televisivo. Como os “Aparelhos Ideológicos de Estado não criam a ideologia”, esta elaboração significa *re-lançamento*, vale dizer, ela projeta a ideologia à sua maneira. Ela “toma” a ideologia sob formas discursivas televisivas;

f) inculcar a ideologia significa, no caso da TV, transmitir e *assujeitar* os telespectadores à ideologia.

Após termos estabelecido estas implicações, é-nos necessário construir os limites de nosso empreendimento.

O que nos interessa aqui é analisar e interpretar os discursos televisivos como produtos de uma prática, inserida no conjunto das práticas sociais de uma formação social determinada, para desvendar os mecanismos de elaboração do discurso ideológico televisivo, mecanismos que, no geral, os produtores dos discursos não têm consciência. Afinal, é próprio da ideologia ocultar seu caráter ideológico.

O presente estudo não objetiva verificar se houve ou não inculcação. Estamos envolvidos no esforço de realizar uma análise da *elaboração* da ideologia, pela TV.



A TV apresenta no "corpus" que constitui sua programação uma série de emissões que, à primeira vista, parecem, pelas suas formas e seus conteúdos, serem radicalmente diferentes entre si.

Pode-se, pois, facilmente, diferenciar um "Show" de um "Telejornal", um programa "Esportivo" de uma "Telenovela"; esta, por sua vez, jamais será percebida como um "Musical", etc.

O que nos choca logo de início é exatamente essa "evidência das diferenças", e a um tal ponto que ela nos impõe, em nossa atitude de suspeita, necessária à abordagem crítica, que questionemos tal "evidência".

Não haveria uma *semelhança*, uma *unidade* entre todos esses "gêneros"? Alguma coisa que ali estivesse, ainda que deformada, escondida, dissimulada?

Permitimo-nos, aqui adiantar o seguinte: o que unifica os diversos gêneros é a presença neles do discurso ideológico, uma maneira particular de "ver o mundo".

Se prestarmos atenção, um primeiro traço característico nos vem aos olhos: não importa qual dessas emissões foi elaborada (produzida) para ser vista e ouvida, portanto, não importa qual desses "gêneros" tem, por requisito básico, por condição irremovível, por "qualidade" inerente, a *participação do telespectador*, sem o qual o discurso não se realizaria.

Mas, de que participação se trata? Em que instâncias se inscreve tal participação. Quais são os procedimentos (e se existem) que a facilitam ou a induzem?

O MECANISMO IDEOLÓGICO DA PARTICIPAÇÃO

Nós iremos, como o faz Piemme (1975), deixar de lado o aspecto da participação psicológica, por ser, "ela também um fenômeno ideológico", e porque o suporte da participação é, na expressão televisiva, uma rede de signos produzidos em uma determinada formação social da qual carrega os traços, as marcas, as determinações.

Como qualquer produto, os programas de TV são produzidos para serem consumidos, seja sob a etiqueta de "informação", seja de "divertimento", seja de "arte" ou, ainda, de "ciência ou de "ensino", etc.



Como produtos de consumo, para que eles possam propiciar satisfação aos que os consomem é necessário que os consumidores os utilizem segundo regras específicas.

“A telenovela (e aqui podemos ler: os “gêneros”) não faz exceção a esse princípio: ela satisfaz a quem entra em seu jogo; quer dizer que o telespectador e a telenovela não estão situados, um face a outro, em uma heterogeneidade radical, mas que, ao contrário, existe entre eles uma *convivência*. Esta se traduz no fenômeno da “participação” ... “não de natureza apenas psicológica, mas principalmente, e antes de tudo, a de natureza ideológica, o que nos impede de reduzi-la a uma relação ‘privada’ de um sujeito a um modo de projeção e identificação.”

Não seria uma *convivência* aceitar, por exemplo, que “notícias” tão diversas umas das outras possam se encadear em uma “lógica” temporal que nos parece “natural”, justamente porque viabilizada por essa mesma *convivência*?

Quais são os mecanismos que favorecem essa participação *convivente*?

74

Piemme nos demonstra a falsidade de se crer (como pensou COHEN SEAT e outros) que a imagem estaria em si mesma dotada “naturalmente” de um atrativo participatório; que ela seria uma espécie de magia sedutora que atrairia, sozinha, pelo seu caráter analógico, a atenção e a participação dos telespectadores.

