

Informação e espetáculo: análise dos gêneros jornalísticos exibidos no programa Fantástico

Heloisa Juncklaus Preis Moraes – Unisul
heloisapreis@hotmail.com

Resumo:

O presente estudo de caso analisa os gêneros jornalísticos exibidos pelo Programa Fantástico, da Rede Globo de Televisão, com base nos estudos teóricos sobre gêneros textuais, especificamente os gêneros jornalísticos. Através do levantamento dos gêneros que estão presentes com mais ênfase no referido programa, busca-se provocar uma discussão acerca do fazer-jornalismo nos dias atuais. O inventário dos gêneros presentes é analisado sob a perspectiva da Sociedade do Espetáculo proposta por Guy Debord (1997) - e dos conceitos de sensacionalismo, espetáculo e simulacros, e promove uma reflexão sobre a função social do jornalismo e seu papel na formação do imaginário social. O fazer-jornalismo, especialmente o televisivo, tem sido marcado pela lógica do consumo (e audiência), misturando informação, entretenimento e encenações/dramatizações o que, levando-se em conta as classificações mais comuns de gêneros jornalísticos (como notícia, reportagem, entrevista e editorial), acaba descharacterizando o Fantástico como programa jornalístico. O vínculo com o telespectador acaba no “boa noite final”. Não há uma experiência mediada a ser revelada e complexificada. Nesse sentido, os gêneros exibidos, na sua particularidade totalizante, nos mostram muito do jornalismo televisivo atual.

Palavras-chave: Gêneros Jornalísticos. Fantástico. Espetáculo.

Ponto de partida

É inegável que o fazer jornalismo tem mudado nas últimas décadas. Para além de uma adequação tecnológica, podemos perceber mudanças no ato enunciativo, nas ações de linguagem, na produção de sentido e nas práticas sociais estabelecidas por essa relação. O que buscamos com este artigo é iniciar algumas discussões relativas ao hipergênero televisivo e ao gênero notícia, mas com o objetivo maior (dando sequência à pesquisa): não focar apenas na formalização. Como retrata Johnson (apud ESCOSTEGUY, 2011, p. 202), o olhar para os textos midiáticos tem “como preocupação central os mecanismos pelos quais os significados são produzidos, negligenciando propriamente sua articulação a um campo discursivo”. É essa articulação que propomos desencadear no decorrer dos estudos (futuros). De acordo com Johnson (2001, p. 9), “a explosão de tipos de meios de comunicação no século XX nos permite, pela primeira vez, apreender a relação entre a forma e o conteúdo, entre o meio e a mensagem, entre a engenharia e a arte”. Essa explosão e a velocidade das mudanças é que permitem percebermos como os meios de comunicação moldam nossos hábitos de pensamento.

Neste estudo recentemente publicado, Escosteguy (2011) propõe uma metodologia para a pesquisa das práticas sociais e cotidianas orientadas pela mídia, descartando a fragmentação e a direcionalidade dos estudos ora de produção, ora de recepção. Assim, partimos também de um pressuposto sócio-cultural de que o discurso midiático, aqui especificamente o televisivo, produz sentido, gera práticas sociais e ajuda a formular visões de mundo e o imaginário social.

Estudar os gêneros presentes num determinado programa é um ponto de partida, mas não com a intencionalidade de focar na produção, mas, para além, discutir o tratamento dado ao texto e ao discurso em função do hipergênero, já que as marcas textuais estabelecidas são agradáveis à audiência. São agradáveis porque fazem sentido. Ou seja, a discussão sobre os gêneros no programa Fantástico, da Rede Globo, mais do que tipologizar, busca questionar este fenômeno de linguagem socialmente constituído aliado a uma tendência de espetacularização, especialmente televisiva, que leve ao aumento dos índices de audiência. Logo, esse tipo de produção e tratamento do ato de informar ou relatar e focado na ação do sujeito na linguagem com fins de produção de sentido, reconhecimento, identificação e, em última análise, claro, de audiência. A linguagem é uma representação da realidade. E os meios de comunicação de massa podem ser o *modus operandi* dessa construção.

