

IMAGEM-DISCURSO: EFEITOS DE SENTIDO NO TEXTO TELEVISIVO

Luciana Carmona GARCIA (bolsista Fapesp)

Universidade Federal de São Carlos

lucianacgarcia@yahoo.com.br

Resumo:

Este trabalho resulta de reflexões em torno da questão do olhar sobre a imagem enquanto elemento discursivo, mais especificamente, da imagem televisiva considerada como discurso. O discurso-espetáculo característico da televisão é estruturado pela difusão simultânea de sinais audíveis e visuais. Os sinais audíveis são manifestos a partir de intervenções orais e tons melódicos; os visuais remetem à composição cenográfica dos elementos (imagéticos e/ou verbais) dentro dos limites do campo da câmara. É a união desses sinais que configura o enunciado sincrético (compósito ou multimodal), objeto de recentes estudos discursivos. No enunciado sincrético, todos os elementos formam parte do dizer; para esta reflexão, destacar-se-á o dizer da imagem. Mesmo que não seja exclusivo o efeito da imagem, consideramos que seu funcionamento se dá por sua característica de antecipação e instantaneidade: trata-se de um mecanismo de atração do olhar, ou seja, o olhar capta primeiro a imagem e, em seguida, os demais elementos do enunciado. Assim, a (re)atualização da memória recai, em princípio, sobre a imagem, porque ela pode trazer, antes, vestígios de sentidos calcados na história.

Palavras-chave: Análise do Discurso; Televisão; Imagem.

O discurso-espetáculo característico da televisão é estruturado pela difusão simultânea de sinais audíveis e visuais. Os sinais audíveis são manifestos a partir de intervenções orais e tons melódicos; os visuais remetem à composição cenográfica dos elementos (imagéticos e/ou verbais) dentro dos limites do campo da câmara. É a união desses sinais que configura o enunciado sincrético (compósito ou multimodal), objeto de recentes estudos discursivos. No enunciado sincrético, todos os elementos formam parte do dizer, de modo que dificilmente pode-se olhar de maneira exclusiva para um único elemento. Nesta exposição, sem desconsiderar os demais elementos do enunciado, meu objetivo é destacar a discursividade do elemento imagético, com vistas a compreender o (ou um) funcionamento da imagem em movimento – própria do suporte televisivo.

Mesmo que não seja exclusivo o efeito da imagem, consideramos que seu funcionamento se dá por sua característica de antecipação e instantaneidade: trata-se de um mecanismo de atração do olhar, ou seja, o olhar capta primeiro a imagem e, em seguida, os demais elementos do enunciado. Assim, a (re)atualização da memória recai, em princípio, sobre a imagem, porque ela pode trazer, antes, vestígios de sentidos calcados na história.

1. Imagem e memória

Para Fonseca-Silva (2007), toda materialidade simbólica funciona, do ponto de vista da AD, como um *lugar de memória* discursiva, porque o símbolo *investe* os lugares de memória. Assim, em um discurso que se constitui de modo compósito, a produção de *efeitos de memória* se faz a partir de elementos imagéticos.

Se o interdiscurso – tal como o compreendemos a partir das reflexões de Courtine (1981) – constitui o domínio ao qual pertencem os efeitos de memória nas séries de enunciados verbais, cuja circulação retoma um já dito, abre-se a ressignificações, repetições ou ao desaparecimento, é à *intericonicidade* (COURTINE, 2009) que responde a regularidade na circulação dos elementos imagéticos produzindo efeitos de memória.

Toda imagem alude a uma memória visual, de onde ressurgem outras imagens, e se abre a ressignificações¹. O olhar sobre a imagem possibilita a recuperação tanto de outras imagens de um *já visto* quanto de outras representações discursivas estabilizadas em um domínio de memória e atravessadas pela imagem que circula em um dado domínio de atualidade; é esse jogo de (re)significações que produz *efeitos de memória* porque (re)significa a partir dos sentidos constituídos historicamente nas práticas sociais, e (re)atualiza o passado segundo a posição que um indivíduo ocupa em determinado grupo social (família, escola, religião etc.).

2. Representação do real *visível* e *visual*

No jogo de luzes que compõe a imagem difundida pelo suporte televisivo, está em foco o que podemos chamar, aqui, de *sujeito espectador*. Obviamente, os conteúdos televisivos são produzidos para *consumo*, mas o que chamo à atenção aqui é que esse sujeito espectador faz parte das *condições de produção* do discurso televisivo, porque a representação do que consideramos *o real visível* é, de fato, a representação do *real visual*, ou seja, as imagens são capazes de (re)produzir sentidos calcados em Formações Discursivas distintas. No entanto, essa capacidade implica uma espécie de aceitação (ou de um *saber sobre*) – construída(o) social, cultural e historicamente – da perspectiva imagética enquanto instrumento autêntico de representação do real. A partir dessa construção sócio-cultural do que se compreende como uma analogia do real, as imagens difundem discursos.