“A imagem não está dotada de um poderio inato, natural, imediato. Ela é um texto cuja lisibilidade tem origem nas práticas de leitura em curso em um dado momento da história da formação serial.”

A *participação* – primeira exigência para o consumo dos produtos televisivos – é engendrada por códigos particulares de narração; por um discurso que no mesmo momento em que favorece essa participação, nega com o seu efeito, como seu *produto*.

O que nos faz participar do telejornal não é certamente sua força como imagem (ainda que ela possa jogar como reforço), mas o fato de que nossa participação está engendrada por mecanismos narrativos, presentes no discurso. Nós dele participamos quaisquer que sejam os “conteúdos” expressos e até mesmo a despeito, às vezes, da bizarria da imagem (basta



relembrarmos do primeiro passo do homem na lua, ou das imagens enviadas pelas sondas espaciais).

Podemos, é claro, não compreender certas “informações” fornecidas, e por razões as mais diversas, mas aceitamos sempre como “natural” a maneira como o discurso as narra.

Parece existir uma “naturalidade televisiva”, uma maneira única e inerente à televisão, de oferecer a informação.

Para que possamos compreender a informação, é preciso “a priori” participar do discurso, é preciso portanto que *reconheçamos* nele alguma coisa de familiar, de evidente; qualquer coisa que nos deixe à vontade.

O que poderia ser tal *reconhecimento*?

“Esse ‘*déjà vu*’ não são os processos reais que estruturam uma formação social, mas um *ponto de vista* sobre esses processos. Em outros termos, o que é reconhecido é ‘o mundo’, tal qual a ideologia dominante nos dá a ver.”

Desta forma o real do telejornal é um real produzido por uma estrutura narrativa particular, é um real reconstruído, simulado, uma espécie de reconstrução do mundo segundo um determinado ponto de vista.

O que vemos no discurso do telejornal não é como ele pretenda que seja – o mundo real, mas um *discurso real sobre o mundo*.

Através de seu arsenal discursivo – imagens, sons, ruídos, planos, seqüências, etc. – a TV fabrica, em sua lógica narrativa, um discurso próprio *sobre o real*, mas simulando que se trata mesmo do real que lá está, e em dissimulando tal simulação, o “real” do discurso pode-se dar como análogo do real.

Este duplo jogo, simulando e dissimulando a simulação, serve ao telejornal para que ele possa aparecer como um discurso emanado do real enquanto que, em verdade, ele é um discurso sobre o real, e, por conseqüência, um discurso que “diz” o mundo de um certo ponto de vista imediatamente reconhecível que é o mundo oferecido pela ideologia.

Um tal discurso se caracteriza pela negação de si mesmo como um produto e pela afirmação de si mesmo como sendo a própria realidade. Aliás, fato confirmado até pelos bordões que a TV cria: “O mundo em sua casa”, “A verdade como ela é”, “Aldeia global”, “Janela para o mundo”, etc.



O APRESENTADOR COMO PERSONAGEM/SUJEITO

Um telejornal geralmente se compõe de um ou de vários apresentadores que têm como tarefa, na estrutura narrativa, servir de ligação entre os diversos acontecimentos que nele são “narrados”, ao vivo ou gravados, em sons e imagens.

O apresentador ocupa, pois, o lugar *central* nesse discurso. É somente através dele que podemos participar do discurso, já que ele representa o “ponto de fuga” na arquitetura narrativa.

Se na telenovela é o ator/personagem que “cristaliza as condutas de participação na medida em que favorece a colusão do espectador e da ficção”, no telejornal o apresentador/personagem é quem promove tal colusão entre o telespectador e a “realidade” simulada pelo discurso narrativo, da mesma forma como nos jogos televisivos ou no programa de variedades esta tarefa é realizada pelo apresentador-chefe do programa.

A presença do apresentador/personagem aparece como uma evidência natural sem que nos apercebamos que ele é um dos *efeitos discursivos*, um elemento da estrutura narrativa e, como tal, ele não está ali por si mesmo, ele tem, no discurso, outras funções além de “informar”, “analisar” e nos oferecer ‘o mundo como ele é’”.