Quanto aos gêneros

Os textos tem uma organização que lhes confere uma identidade. A estrutura

interna de um gênero funda-se em determinadas características que permitem nomeá-lo e analisar seu propósito comunicativo. Assim, Kinderman (2003, p. 353) cita Swales para relacionar o conceito de gênero e seus fins:

Um gênero compreende uma classe de eventos comunicativos, cujos exemplares compartilham os mesmos propósitos comunicativos. Estes propósitos são reconhecidos pelos membros especialistas da comunidade discursiva de origem e, portanto, constituem o conjunto de razões (*rationale*) para o gênero. Estas razões moldam a estrutura esquemática do discurso e influenciam e limitam (*constrains*) a escolha do conteúdo e do estilo.

Por esta relação vemos que o gênero está ligado a uma comunidade discursiva, em nosso caso, à comunidade jornalística. Além disso, não podemos perder de vista que o gênero é uma construção histórica, esta afirmação serve de base para a discussão aqui proposta. As características do gênero notícia, reportagem ou entrevista, no caso do campo jornalístico, moldam-se aos movimentos sociais e culturais de uma época. Moldam-se, por exemplo, à espetacularização e ao sensacionalismo.

Os gêneros jornalísticos não possuem uma discussão das suas relações com os meios sociais. Temos como referencial os estudos de Bonini (2003) sobre os gêneros de jornal. O pesquisador ressalta que a maioria dos estudiosos da área da Comunicação faz uma categorização de tipologias de gêneros, mas sem uma “relação entre o sujeito socialmente constituído (no caso o jornalista) e sua linguagem (os gêneros)” (BONINI, 2003, p. 227).

Ainda assim, vale ressaltar que para a reflexividade dessa relação, é preciso analisar os gêneros a partir de certas categorias já estabelecidas e reconhecíveis na prática jornalística. Os dois gêneros mais presentes e citados nas obras de Comunicação, muitas das quais se apresentam como manuais técnicos, são a notícia e a reportagem. Além deles, comum ao meio televisivo: entrevista, editorial, nota, serviço, enquete, anúncio, entre outros. Estudos como os de Kindermann (2003) e Medina (2001) traçam uma trajetória sobre o olhar dos gêneros jornalísticos. Ambas as pesquisas trazem a classificação de José Marques de Melo como propositor dos gêneros jornalísticos brasileiros. O fazer jornalismo funda-se em duas possibilidades de prática (que geram produtos noticiosos divididos em gêneros). Primeira, a *reprodução do real*, ou seja, a comunicação de fatos noticiosos. Aqui entra a premissa jornalística da objetividade e da imparcialidade. Pressupõe-se, a priori, a não interferência do enunciador, o jornalista, no relato do fato.

Segunda possibilidade é a *leitura do real* em que se aceita a análise da realidade através da argumentação, relacionando valores e idéias. Aqui estamos no nível da versão dos fatos. Um olhar sobre determinado acontecimento. Assim, além da estrutura do texto, Marques (citado por KINDERMANN, 2003, p. 353) propõe a reflexão dos gêneros jornalísticos como “uma articulação que existe do ponto de vista processual entre os acontecimentos (real), sua expressão jornalística (relato), e a apreensão da

coletividade (leitura)”. Essa diferenciação nos permite uma dupla classe de gêneros: a informativa, ligada à premissa da reprodução do real; e a opinativa, quando apresenta uma leitura do real, e suas subdivisões:

a) Jornalismo Informativo: nota, notícia, reportagem, entrevista;

b) Jornalismo Opinativo: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura, carta.

Analisando o programa Fantástico, corpus deste estudo de caso, podemos observar que a problemática não está na escolha do gênero em si, mas ao tratamento dado a ele. Basicamente, os gêneros apresentados, como visualizaremos nas tabelas abaixo, são a notícia, a reportagem e a entrevista. Talvez, a grande mudança (e a relação que podemos fazer com os conceitos de espetacularização, sensacionalismo e simulacros) está no enfoque dado aos assuntos tratados nestes gêneros. Será que a *leitura do real* não está “invadindo” os gêneros que seriam tipicamente *relatos do real*? Pelas editoriais predominantes, podemos ter uma idéia. Fizemos a assistência e a decupagem dos programas exibidos no mês de abril para ilustrar a análise. Vejamos:

Programa de 03 de abril de 2011

Assunto	Editoria	Tempo
Cadastro Nacional de Desaparecidos não funciona	Polícia	09'17"
Câmera registra últimas imagens de irmãs assassinadas	Polícia	05'55"
Cenários da infância de José de Alencar	Política/Variada-	09'14"
Dieta de insetos pode resolver crise mundial de alimentos	Internacional	04'14"
Pesquisa diz que alimentação pesada pode diminuir a libido	Saúde	05'24"
Casamentos à fantasia fazem sucesso pelo Brasil	Variada-	04'49"
Série Detetive Virtual: investigação de homens lançando raios pelo corpo	Variada-	03'39"
Série Meu Primeiro Emprego: pesquisa mostra como trabalhadores gastam o tempo do expediente	Variada-	04'26"
Estréia do Programa Batendo Ponto, da Rede Globo	Variada-	02'51"
Seca na Amazônia é vilã do aquecimento global	Meio Ambiente	05'22"
Polícia prende suspeitos de vender drogas em posto	Polícia	03'03"
Gols da Rodada	Esportes	10'13"
Atentado suicida no Paquistão	Internacional	00'43"
Quadro Artilheiros Musicais	Esportes/Variada-	01'09"
Quadro Meu Primeiro Emprego (Reality Show do Emprego)	Variada-	14'36"
Entrevista exclusiva com falso Coronel	Polícia	09'22"
Quadro Medida Certa	Variada-	18'39"

Programa de 10 de abril de 2011

Assunto	Editoria	Tempo
Tragédia na Escola do Rio: influência da religião	Polícia	10'03"
Carta do Assassino fala em Bullying	Polícia	12'03"
Entrevista com a professora de Realengo	Polícia	08'23"
Imagens exclusivas mostram passo a passo do atirador	Polícia	07'10"
Professores andam armados em escolas dos Estados Unidos	Polícia	05'01"
Menina conta detalhes da fuga	Polícia	03'02"
Assassino procurou instrutor de tiro	Polícia	05'03"
Fantástico presta homenagem aos mortos	Polícia	01'17"
Parentes e amigo lembram as vítimas		02'07"
ONG defende desarmamento e homenageia as vítimas		01'05"
Gols da Rodada	Esportes	08'16"
Quadro Artilheiro Musical	Variedades	00'32"
Entrevista com U2: homenagem às vítimas	Variedades	02'54"
Quadro Grandes Entrevistas: Paul Mc Cartney	Variedades	01'20"
Encontro dos músicos de Titãs e Paralamas: abertura do Rock in Rio	Variedades	02'38"
Quadro O Cupido (narrativas)	Variedades	11'35"
Quadro Medida Certa	Variedades	14'08"
Busca da caixa preta do voo 447	Polícia	04'22"
Quadro Meu Primeiro Emprego	Variedades	12'26"

Programa de 17 de abril de 2011

Assunto	Editoria	Tempo
Série: Diabetes, o inimigo silencioso	Saúde	10'10"
Quadro Detetive Virtual	Variedades	04'09"
Prisão de quadrilha de roubo de caminhões	Polícia	06'50"
Atuação de criminoso na cadeia	Polícia	05'36"
Canção "É o amor" completa 20 anos	Variedades	03'57"
Chocolates com 70% de cacau fazem bem ao coração	Saúde	04'23"
Quadro Dona Encrenca	Variedades	06'05"
Entrevista com a cantora e atriz Miley Cyrus (Hannah Montana)	Variedades	03'42"
Entrevista com motorista que atropelou ciclistas	Polícia	06'27"
Reportagem Especial Rede de Tráfico	Polícia	16'24"
Quadro Medida Certa	Variedades	16'11"
Moda Kate Middleton – Casamento Real	Variedades	04'19"
Quadro Meu Primeiro Emprego	Variedades	13'00"
Gols da Rodada e Artilheiro Musical	Esportes	10'34"

