

Apelo para a indústria imaginária de notícias: como a espetacularização transforma o fato em audiência
Call for imaginary industry news: as the spectacle turns sitting in the fact

Kalinka Nogueira Amorim

Mestranda em Comunicação Visual, pela Universidade Estadual de Londrina – UEL e docente no Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – Senai; especialista em Gestão de Eventos e Promoções, pelo Centro Universitário Filadélfia – UniFil; graduada em Letras (Literatura), pela Faculdade Estadual de Filosofia, Ciências e Letras de Jacarezinho – Fafija; formada em Comunicação Social, bacharelado Jornalismo, pela Faculdade do Norte Pioneiro – Fanorpi.

Florentina das Neves Souza

Doutora em Ciências da Comunicação, pela Universidade de São Paulo – USP; docente do curso de Comunicação Social e do Mestrado em Comunicação Visual na Universidade Estadual de Londrina – UEL; autora do livro *Telejornalismo e poder nas eleições*.

Resumo

Este artigo aborda o hibridismo entre informação e ficção – espetáculo ou “infotainment” nos programas televisivos – e tem como objeto o programa “Balanço Geral”, da TV Record, considerando como recorte a edição do dia 18 de junho de 2012, quando foi exibida uma reportagem com mais de dez minutos sobre a morte e o enterro da policial federal Angelina Filgueiras. O objetivo é identificar características de espetáculo que fizeram da reportagem um misto entre jornalismo e ficção. Para tanto, adotou-se a análise de conteúdo como metodologia com vistas à avaliação do *corpus* e, como base teórica, os estudos sobre a sociedade do espetáculo, as relações entre a mídia e a cultura do espetáculo.

Palavras-Chave: espetáculo; “infotainment”; programa “Balanço Geral”.

Abstract

This article discusses the hybrid between information and fiction: show or infotainment TV programs and has as its object the program “Balanço Geral” of TV Record and editing like cropping of the day June 18, 2012 was displayed when a report with more than 10 minutes on death and burial of the Federal Police Angelina Filgueiras. The goal is to identify characteristics of spectacle that made the story a mix between journalism and fiction. Therefore, we adopt a content analysis as a methodology for evaluating the corpus and theoretical studies based on the society of the spectacle, the relationship between the media and the culture of spectacle.

Keywords: entertainment; infotainment; program “Balanço Geral”.

Apelo para a indústria imaginária de notícias: como a espetacularização transforma o fato em audiência

1. Introdução

No dia 18 de junho de 2012, a emissora de televisão Rede Record transmitiu ao vivo, pelo programa “Balanço Geral”, uma reportagem com mais de dez minutos de duração para cobrir o enterro da policial federal Angelina Filgueiras dos Santos. O programa leva a um questionamento bem pontual no que tange à crise vivenciada pelo jornalismo nos dias atuais.

A mercantilização da notícia impera dentro dos veículos de comunicação e acaba se tornando a maior responsável por flexibilizar normas e valores do jornalismo. Nesse sentido, um dos efeitos mais visíveis e perceptíveis tem sido a contaminação da linguagem jornalística pela publicitária e do uso apelativo das emoções pelos apresentadores de telejornais. O sensacionalismo ou a notícia como espetáculo é o resultado dessa outra vertente da notícia percebida nos noticiários de televisão. A informação-ônibus, como antevia Pierre Bourdieu (1997), invadiu o cenário televisivo.

Por seu poder de difusão, a televisão levanta para o universo do jornalismo escrito e para o universo cultural em geral um problema absolutamente terrível. [...] A televisão produz efeitos que, embora não sejam sem precedente, são inteiramente inéditos. Por exemplo, a televisão pode reunir em uma noite diante do jornal das 20 horas mais pessoas do que todos os jornais franceses da manhã e da noite reunidos. Se a informação fornecida por tal meio se torna uma informação-ônibus, sem aspereza, homogeneizada, veem-se os efeitos políticos e culturais que podem resultar disso (BOURDIEU, 1997: 62).