A pertinência do apresentador/personagem ao discurso não é natural, inerente, ela tem um sentido porque “uma narração é sempre feita de funções (...) tudo ali tem um sentido ou nada tem” (BARTHES, 1977).

Como componente da estrutura narrativa o apresentador/personagem do telejornal tem um estatuto semelhante ao do ator/personagem da telenovela: ele é um catalisador para a participação necessária ao consumo do discurso.

Entretanto, qual é o universo no qual “age” esse personagem?

A narração telejornalística, como a da Telenovela ou da Teleaula, é uma narração fraturada, descontínua e lacunar; constituída de presenças e ausências, de “ditos” e de “não-ditos”. No discurso o que é “dito” não se explica senão pelo que ali não é dito (por exemplo: o discurso não diz que é um discurso sobre a realidade e, assim, afirma-se como sendo discurso da realidade).



○ jogo de reconhecimento/desconhecimento, característica do discurso ideológico sendo praticado, inexoravelmente no discurso jornalístico televisivo (e o é, também, em outras formas de expressão) resulta em um imediato reconhecimento: o mundo imaginário proposto pela ideologia; e um desconhecimento: o mundo real, histórico, processo de constituição dos seres e de suas significações.

No discurso da telenovela o personagem é o artífice do processo participatório; através dele o telespectador “ali se implica, divide, discute, aprova ou discorda” (PIEMME, 1975).

○ mesmo procedimento ocorre no discurso telejornalístico.

○ apresentador/personagem ou meta-enunciador como o denomina Eliseo Veron (1981), ocupa uma posição cardeal no discurso informativo, não tendo, em si, nenhuma relação com o “natural”, com a realidade concreta dos acontecimentos sobre os quais o discurso “fala”. Seu estatuto é efeito/produto do discurso e como resultado prático, possibilita a construção de uma lógica interna da narração que permitirá que uma série de materiais sígnicos, os mais diversos e hererogêneos, visuais/sonoros, descontínuos e lacunares se encadeiem em uma narração “linear” que é apreendida pelo telespectador não como *narração*, mas como um duplo da realidade, como uma reprodução desta (vale, aqui, lembrar que a realidade sendo “um processo temporal de constituição dos seres e de suas significações”, como explica Marilena Chauí, na obra “O que é ideologia”, não é passível de ser percebida pelos órgãos dos sentidos e, conseqüentemente, muito menos *transmitida*).

Analisando a construção discursiva do evento do acidente de “Three Miles Island” pelos meios de comunicação da França, Eliseo Veron constata: “A unidade deste vasto programa de uma hora e meia que é o “ANTENNE-2 MIDI” (BARTHES, 1977), repousa inteiramente sobre a multifuncionalidade do meta-enunciador: fonte legítima e legitimadora do discurso, “ele dá a palavra a outros e estabelece, constantemente diálogos com os enunciadores secundários; é ‘ele’ quem pronuncia a reflexão que leva ao fechamento de um tema, quem fornece as frases de encadeamento de um evento ao seguinte [...], sua autoridade abrange gêneros discursivos diversos, fora da informação: fragmentos do estilo ‘magazine’, números musicais [...] chamadas de emissões que serão posteriormente transmitidas...”.

Espécie de sábio-herói o apresentador/personagem como “interlocutor de todos, conversará tão à vontade com um político ou agricultor quanto com uma atriz. Seu discurso desliza sem cessar da realidade à ficção: com a mesma empostação de voz ‘ele’ anuncia o início das informações e o da telenovela.”

Se no discurso televisivo ‘tradicional’ da informação, o apresentador/personagem esforçava-se por se mostrar capaz de trazer o real até nossa casa, tal qual ela o é, hoje o moderno meta-enunciador visa um resultado oposto: “ele cria uma distância, não entre ‘ele’ e nós, mas entre ‘ele’ e o real. Nele a objetividade se mede, não pelo peso do testemunho, mas pela sua capacidade de criar o espaço necessário à avaliação, à interrogação, à prudência.”