Programa de 24 de abril de 2011

Assunto	Editoria	Tempo
Número de médicos pediatras no Brasil diminuiu	Saúde	14'12"
Violência no trânsito	Polícia	11'23"
Golpe do falso emprego	Polícia	07'57"
Imagens da casa de traficante na Rocinha	Polícia	06'58"
Metrô de São Paulo é o mais lotado do mundo	Cotidiano	07'45"
Catador encontra bebê no lixo	Polícia	05'52"
Fotos da filha de Kaká	Variedades	00'23"
Quadro Medida Certa	Variedades	12'52"
Casamento Real: moradia do casal	Variedades	04'13"
Fã da monarquia britânica	Variedades	07'55"
Galã estrela novo filme	Variedades	05'02"
Protesto sem roupa na Ucrânia contra a energia nuclear	Variedades	03'31"
Série: Diabetes, o inimigo silencioso	Saúde	09'49"
Gols da Rodada	Esportes	12'15"
Lançamento de novo filme publicitário da Globo	Variedades	01'10"
Artilheiro Musical	Variedades	00'58"

Os assuntos de polícia, esportes e variedades são predominantes. Em especial no programa exibido em 10 de abril, após o assassinato em série na Escola de Realengo, no Rio de Janeiro, o assunto tratado foi basicamente este. Em várias formatações em relação ao gênero notícia, o espetáculo pode ser percebido. Os desdobramentos do caso são inúmeros, o que leva o programa a ser quase que exclusivamente dedicado ao assunto. É neste sentido que defendemos que as modificações do fazer jornalismo não se dão quanto aos gêneros, mas ao enfoque dado a cada assunto. Se seguirmos neste exemplo, podemos continuar categorizando como **notícia** as matérias “Assassino procurou instrutor de tiro”, “Menina conta detalhes da fuga”, mas o tratamento espetacular é o que nos chama atenção. A conversa com a professora da escola continua sendo uma **entrevista** enquanto gênero jornalístico, mas o caráter sensacionalista, apelando às emoções é o que caracteriza a produção. Ainda mais: “Menina conta detalhes da fuga”, “ Fantástico presta homenagem aos mortos” e assim por diante. Neste sentido, Jaguaribe (2007, p. 111) enfatiza que

Evidentemente, o impulso dos registros do realismo não é automaticamente condicionado por forças sociais, e a própria noção do que é realismo varia imensamente. Entretanto, novos códigos realistas centrados em personagens marginais, violência urbana, pobreza e experiências extremas estão produzindo narrativas e imagens que oferecem o “choque do real” como parte do pacto mimético com o espectador ou leitor.

Ainda assim, a editoria Variedades está repleta de **notícias** que fazem mudar o foco de atenção dos telespectadores. “Por sorte”, são exibidas entrevistas com U2,

Paul Mc Cartney, e um encontro com Paralamas do Sucesso e Titãs. Complementados por três *reality shows*: Medida Certa, Meu Primeiro Emprego e O Cupido.

Em 24 de abril, outro exemplo de como uma informação entra no campo do imaginário, especialmente pela espetacularização realizada. O casamento real foi tema de notícias. Mas podemos questionar que parte da realidade é esta que está sendo informada. Outra notícia que chama a atenção é a divulgação da foto da filha recém-nascida do jogador de futebol Kaká. Que valor-notícia é este que dá força de noticiabilidade a este fato no horário nobre de domingo da TV brasileira? Algumas possibilidades veremos com as perspectivas descritas a seguir.

Espetáculo, sensacionalismo e simulacro na mídia

Falar em hipergênero televisivo é partir do pressuposto da linguagem verbal e não-verbal como formas intercomunicantes. Pelo objeto escolhido e as relações teóricas pretendidas, é conveniente iniciarmos falando sobre a importância da imagem nos dias de hoje. No prefácio do seu livro **O choque do Real**, Jaguaribe (2007) relata que a motivação em escrever sobre a realidade e suas representações foi justamente a vontade de entender como as estéticas do realismo contribuem para moldar nossa concepção de realidade. Este realismo estético, tendo em vista a condição de escolaridade da maioria da população brasileira, “funcionam como diagnóstico da nossa vida social... produz retratos da ‘vida como ela é’, ou seja, faz uso da ficção e de recursos de intensificação dramática para criar mundos plausíveis que forneçam sua interpretação da experiência contemporânea” (JAGUARIBE, 2007, p. 12).