O escritor francês Guy Debord, embora não tenha estudado especificamente a televisão, defendeu em seus trabalhos que a sociedade contemporânea, com os efeitos da modernização e da globalização econômica, tornou-se uma sociedade espetacularizada. Para ele, a realidade, o real, quando é invertido pelo espetáculo, passa a ser efetivamente um produto. “O alvo é passar para o lado oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo no real. Esta alienação recíproca é a essência e o sustento da sociedade existente.” (DEBORD, 1997: 15). A sociedade do espetáculo, apresentada nas teses de Debord, é identificada hoje na cultura de massa agendada pelos programas de televisão no Brasil. Um exemplo é o recorte apresentado neste artigo.

2. A espetacularização e o “infotimento”

Bourdieu (1997) analisou o jornal televisivo como um produto hoje banalizado em detrimento também do espetáculo, onde se constrói o objeto de acordo com as categorias de percepção do receptor.

É o que faz com que todo o trabalho coletivo que tende a homogeneizar e a banalizar, a “conformizar” e a

“despolitizar” etc., que descrevi, convenha perfeitamente, embora ninguém, propriamente falando, lhe seja o sujeito, embora ele jamais seja pensado e desejado como tal por quem quer que seja. É algo que se observa com frequência no mundo social: vê-se ocorrer [sic] coisas que ninguém quer e que podem parecer ter sido desejadas (“é feito para”) (BOURDIEU, 1997: 63).

Embora Debord (1997) tenha apresentado, em suas teses, a sociedade do espetáculo sem inseri-la no mundo da televisão, a discussão remete para o cotidiano dos programas televisivos. Ele falou no espetáculo não como um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. Assim, a visão do teórico encaixa-se perfeitamente no modelo de televisão que se vê hoje no Brasil. No caso da reportagem apresentada, percebe-se o valor da notícia em função do papel social e da visibilidade que aqueles “atores” têm em detrimento da informação, papel do jornalismo.

A sociedade que se baseia na indústria moderna, na concepção de Debord (1997), não é fortuita ou superficialmente espetacular; ela é fundamentalmente “espetaculoísta”. A imagem passa a reinar e o desenrolar dos fatos é tudo, o fim não é nada. O domínio do espetáculo e a necessidade de espetáculo sobre a sociedade encaixam-se no poder de *status* proporcionado pela televisão.

O espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. Ele nada mais é que a economia desenvolvendo-se por si mesma. É o reflexo fiel da produção das coisas, e a objetivação infiel dos produtores (DEBORD, 1997: 17).

Na contemporaneidade, a informação deixa de significar a representação simbólica dos fatos para se apresentar como um produto híbrido que se associa ora à publicidade, ora ao entretenimento, ora ao consumo, deixando muitas vezes de cumprir sua missão primordial de informar.

Marcondes Filho (1989) afirmou que o jornalismo atual, para sobreviver, apela para a indústria imaginária de notícias: “Criam-se fatos, forjam-se notícias, estimulam-se polêmicas fictícias, constrói-se o conflito em laboratório. O estúdio de TV, a cabine de rádio e a redação do jornal deixam de ser meios de transmissão de fatos e tornam-se eles mesmos os produtores de mundos”.

A lógica do espetáculo absorve e comanda a organização e a disposição de conteúdos. Os programas de ficção, cada vez mais, buscam sustentar-se em argumentos da realidade enquanto os programas de telejornalismo precisam adequar-se a uma narrativa mais ou menos melodramática para capturar o telespectador pelo desejo e pela emoção.

A reportagem do programa “Balanço Geral”, estudada neste artigo, é um exemplo de como os programas jornalísticos da televisão brasileira buscam espetacularizar seu conteúdo

e transitam entre jornalismo e entretenimento. Os estudos da informação mixada com recursos de entretenimento já criaram o conceito de “infotimento”. Este tipo de jornalismo destina-se às matérias que visam a informar e divertir, como estilo de vida, fofocas, notícias de interesse humano. Este termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos ao mesmo tempo que atende às necessidades de informação do receptor dos dias de hoje.

Para Fabia Dejavite (2006), o “infotimento”, isento de carga ideológica e distante do projeto editorial totalmente informativo, pode ser considerado uma forma de lazer medida pelos meios de comunicação.

A função de recreação e entretenimento permite que as pessoas participem de atividades recreativas, culturais e sociais. [...] E, dentro desse cenário, os veículos de comunicação de massa acabam difundindo informações, ao mesmo tempo que distraem a audiência. Esse papel pode ser considerado como um fator de equilíbrio, um meio para suportar as disciplinas, obrigações e coerções necessárias à vida social (DEJAVITE, 2006: 49).