Por sua vez, o sujeito concebido enquanto *espectador* da imagem da televisão se constitui na virtualidade de um saber, de uma sociedade, de uma cultura, de uma história: assim, o visível (o que é dado a ver) sempre será visual (construção que simboliza o mundo perceptível desse sujeito conceitualizado).

Quando essa imagem, carregada de uma primeira abordagem discursiva, passa a circular no suporte televisivo, torna-se elemento do enunciado compósito e abre-se, potencialmente, a outros efeitos de sentido, pois traz, em seu interior, ecos de *já ditos* e de *já vistos* que são acionados em sua materialidade.

O efeito de representação do real (ou de reflexo da realidade) será eficaz na medida em que os *já ditos* e os *já vistos* circulem socialmente, produzindo sentidos, e que o efeito visual corresponda à representação do real construída por uma *ordem do olhar* dentro de uma sociedade cultural. Essa ordem do olhar rege o que pode ser visto e o que se aceita como passível de ser dado a ver, o que representa ou não a *analogia*, tal qual é compreendida e definida pelo conjunto sócio-histórico-cultural². E essa compreensão de analogia também

¹ Um exemplo de fácil associação é a ressignificação contínua do quadro *A Mona Lisa*, de Leonardo da Vinci, que se pode observar sem dificuldades nos *sites* de busca na *internet* (cf. www.monalisamania.com).

² Tal afirmação me remete à obra de Jacques Aumont ([1990] 2001), na qual ele se refere à veiculação das primeiras imagens cinematográficas, feitas em preto e branco. Elas não são, em definitivo, uma representação perfeita do real – basta compará-las à nossa percepção colorida das imagens externas –, porém, na relação humana com a imagem ao longo da história, aquela representação foi “compreendida socialmente” como sendo do real. É possível observar o mesmo efeito na relação com a imagem 3D: ela provoca uma “sensação”

atinge uma certa regência do que pode ser concebido como *natural* (que alcança melhor o âmbito de *credibilidade* no real) ou *artificial* (que tem menos legitimidade na representação de um real).

É nessa relação da imagem como representação de uma realidade que se pode considerá-la uma produção sócio-cultural e, conseqüentemente, carregada de uma *eficácia simbólica*.

[...] se a imagem define posições de leitor abstrato que o espectador concreto é convidado a vir ocupar a fim de poder dar sentido ao que ele tem sob os olhos, isso vai permitir criar, de uma certa maneira, uma comunidade – um acordo – de olhares: tudo se passa então como se a imagem colocasse no horizonte de sua percepção a presença de outros espectadores possíveis tendo o mesmo ponto de vista (DAVALLON, 1999, p.31).

3. Um pouco de análise

Para aprofundar um pouco as reflexões sobre o funcionamento da imagem televisiva, trago para um pequeno ensaio de análise algumas imagens de dois programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (denominado, à época, Horário Gratuito Eleitoral) de 1989, transmitidas entre 01 e 05 de dezembro de 1989, quando da primeira eleição para a presidência da República após a abertura política. Trata-se dos programas de Fernando Collor de Melo (eleito no 2º turno) e Lula (concorrente também no 2º turno).

As condições de possibilidades para a produção dos discursos a seguir se dão, historicamente, num momento de insegurança política, facilitada, simultaneamente, pelo fim da ditadura militar e pela eleição direta, *pelas mãos do povo*, à Presidência da República.

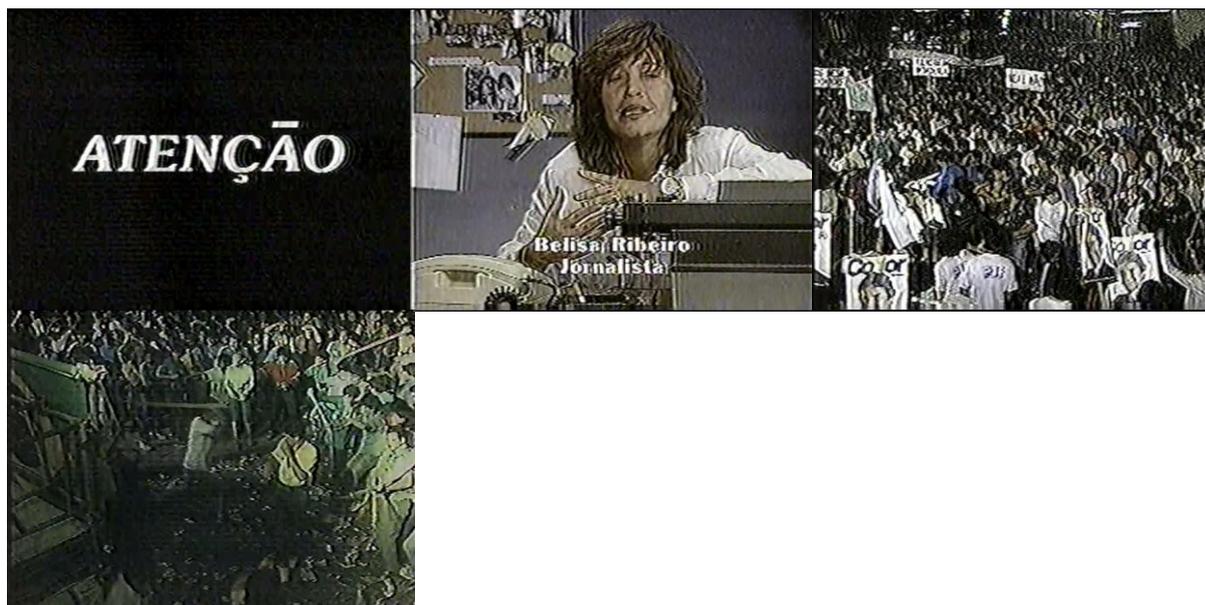
No interior do cenário bélico que se ergueu durante a campanha eleitoral transmitida pela televisão, o discurso político construiu (no 2º turno, pelo menos), de um lado, vítimas de uma guerra ideológica sangrenta e, de outro, algozes impiedosos que davam corpo a essa guerra. Dos dois lados, as representações de vítima e algoz se associavam aos dois candidatos, sucessiva e ininterruptamente.