Analisando essas formas de representação estética da realidade, a autora defende que há a intensificação dos imaginários, mas de forma fragmentada. Por mais que os propósitos pareçam possibilitar expressar e fazer ver os dilemas existenciais dos indivíduos, são “montagens da realidade social” (JAGUARIBE, 2007, p. 16). Ou seja, são representações, interpretações, leituras da realidade, mas não a realidade. A autora conclui: “o paradoxo do realismo consiste em inverter ficções que parecem realidades”.

Assim, a discussão continua no ponto que, na pós-modernidade, ou na modernidade tardia como prefere Jaguaribe, o acesso ao real e à realidade (cujos imaginários estão presentes) se dá por meio de representações, narrativas e imagens. A realidade chega a ser disputada. Profusão de *reality shows*, jornais sensacionalistas, filmes de denúncia social, enfim, “uma super produção de imagens de realidade” (JAGUARIBE, 2007, p. 17).

As Imagens são a mediação da vida, é a nossa visão de mundo, nos tornamos produtos delas, reagimos aos fatos com esse arcabouço, logo, podemos dizer que é o vínculo abstrato entre as pessoas. Estamos dentro de uma formatação que tem seus

ícones, seus deuses: somos os seus súditos. A Publicidade e a Televisão, de maneira geral, utilizam-se disso. Celebidades, famosos e até símbolos nacionais. Vive-se através da imagem: o real, o representado e o imaginário (eis o problema, a confusão social). Podemos perceber também a confusão possível ao se analisar os gêneros no discurso televisivo, em especial no caso analisado. O imaginário avança ao campo da representação e do real. Encenação, dramatização, histórias de vida, espetacularização, sensacionalismo e simulacros passam a estar presentes naquilo que são considerados gêneros jornalísticos como notícia, reportagem e entrevista. Essa produção midiática está além da informação enquanto reprodução do real e aquém da análise da realidade. Podemos, sim, considerá-las uma versão dos fatos. Versão espetacular dos fatos, assim como pensou Debord (1997).

O autor, ao escrever suas teses críticas sobre a Sociedade do Espetáculo, esclarece que ela não é apenas um conjunto de imagens, como seria mais fácil pensá-la. Para além, é “a vida social mediada por imagens”, ou seja, quando as nossas representações e todas as relações que dela surgem são realizadas por meio de imagens. E é por isso que o sociólogo francês quer nos tirar da cômoda posição de receptor-consumidores acrílicos.

No cenário descrito por Debord (1997), a sociedade não existe mais para ser vivida, mas para ser representada. Os jogos de futebol são um bom exemplo: acontecem que acordo com o melhor horário comercial para as emissoras de televisão, é muito mais atraente (pelos detalhes, reprises, comentários) ver pela transmissão televisiva do que ir ao estádio, onde se corre o risco da violência, de não estar próximo ao lance, não poder visualizar novamente uma jogada e assim por diante. Ainda assim, a emoção de estar no estádio, é só lá. Daí a crítica de Debord (1997): o sujeito não quer ser ator, mas receptor, passivo. E ainda pode se regozijar ao ver o artilheiro do seu time pedir uma música como troféu por ter feito três ou mais gols em um único jogo¹. Talvez, ainda pela discussão girar em torno do novo visual do cabelo de certos jogadores ou os comentários em ver as fotos da filha recém-nascida de uma estrela dos gramados.

A frase “em meu princípio está meu fim”, de Elliot, inspirou Debord para pensar a espetacularização. A vida enquanto princípio chega a seu fim com a espetacularização da sociedade. O espetáculo é em si mesmo. Ele não precisa de reflexão ou contextualização. Está ali para representar o real. Hora irreal, ora hiper-real, ou quem sabe quase-real.

Outra discussão muito pertinente, especialmente aos pesquisadores de Comunicação Social, é de que, na Sociedade do Espetáculo, o que importa não é a transparência, mas a visibilidade: a visibilidade de uns serve para fomentar e manter passivos e ordenados os outros invisíveis/receptores. A transparência era o grande ideal iluminista da modernidade: informar é o ato de tornar transparente. Na lógica do espetáculo, quanto mais visibilidade, menos transparência. A transparência é a

¹ Referência ao quadro “Artilheiro Musical” exibido no Fantástico (Rede Globo).

luz que educa, já a visibilidade é a luz que ofusca. Quem trabalha em jornal sabe o quanto é fácil tornar o nada em notícia. Já a Publicidade, torna o nada em sonho de consumo. O espetáculo é a transformação do ordinário em extraordinário (algo banal em mercadoria vendável). Dessa prática, a televisão brasileira está cheia.