O telejornal repousa inteiramente na ‘capacidade’ do apresentador/personagem de se *vedetizar*, seja valendo-se de mecanismos dramáticos (gestos, expressões faciais, etc.) seja por meio de traços característicos de beleza física, charme, simpatia, etc., o que resulta na *personalização da informação*.

O telespectador é, desta forma, conduzido ao processo participatório necessário, incondicionalmente, ao consumo das notícias, pela presença desse personagem do discurso, imediatamente percebido, ao mesmo tempo, como enunciador, pessoa e *Sujeito*, no sentido ideológico de um ser completo, psicologicamente um, unidade humana real, senhor absoluto de seus atos, de sua ação, sem que o perceba, que o reconheça como *produto* e *efeito* de um discurso. Desvanece desta forma o discurso enquanto tal, dando lugar à ilusão (não percebida) do real.

Encadeando fatos os mais diversos e dando uma aparência de unidade “natural” a essa estruturação discursiva, o apresentador/personagem/pessoa/Sujeito engendra a conduta participatória do telespectador, que é, também, favorecida por outros elementos sógnicos como o surgimento na tela de seu nome, do local de onde fala, da música tema, da voz em “off”, e outros.

Essa participação conduz o telespectador ao “real”, ao “mundo”, mas a um “mundo” que é visto somente a partir desse nosso representante vicário que é o apresentador.

Ora, o público espera do telejornal que ele o faça conhecedor do que se passa no mundo, no dia a dia.



Tal expectativa já comporta sérios pressupostos.

De início, o público está conivente com a forma estabelecida de relação entre o enunciador e o receptor que é um modo unívoco e unidirecional e que dá ao primeiro o direito de ser o juiz dos acontecimentos porque pressupõe que “o primeiro está capacitado a determinar a importância do evento.

Em seguida esta “conivência” (imposta de forma inconsciente e dissimulada, pois, ideológica) autoriza o enunciador a descrever, comentar, explicar e julgar os fatos, quaisquer que eles sejam.

O discurso narrativo do telejornal oferece uma imagem do apresentador/personagem como “uma pessoa psicologicamente una, dada na unidade de sua consciência, fonte absoluta de seus atos e sempre parecida consigo mesma” (PIEMME, 1975), oferece-a como centro do universo informacional.

Assim como o personagem/pessoa de que nos fala Piemme, o apresentador / personagem / pessoa, do telejornal é o produto de um triplo efeito do discurso: “o de *centramento*, o de *naturalização* e o de *autonomização*.”

O apresentador aparece-nos *centrado* porque todos os acontecimentos narrados pelo discurso o são em relação a ele, mesmo com a introdução de co-apresentadores (especialistas, repórteres, etc.). Nada surge no discurso da informação que não seja através dele. Como o herói folhetinesco é através dele “que um disparate de signos pode adquirir sua ‘coerência’, porque somente ele fixa a importância desses signos” e os hierarquiza no seio da intriga.

O apresentador/personagem tem, como o herói da telenovela, um objetivo fixado. Enquanto que para este a solução da trama é o fim de suas atividades, para o apresentador/personagem o mesmo se dá, porque com o fecho do acontecimento sua tarefa está cumprida e, como um perfeito pesquisador da “verdade”, ele se lançará de novo em busca de um outro evento.

É pelo efeito de *centramento* que o telespectador se vê como “duplo” do apresentador, condição “*sine qua non*” para que ele possa participar e consumir as notícias que lhe são narradas.



O efeito de naturalização no discurso da telenovela é para Piemme o que Genette diz sobre a narração literária: “é o ato de naturalizar ou de *realizar* (no sentido de fazer passar por real) a *ficção*, dissimulando o que ela tem de *arranjo*, (...) quer dizer, de artificial.”

Ora, o telejornal não visa fazer passar por real o que é ficção, mas fazer passar por *natural* aquilo que é *produto* e *efeito* de um discurso, de um engendramento narrativo, que transforma um discurso *sobre* (o real) em um discurso *do* (real).

Diz Piemme: “o efeito de naturalização tira seu nome da cobertura de inocência e naturalidade que o discurso lança sobre si mesmo com o intuito de que se tome por pura e simples ‘representação’ o trabalho pelo qual a telenovela se constrói. O universo ficcional que resulta de um tal discurso surge, em sua transparência, como a reprodução de uma realidade que lhe é exterior. A ficção parece, desta forma, redobrar o real que, necessariamente, a precederia.”