De acordo com Bourdieu (1997), a TV é capaz de dar sentido ao insignificante anedótico e acidental, transformando em fato importante o que não é, como crimes passionais, raptos de crianças, histórias de personagens que venceram na vida e depois perderam tudo o que tinham, por exemplo, amenizando, dessa forma, a importância do que realmente deveria ser um fato com maior relevância. A política é um bom exemplo dessa troca.

No dizer de Debord (1997), espetáculo é a face imaginária da dominação, o mito que naturaliza o poder e coloca a fantasia dos telespectadores a seu serviço. O espetáculo é a conservação da inconsciência na mudança prática das condições de existência.

A mais velha especialização social, a especialização do poder, encontra-se na raiz do espetáculo. Assim, o espetáculo é uma atividade especializada que responde a todas as outras. É a representação diplomática da sociedade hierárquica diante de si mesma, na qual toda outra fala é banida. No caso, o mais moderno também é o mais arcaico (DEBORD, 1997: 20).

Debord (1997) demonstrou que a grande realidade é a realidade da representação, do simulacro. O espetáculo é o real. O espetáculo oficializa a práxis social global que se cinge em realidade e imagem. Não se trata da oposição entre realidade e espetáculo, mas de desdobramento essencial, no qual a alienação é recíproca. A realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retorna em si a ordem espetacular. E o caráter fundamentalmente tautológico do espetáculo decorre do simples fato de seus meios serem, ao mesmo tempo, seu fim.

Conforme salientou Debord (1997: 30), o mundo mostrado pelo espetáculo é o do império da mercadoria. A produção econômica moderna espalha extensa e intensivamente sua ditadura. A mercadoria-espetáculo,

desse modo, exclui a qualidade e promove a quantidade, garantindo audiência e pontos na audiência. Por essa razão, o espetáculo passou a ser a ocupação total da vida social pela mercadoria. O mundo imaginário passa a ser imprescindível para os mercadores e consumidores. Isso cria uma pseudonecessidade que é alimentada permanentemente, o que também contribui para uma falsa justificativa voltada a essa falsa vida. Para Debord (1997), o espetáculo não exalta os homens e suas armas, mas as mercadorias e suas paixões.

3. A tragédia e o espetáculo

Angelina Filgueiras dos Santos, de 42 anos, morreu em Piratininga, Niterói, região metropolitana do Rio de Janeiro, em junho de 2012, durante uma briga entre o ex-marido e o namorado dela. Segundo depoimento do namorado de Angelina, ela teria se matado.

Esta seria apenas mais uma das várias reportagens sensacionalistas que desfilam nas telas da televisão brasileira se não fosse a vítima irmã de Ângela Bismarchi, famosa atriz de TV, modelo fotográfico e dona de uma grife de biquínis e lingerie eróticas. Na época da tragédia, Ângela participava do *reality show* “A Fazenda”, na Rede Record.

O caso descreve bem a trama da notícia sendo transformada em espetáculo. O crime não tem nada de inédito. A polícia estuda três prováveis hipóteses para a tragédia que levou Angelina a óbito. A primeira seria ela ter sido assassinada pelo ex-companheiro, motivado por ciúmes; outra hipótese é que, no meio da confusão entre o ex-marido, o namorado e a vítima, tenha ocorrido um disparo acidental que veio a atingi-la; e a terceira, que a policial teria se suicidado. Se a primeira hipótese se comprovar, Angelina apenas engrossaria a estatística de homicídios no Brasil. E o que difere esta vítima das demais pessoas que são assassinadas todos os dias? Seria o fato de a escritora da Polícia Federal ser irmã da modelo Ângela Bismarchi, uma das integrantes do programa “A Fazenda”, da Rede Record, que estava em exibição no mesmo período em que ela foi morta e de que essa circunstância chamaria mais a atenção do público para o programa e aumentaria a audiência?

A transmissão, pelo “Balanço Geral”, da morte, do enterro e da vida de Angelina Filgueiras dos Santos foi um trabalho marcado pelo espetáculo, e não pela informação jornalística como se autocaracteriza o programa: a reportagem do enterro da vítima, com duração superior a dez minutos, foi muito extensa, considerando-se a característica da linguagem telejornalística. Após os cinco primeiros minutos da reportagem é que houve informação sobre o caso e a investigação da polícia. O parentesco da vítima com uma “celebridade” participante de um *reality show* na televisão foi o que deu o tom da informação.