Podemos ligar essa dicotomia entre transparência e visibilidade à Tese 17 (DEBORD, 1997, p. 18): “A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social, no modo de definir toda a realização humana, uma evidente degradação do ser para o ter. A fase atual,..., leva a um deslizamento generalizado do ter para o parecer,...”. Essa evolução degradante do “ser”, para o “ter” e o atual “parecer (ser/ter)” demonstra um grande nicho para os espetáculos midiáticos. É isso que chancela os discursos da mídia. Ninguém é questionado sobre ser ou ter realmente os predicados para se tornar *personas* socialmente reconhecidas e idolatradas. Mas podem parecer ser ou ter... E basta. Quando não satisfizer mais, outras virão. “Pessoas admiráveis em quem o sistema se personifica...”.

A espetacularização se consuma na fragmentação: une partes díspares. O discurso espetacular é desconexo, sem passado, sem conseqüências, isolado nele mesmo. Muito distante do que prega Morin na sua Teoria da Complexidade ². O que a mídia passa a falar é o que passa a existir (interlocutores para receptores passivos). O espetáculo é o triunfo da aparência – alimenta nossa fonte de imagens. Não esperemos profundidade das imagens, apenas espetáculo. Viajamos para conhecer o conhecido (no imaginário): ninguém vai a Paris e deixa de tirar uma foto na Torre Eiffel. A Tese 12 (DEBORD, 1997, p. 16) é taxativa: “O que aparece é bom, o que é bom aparece” (no espetáculo).

Nesse processo, há a iniciativa da “humanização”, dar nome, identidade, “vida” aos produtos. Eles se tornam fetiches, as mercadorias passam a ter valor em si mesmos, nos enfeitiçam. A Imagem foi absorvida pelos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo. Debord (1997) usa expressões como “Júbilo carnavalesco”, “Banalidade quantitativa” e “Turbilhão das aparências” para analisar (e criticar) a espetacularização da vida. E, nesse sentido, a Publicidade é a estrutura discursiva da Sociedade do Espetáculo – linguagem da sedução. Cria a imagem da mercadoria no imaginário social como um totem, objeto de desejo.

O sensacionalismo faz parte do espetáculo, não são sinônimos, mas atuam na mesma realidade midiática. Para Marcondes Filho (1986), o sensacionalismo está ligado à mercantilização da informação. Quanto mais apelativo, mais audiência, mais viabilidade tem um veículo ou programa. Para chamar atenção dos receptores, a mensagem sensacionalista opera no nível da emoção, torna-se apelativa aos sentimentos da audiência. Os fatos sociais tornam-se diversão, sem requerer a reflexão.

Podemos relacionar a instância crítica de Debord com a de Baudrillard. Este defende que, em função da crise do real, nos é ofertada uma hiper-realidade, um real

² MORIN, Edgar. *O Método*. Porto Alegre: Sulina. v. 1-6.

simulado. O simulacro, para o autor, não é a falsificação do real (como considerava Platão: a cópia da cópia). Baudrillard (1991, p. 9) encara esse espaço como um real sem origem nem realidade. Para o autor, simular é “fingir ter o que não se tem”, e essa simulação “...põe em causa a diferença do ‘verdadeiro’ e do ‘falso’, do ‘real’ e do ‘imaginário’”. E argumenta:

O imaginário era o álibi do real, num mundo dominado pelo princípio da realidade. Hoje em dia, é o real que se torna álibi do modelo, num universo regido pelo princípio da simulação – mas uma utopia que já não é da ordem do possível, aquela com quem já não pode senão sonhar-se, como um objeto perdido (1991, p. 153).

A função crítica de seu discurso irônico está em propor o rompimento da sociedade vitimal que, por ser vítima, desresponsabiliza-se pela inércia e passividade. A teoria da perda, já proposta pelo autor (1990), é no sentido de radicalizar, negar, buscar caminhos possíveis. Mas, para isso, é preciso questionar, pensar... e pensar dá trabalho, como já disse Morin.