O efeito de naturalização, no entanto, no discurso do telejornal se dá de forma diferente daquela da telenovela porque, enquanto esta se dá como “representação”, como “ficção”, o telejornal se apresenta como “real”, “o próprio mundo”, “natural”.

De qualquer forma os dois gêneros de discursos dissimulam o mesmo fato: que não são naturais, mas produtos discursivos, pontos de vista *sobre* o real.

Como eles dissimulam que são simulações (do real) eles se inscrevem no rol dos *simulacros*, naturalizando, assim, o que é produto social de um trabalho: o processo discursivo.

A presença do apresentador/personagem/pessoa, seu desempenho na cena, a produção e combinação de uma série de signos icônico-sonoros e todos os outros componentes do discurso do telejornal aparecem para os telespectadores como coisas “naturais”, como semelhantes ao que são na vida material real, o que impede de apreendê-los como *efeitos produzidos pelo discurso*.

“Nesta metáfora tão utilizada e tão pouco suspeita se concretiza toda a mistificação de um discurso que produz [um efeito] e esconde que produz.”



O telejornal é um discurso narrativo sobre o “mundo”, que não pode se apresentar como tal sem correr o risco de se desmistificar a si próprio, de perder sua imagem de portador do mundo.

Fazendo do apresentador/personagem/pessoa a chave de leitura e o centro da narração, o discurso atribui no mesmo instante, uma função secundária à situação narrativa produzindo assim o efeito de *autonomização* pelo qual os telespectadores percebem o apresentador como *um sujeito* independente, das situações narrativas que ele vai “viver”.

Para os telespectadores os fatos, os acontecimentos, os eventos e o apresentador são objetos distintos, separados, quando todos têm a mesma “natureza”, porque todos não são nada mais que produtos sógnicos do discurso no qual acontecimentos e enunciador são elementos do mesmo processo. Um é a razão do outro, porque o apresentador só existe (como efeito) porque ele narra “acontecimentos” e os “acontecimentos” só podem “existir” nesse discurso na medida em que “existe” o apresentador que os narra.

Mas, não é dessa forma que os telespectadores os apreendem, eles os tomam como *autônomos*, isto é, o narrador separado do narrado.

O efeito de *autonomização* do apresentador/personagem/pessoa completa com os efeitos de *centralização* e de *naturalização*, a função ideológica principal do discurso: a *interpelação do indivíduo em Sujeito*, fundamento do processo ideológico e chave para o consumo e compreensão do discurso narrativo.

A presença da “interpelação do indivíduo em Sujeito” está em toda parte, mas nosso interesse aqui foi o de recuperá-la na estrutura narrativa do telejornal como efeito (presente em qualquer outro discurso dessa mesma prática televisiva).

A televisão pretende ser objetiva em sua tarefa de informar, no entanto, podemos afirmar que o que ela oferece e é consumido não é nada mais que “signos da informação”, signos produzidos pelo discurso e pelo discurso mesmo apagados, escondidos, negados como tais.

O mesmo ocorre com a consumação da tecnicidade através do imenso mercado de “signos gadgets”: o consumidor de informações consome em lugar delas, os seus signos; uma série de evidências, de estereótipos, de mitos através dos quais o discurso engendra seu



reconhecimento como “aquele que informa”, um reconhecimento que tem como efeito, negá-lo como produto, produzindo desta forma um desconhecimento. É um efeito próprio da ideologia impor (sem parecer que impõe) evidências como evidências que não podemos *reconhecê-las* como tais.

Face a uma “notícia de um telejornal nós somos obrigados a exclamar: é evidente, é uma informação”. E ainda mais, uma informação que parece emanar dos próprios eventos, portanto, dotada de uma “naturalidade” e “espontaneidade”.

Um dos signos presentes nesse discurso é o “signo-tempo”, porque o discurso impõe, ao tempo cronológico, seu tempo-lógico uma evidência discursiva. De que maneira atrair o interesse constante do telespectador para uma realidade de acontecimentos ininterrupta?