Desde a década de 1950, muitos autores, ao analisarem a seleção de notícias, concentraram sua atenção nos valores-notícias (características do fato em si) e na ação pessoal do profissional, mas, ao avançarem nas comprovações de que a seleção prossegue no trajeto

do tratamento dos fatos dentro da redação, costumavam empregar como sinônimos seleção e valores-notícia. Os estudos de seleção de notícias partiam, em geral, do conceito de gatekeeper (seletor de notícia), aplicado ao jornalismo no estudo clássico de David Manning White, difundido nos estudos acadêmicos de comunicação na década de 1960.

Como demonstrou Mauro Wolf (2005), os critérios de noticiabilidade estão voltados para os processos de produção, onde os agentes são as empresas jornalísticas e os jornalistas.

O elemento fundamental das rotinas de produção, isto é, a escassez de tempo e de meios, acentua a relevância dos valores/notícia, que acabam se encontrando profundamente radicados em todo o processo de informação. Esse processo compõe-se de diversas fases, variadas segundo a organização do trabalho específica de cada redação e de cada meio de comunicação (2005: 228).

Wolf ainda discutiu que o valor-notícia pode estar ligado à quantidade de pessoas incluídas nos acontecimentos, mas não descartou o valor-notícia e sua relação com pessoas famosas:

Quanto maior o número dos indivíduos envolvidos num desastre ou a presença de “nomes importantes” numa ocasião formal, maior é a visibilidade desses eventos e, portanto, seu valor-notícia. Também a respeito desse fator, há complementaridade dos valores-notícia: de fato, ele se relaciona diretamente ao da afinidade cultural e da distância [...]. Um evento (por exemplo, um acidente aéreo ou uma catástrofe natural) que envolve um número limitado de pessoas, mas ocorre nas proximidades é mais noticiável do que o mesmo tipo de evento que envolve muito mais vítimas, mas ocorre em local bem mais distante (WOLF, 2005: 211).

No programa “Balanço Geral” do dia 18 de junho, analisado neste artigo, a seleção de falas e de imagens levou em conta apenas o envolvimento e situação emocional dos **atores**.

Apresentador: enterro da policial federal Angelina Filgueiras dos Santos, irmã da modelo e integrante do *reality show* “A Fazenda”, Ângela Bismarchi, foi marcado pela dor e pela revolta (“Balanço Geral”, TV Record, 18/06/2012).

A cena de Bruna, a filha legítima do casal, jogando água nas câmeras que registravam as imagens, também foi motivo de comentários. Para Wagner Montes, o comportamento da garota era normal e aceitável diante das circunstâncias. O apresentador, depois de exibidas as imagens que comoveram o público, concluiu que apenas os laudos poderiam atestar a causa *mortis*, mas deixou claro para o telespectador que sua preocupação não era essa, mas sim o futuro da adolescente Bruna, de 16 anos, que ficara órfã de pai e mãe.

Outra “preocupação” demonstrada pelo apresentador seria a saúde emocional da modelo, atriz e empresária Ângela Bismarchi, que estava confinada nos estúdios de “A Fazenda”.

Wagner Montes frisou em seu texto:

[...] ela deve estar sofrendo muito, muito. Inclusive soube que as roupas que Ângela Bismarchi usa no programa foram até boladas pela própria Angelina, que passava por tratamento psiquiátrico, tendo em vista o final do relacionamento não aceito pelo ex-marido. Isso deixa a gente muito triste. Ter que divulgar uma situação dessa é triste, muito triste. Agora, a Bruna terá que viver com os tios. Tudo que estiver ao nosso alcance (grifou-se) vamos fazer para tentar amenizar a dor dessa família.