Debord afirmou que a riqueza do espetáculo é a pobreza do homem. O que mais chama a atenção e agrada na espetacularização é justamente o que falta no homem em essência. Como saída possível, o autor (1997, p. 35) destaca, em sua tese 53, “a consciência do desejo e o desejo da consciência”. Jogo de palavras que exprime a necessidade de o sujeito, para alterar esse contexto social espetacularizado, saber, conhecer aquilo que deseja (e não seguir as idéias colocadas sem refletir sobre elas) e desejar ter essa consciência. “Seu *contrário* é a sociedade do espetáculo, na qual a mercadoria contempla a si mesma no mundo que ela criou”.

Na sua poética, a Comunicação Social tem seu enfoque voltado para os laços de integração, religação, comunhão. A relação da comunicação com a sociedade é marcada pela socialidade. Isso porque o discurso, uma vez tendo produzido sentido, vai ser apreendido e reproduzido pelas pessoas através de suas representações com os demais atores sociais. Então esse sujeito, enquanto receptor, passa a ser outro produtor de discursos. Esses sujeitos sociais podem ser, portanto, receptores, interpretantes e emissores produzindo a sua própria materialidade simbólica. De acordo com França (1998, p. 53), poderíamos chamar de uma “construção partilhada de uma materialidade simbólica”. O jornalismo, especificamente, traz à cena elementos constitutivos da socialidade. É uma forma de materialização simbólica dos elementos identificadores do imaginário coletivo.

Em cada acontecimento, cada pessoa ou grupo social incorpora no seu imaginário aquilo que se relaciona às suas emoções, sensações e identificações. A recepção de determinado tipo de notícia pode dizer respeito à experiência pessoal, mas de maneira contínua (como nas práticas telejornalísticas) também está ligada à uma

experiência social. Passa a integrar o imaginário coletivo. De acordo com Guareschi (2000, p. 44):

De certa maneira, controlar o fluxo de informações que circula por dada sociedade significa, em grande medida, controlar a produção do “imaginário social”, ou seja, atuar diretamente sobre a forma como os indivíduos representam para si mesmos, e seu grupo social, as relações e as condições de vida a que estão submetidos.

Característica desta época, como já referenciamos, é a relevância da imagem na constituição do estilo do homem e suas relações. Há uma espetacularização dos fatos, e a tecnologia auxilia “um real encantamento do mundo”, sendo mais um fator para o estar junto, para a comunhão, para a religação. Num tempo em que eu me legitimo pelo olhar do outro, estar na moda, seguir as leis do grupo têm importante papel no relacionamento, na afinidade. A imitação faz com que as pessoas se identifiquem umas com as outras do grupo e sintam integrantes. “Por meio da imagem, eu participo desse pequeno outro que é um objeto, um guru, uma estrela, uma pintura, uma música, um ambiente, etc, e por isso mesmo cria-se esse outro, que é a sociedade” (MAFFESOLI, 1995, p. 112). As imagens funcionam como forma de comunhão. O ser e o pensar atual passam pela imagem, pelo imaginário, pelo simbólico. São os átomos substituídos por *bits*. Esse Mundo Imaginal funciona como uma fantasia constitutiva da nossa concepção de mundo, é um motor que nos faz agir. O autor enfatiza: “a fim de acentuar esse fenômeno, podemos falar do (re) nascimento de um ‘mundo imaginal’. Isto é, de uma maneira de ser e de pensar inteiramente perpassadas pela imagem, pelo imaginário, pelo simbólico, pelo imaterial”.

Ainda Maffesoli (1995) defende que o imaginário e a cultura precisam ser discutidos já que são marcas, numa dimensão não-racional, formam a concepção de mundo que se tem em uma época. Sabemos que os meios de comunicação são determinantes na formação do imaginário. As imagens-mundo e os conceitos e sentidos embutidos nelas são absorvidos, “processados” e compartilhados. A vivência é, de alguma maneira, coletiva. Como que num ato de comunhão, logo, de comunicação.