Podemos nos indagar qual é o mecanismo que possibilita amalgamar em um tempo real restrito (cronológico) de duração de um telejornal, um tempo exterior a ele (o dos acontecimentos)? Como discurso narrativo, o telejornal tem sua própria “lógica”. É assim que “a realidade de uma seqüência não está na continuação natural das ações que a compõem, mas na lógica nela exposta” (BARTHES, 1977), e que cria seu próprio tempo. Eis aí *um signo que tem a aparência de tempo, e não tem a aparência de signo*.

Não é por acaso que se pode ouvir, seguidamente, o apresentador dizer ao fim de uma emissão: “você verão a continuação desses fatos em nossa edição das 13 horas de amanhã”, como se os acontecimentos se suspendessem às 20 horas e trinta minutos para continuar no dia seguinte.

De que tempo se trata aqui? Do tempo real dos acontecimentos ou do tempo do discurso?

Pode-se afirmar que o tempo-lógico do discurso passa a comandar, substituindo o outro: o cronológico. Verdadeira ficção!

Através de mecanismos de narração, o telejornal (tal a telenovela, o filme, um seriado, uma teleaula) cria retardamentos e antecipações que lhe permitem expor, em um tempo que lhe é próprio, a continuidade seqüencial cronológica dos fatos.

O que Piemme (1975) afirma para a narrativa folhetinesca, parecem-nos, sem dúvida, aplicável à narração telejornalística: se a telenovela



“anunciasse de saída a verdade do enredo (o que parece ser seu objetivo final) ela se aboliria como narração. Não existindo senão que por sua capacidade de retardar uma solução que poria ponto final tanto à estória contada quanto ao ato narrativo, a narração está obrigada a atrasar um saber do qual ela pretende ser a lenta reconstituição.”

Se aceitamos que o suspense é o processo de constante criação de espera de soluções, de fechos, de definições da trama, muito mais que nas narrações “ficcionais” (que se pretende recriação do real), no discurso “realista” do telejornal podemos encontrá-lo, pois aqui o suspense parece ser ainda mais “natural”, pois “existe” na própria realidade que parece estar no telejornal.

Isso permite à narração telejornalística ser sempre feita de suspense, sempre narração incompleta, fracionada, dos acontecimentos narrados. O telejornal é uma telenovela sempre inacabada. Um Fênix moderno, renascendo dia-a-dia das cinzas eletrônicas, que não se dá como produto de mecanismos discursivos dilatatórios, urdidos no e pelo discurso mas como resultado do “acaso” do “destino”.

Na telenovela (e isto é mais evidente nas produções modernas) a “ficção deve se apagar, em proveito de uma “realidade”, de uma “veracidade” (“é assim que acontece na vida!”).

No telejornal é preciso apagar a idéia de que é recriação do mundo, é preciso negar que o mundo apresentado é um mundo narrado, produto discursivo, para que os telespectadores o percebam como o mundo real mesmo, o mundo trazido até nossa casa. O discurso telejornalístico parece não ser um *discurso explicativo sobre o mundo real* (e, portanto, sempre uma opinião, um ponto de vista), mas, sem, o próprio mundo.

Os heróis da ficção são substituídos no telejornal por “gente de verdade”, agentes da história, “sujeitos livres”, completos que povoam o mundo, cada um com suas estórias, seus dramas, suas alegrias, seus problemas. Neste universo discursivo o herói pode ser cada um de nós. Os presidentes, os ministros, a dona-de-casa, as vítimas de um atentado, o operário, o patrão; todos se tornam pequenos ou grandes heróis dessa narração. A cada dia e para sempre renovável, este personagem/Sujeito se nega pelo discurso que o produz e surge como agente real do cotidiano, da vida.



O discurso do telejornal pretende transmitir a realidade, isto é, os fatos, as pessoas e coisas operando em um mundo exterior a ele e que incorporaria uma grande dose de incerteza pois nada ali está completamente fixado, acabado.

Os reféns de um grupo de ativistas poderão, nas horas ou dias futuros serem assassinados ou libertados. A polícia ou o exército conseguirá ou não encontrá-los. Os ativistas poderão ou não escapar. Desta forma o discurso narrativo do telejornal se vale de duas modalidades de suspense, integrados na mesma lógica: um, inerente à estruturação, digamos, formal da narração, e outro inerente ao nível do conteúdo do evento em si mesmo: todos os dois lacunares, fragmentares e descontínuos; impostos, entretanto, no discurso como coerentes, integrados e completos.