A forma como o apresentador falou no seu texto demonstra uma relação afetiva entre um “ator” da ação comunicativa da TV e o objeto exibido. Nesta inserção da vida privada na vida pública exibida pela televisão, percebe-se que não se trata de responsabilidade social do apresentador em relação à vítima, já que não cabe ao programa, mas é uma forma de aproximação com o telespectador. Debord (1997) afirmou que, no espetáculo, uma parte do mundo se representa diante do mundo e lhe é superior. Nas falas do apresentador e na tentativa de criar um vínculo emocional com o seu público, levando-o a ter piedade da filha da vítima, que ficou órfã, a alienação da audiência é evidente, como acentuou Debord: “a alienação do espectador em favor do objeto contemplado se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes, menos compreende sua própria existência”.

No estudo, identificaram-se, também, recursos de sensacionalismo, *merchandising* e apelo emocional. *Merchandising* no anúncio das roupas que Ângela Bismarchi usava no programa e no fato de chamar a atenção do telespectador para a audiência da “A Fazenda”, produto da mesma rede de televisão na qual é exibido o programa analisado.

O clima de comoção e introspecção, elementos usados na reportagem analisada, leva a uma violência do imaginário, como apontaram Eugênio Bucci & Maria Rita Kehl (2004), em que o funcionamento do imaginário dispensa a necessidade do pensamento. Bucci & Kehl (2004) afirmaram que a televisão, de alguma forma, tem responsabilidade na produção da violência, seja ela psicológica, seja verbal ou física. Mas há muitas controvérsias sobre qual é a relação da imagem com a violência. Para ela, nas sociedades de massa, faz sentido pensar que o Outro está encarnado nessa produção imaginária da qual a televisão é o principal veículo, onipresente e onisciente como Deus, funcionando para o sujeito como oferta incessante de objetos para o desejo e, portanto, como suposição de um saber sobre o próprio desejo. Logo, a violência simbólica é inerente à imagem, sempre percebida como uma ferramenta e uma técnica que maneja com facilidade a captação pelo olhar humano, dominando os pensamentos.

Essa violência do imaginário tem, sim, relações com os padrões de comportamento na vida real, mas não há aí uma relação de causa e efeito. E, mais ainda, a violência do imaginário independe dos conteúdos que as imagens da cultura de massas apresentam (BUCCI & KEHL, 2004: 88).

Ainda de acordo com Bucci & Kehl (2004), o maior problema da cultura de massas é o imperativo mercadológico que a sustenta, diferenciando o “bom” e “mau” produto cultural de acordo com critérios de audiência e lucro; impondo uma lógica tirânica, que exclui todas as experiências e expressões pouco rentáveis de circulação, sob o imperativo da novidade predominante na sociedade contemporânea, que mascara uma extrema intolerância a tudo o que não se rege pela dinâmica veloz do consumo. Os referidos autores pontuaram que, nesse sentido, também continua válido o conceito de sociedade do espetáculo; a circulação veloz e abrangente das imagens/mercadoria faz com que as pessoas enxerguem que o espetáculo segue a todo vapor, recobrando todo o planeta com imagens sedutoras, cuja forma predominante e mais eficiente, em matéria de produção de subjetividade, é a imagem da marca publicitária.

4. Considerações finais

O espetáculo faz parte de uma característica contemporânea

da nova sociedade e dos meios de comunicação, aliado às características do “infotimento”, apresentando-se como fenômeno de novas relações sociais provocadas por mudanças tecnológicas, econômicas e culturais.

O jornalismo, que deveria informar com responsabilidade, aderiu à notícia de consumo apenas entretendo ou tentando provocar identificação com o telespectador através da espetacularização. Tal pensamento vem agregar-se ao estudo desenvolvido e apresentado neste artigo, constatando que o espetáculo em busca de audiência fez-se presente na exibição da reportagem sobre a morte de Angelina Filgueiras. Debord (1997), nas teses em que discutiu o conceito da “sociedade do espetáculo”, afirmou que o espetáculo nada mais é que o exagero da mídia, a qual, ao invés de comunicar, produz abusos.

Vive-se em um mundo onde o espetáculo se constitui como o “modelo atual da vida dominante”. Assim, o fato brota no espetáculo, e o espetáculo é real. Esta sintonia forte no telejornalismo passa a estabelecer um modelo de realidade totalmente fictícia.

5. Referências

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEJAVITE, Fabia Angélica. *Infotimento: informação + entretenimento no jornalismo*. São Paulo: Paulinas, 2006.

GREGOLIN, Maria do Rosário. *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia*. São Paulo: Ática, 1989.

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. 2.