Embora, avaliando pelo contexto de perspectivas como as tratadas anteriormente, vimos que o processo está mesclado por outras interferências. Não só uma interferência do Sistema propriamente dito, mas esta gera novas formas de vivenciar, agir, comunicar e imaginar. Mediadas pelas imagens, marcadas pelo sensacionalismo e por simulacros. Um estudo sobre os gêneros no discurso televisivo nos mostra isso.

Para refletirmos...

Este breve levantamento de um mês de programa Fantástico nos faz pensar cada vez mais do papel que os jornalistas desempenham na sociedade. Enquanto comunicadores sociais, em que acreditamos e queremos fazer nossos alunos acreditarem? Por onde se perderam as investigações jornalísticas, a contextualização das

matérias, o aprofundamento dos conteúdos, a base contributiva para a formação da opinião?

A partir de quando o jornalismo virou diversão? É visível que o Fantástico, exibido pela Rede Globo aos domingos, apesar de ainda ser visto como um programa jornalístico, cada vez mais pende para o entretenimento. A revista eletrônica de entretenimento. O jornalismo cada vez mais vestido de espetáculo.

As encenações, quadros dramatizados das experiências humanas, quadros de *reality* ganham mais espaço. O hipergênero televisivo, distribuído principalmente nos gêneros notícia, reportagem e entrevistas, é voltado para as editorias polícia, variedades e esportes. Sendo que a forma de tratamento é voltada para o sensacionalismo, simulacro e espetáculo. Já se criou o adjetivo *showrnalismo*³, em que José Arbex Júnior discorre justamente sobre a notícia como espetáculo.

Onde ficaram os temas de discussão nacional? Quem fica responsável pelas notícias socialmente importantes que influenciam diretamente na vida de cada brasileiro? Se temos como noção de realidade a realidade midiaticizada e a mídia que nos coloca a pauta social de discussão, como prega a perspectiva do *Agenda-Setting*, é a partir de programas como o Fantástico que o telespectador pauta seu início de semana. Depois do espetáculo, resta-nos a segunda-feira. Excesso de aplausos. Falta de crítica. Mais tolerância? Não. Não é disso que precisamos.

Este é um ensaio inicial de um projeto de pesquisa intitulado **Discurso midiático: espetáculo, sensacionalismo e simulacros como formação do imaginário social** vinculado ao Grupo de Pesquisa “Estudo da estética das linguagens verbais e não-verbais – GELVINS, cadastrado no CNPq. O projeto objetiva a análise de discursos midiáticos, através de estruturas narrativas espetaculares, sensacionalistas e de simulacros como formadores do imaginário social. Buscamos o entendimento de como cada fato midiaticizado a ser analisado pode influenciar o *ethos*, consciência atuante de um grupo social, lugar das manifestações simbólicas que regula as identidades individuais e coletivas (SODRÉ, 2002).

Referências

BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal: ensaio sobre fenômenos extremos**. Campinas: Papirus, 1990.

_____. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio d'água, 1991.

BONINI, Adair. Os gêneros do jornal: o que aponta a literatura da área de comunicação no Brasil hoje? **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v.4, n.1, p. 205-231, jul./dez.2003.

³ Ver ARBEX JR., José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Narrativas pessoais midiaticizadas: uma proposta para o estudo de práticas orientadas pela mídia. **Revista da Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n.1, p.198-211, jan./abr. 2011.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. **Jornalismo e vida social**: a história amena de um jornal mineiro. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

GUARESCHI, Pedrinho *et al.* **Os construtores da notícia**: meios de comunicação, ideologia e ética. Petrópolis: Vozes, 2000.

JAGUARIBE, Beatriz. **O choque do real**: estética, mídia e cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

JOHNSON, Steve. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

KINDERMANN, Conceição Aparecida. O estudo dos gêneros do jornal: o caso da reportagem. **Anais do 5º. Encontro do Celsul**, Curitiba/PR, 2003. p. 352-359.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da notícia: jornalismo** como produção social de segunda natureza. São Paulo: Ática, 1986.

MEDINA, Jorge Lellis Bomfim. Gêneros jornalísticos: repensando a questão. **Revista Symposium**. Recife, Ano 5, no. 1, p. 45-55. jan-jun. 2001.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.