Como narração ele é um discurso real (já que fragmento do contexto cultural onde se dá) e não a realidade que ele pretende transmitir.

Ele é um discurso real sobre a realidade, sobre a sociedade, sobre os eventos e, portanto, um ponto de vista, um modo de ver esta realidade, sociedade e os eventos.

84

Podemos constatar que no discurso do telejornal (e isso vale para qualquer outro gênero de emissão) os indivíduos (na verdade signos de indivíduos) que aí transitam têm entre si uma unidade de semelhança, independentes dos lugares sociais que ocupam, de suas religiões, de suas filiações particulares, etc. As "pessoas" que transitam na tela, no momento da "comunhão" ideológica-informativa, estão instituídas como personagens/pessoas: psicologicamente únicos, trans-históricos, o que evidencia claramente que um tal discurso emana da "visão burguesa do mundo" para a qual o indivíduo é o fundador da estrutura social, portanto, senhor de sua própria vida material e nunca aparece como sujeito-objeto dessa estrutura, mas como seu "SUJEITO".

A idéia burguesa de SUJEITO é o que unifica as "pessoas" presentes nesse discurso, de onde vem a impressão que eles são sempre semelhantes (em sua "natureza-humana") a despeito das diferenças impossíveis de se negar. Como todos são iguais perante a Lei, todos são iguais diante da câmera.

É esta coerência em relação ao imaginário social imposto (a ideologia) facilmente reconhecida pelo telespectador que implica e favorece as condutas



de participação que leva a reconhecer na tela um seu duplo ou um seu contrário, visto que o que o liga ao discurso é a “consciência ideológica” que eles têm de si mesmo como ser humano, como Sujeito.

Nesse mecanismo de *reconhecimento* ideológico e *desconhecimento* da simulação operada reside a base do mecanismo de participação, sem a qual é impossível consumir o discurso.

“O discurso narrativo não é um simples estruturamento suscetível de veicular os conteúdos mais diversos, dos mais reacionários aos mais progressistas, ele está em sua própria forma atado a uma visão burguesa do mundo porque conduz, em cada ação, a uma concepção particular de indivíduo.”

Reconhecendo o personagem/Sujeito como seu duplo, o telespectador *desconhece* que tal reconhecimento foi engendrado pelo discurso que adquire, assim, uma “evidente naturalidade”, com a qual o discurso reproduz as condições de possibilidade de sua função ideológica.

Isso sem atentar para o fato de que o que vemos na tela da televisão não são pessoas, objetos e coisas, mas signos eletrônicos construídos pelo bombardeamento de elétrons no écran do vídeo, signos construídos pela justaposição de milhões de pontos encandecidos sequencialmente organizados em “frames” (quadros) estáticos e que, pela capacidade de persistência retiniana (descoberta pelo abade Nollet no século 18) nos dá a ilusão de imagens em movimento.

Signos eletro-eletrônicos: essa a realidade material física de tal discurso! Uma realidade de duas dimensões: largura e altura e que acreditamos ser a realidade das três dimensões.

REFERÊNCIAS

- ALTHUSSER, Louis. *Positions*. Paris: Ed.Sociales, 1976.
- BARTHES, Roland et alli. *Poétique du Recit*. Paris: Ed. du Seuil, 1977.
- BAUDRILLARD, Jean. *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Paris: Ed. Tel-Gallimard, 1972.
- CAMPANHOLI, J. B. *Télévision Éducative: la relance du discours ideologique*. 1982. Tese. (Doutorado). France, Université de Caen, 1982.



LIMA, Artur. **Comunicação e cultura: as idéias de Paulo Freire**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1976.

PIEMME, Jean Marie. **La propagande inavouée**. Col. 10/18. Paris: Ed. Union Générale, 1975.

POULANTZAS, Nicos. **Les classes sociales dans le capitalisme aujourd'hui**. Paris: Ed. Du Seuil, 1974.

VERÓN, Eliseo. **Constuire l'élèvenement**. Paris: Ed. Minit, 1981.