Essa estratégia tornou possível a discursivização de temas como *revolta*, *indignação* e *medo*. Especialmente, entre os dias 01 e 05 de dezembro, essa tematização se vale de uma mesma imagem.

Vejamos (os grifos são meus):

1 - Programa Collor – 01/12/1989

00:32'40" – 00:35'00"



Na tela: ATENÇÃO

Belisa Ribeiro: Oi, eu sou a Belisa. Meu nome é Belisa Ribeiro, eu sou jornalista e eu trabalho aqui, fazendo o programa de TV do Collor. **Era mais ou menos meia-noite**, a gente já estava quase indo embora pra casa e a gente teve que parar a edição. **O Collor não pôde fazer o comício** dele em Caxias, no Rio Grande do Sul. **Tinham quebrado tudo**: tinham quebrado nosso palanque, nossas câmeras, a luz do VT. Tinham quebrado até o Vandir, o nosso electricista. **Não dá pra acreditar nisso**: gente igual a gente, gente jovem, **gente que nunca votou pra presidente quebrando, batendo**. O que você vai ver agora é o que restou. Mas amanhã, a gente promete fazer um programa mais bonito, tá?

2 - Programa Lula – 03/12/1989

00:58'04" – 00:59'16"



Locutor: A Rede Povo denuncia: Seguranças de Collor provocam população e tentam humilhar a cidade de Caxias do Sul.

Quinta-feira, a **equipe de Collor bloqueou o centro da cidade** para montar um palanque. Horas antes do comício, os Colloristas passaram a **divulgar ofensas** contra Brizola e Lula por poderosos autofalantes, **com evidente intenção de provocação**.

No primeiro turno, 66% dos votos de Caxias do Sul foram para Brizola, 7% para Lula e apenas 6,4% para Collor.

A população da cidade sentiu-se ofendida com os ataques. Suas reclamações foram respondidas com pancadaria por lutadores de karatê e por seguranças armados de Collor. Na hora do comício, atacaram pessoas que se encontravam na praça usando a mesma violência que no primeiro turno praticaram contra jornalistas e manifestantes. A violência continuou no dia seguinte, no programa de TV de Collor, onde foi apresentada uma versão totalmente falsa dos fatos. Estes são os métodos do antidemocrata Collor e das classes dominantes que o apoiam.

3- Programa Collor – 05/12/1989

1:10'53"/1:12'49" – 1:14'33"



Na tela: O PT ENGANA O POVO BRASILEIRO

Locutor: Para o PT, só existe uma verdade, a verdade do PT. E, geralmente, **a verdade do PT é uma mentira.** (...)

Imagine alguém que vai estudar o **massacre dos Judeus** na Segunda Guerra Mundial e age assim: joga fora todos os livros de História e **vai entrevistar os carrascos nazistas.** Claro que eles vão dizer que não mataram ninguém. **É assim que funciona a verdade do PT.**

O PT chega ao cúmulo da falta de vergonha manipulando imagens de TV para ajudar sua farsa. Veja só: esta cena foi ao ar no programa do Collor. Os militantes do PT partem pra cima do nosso palanque armados de pedaços de pau. Só então, este homem se defende do ataque. Adivinha o que o PT põe no ar? Só a cena do homem que se defende, **como se ele estivesse atacando, sozinho, todo esse grupo de desordeiros** do PT. Isso se chama farsa e **a atitude do PT se chama nazismo.**

Boris Casoy: Esses baderneiros impediram a realização de um comício, um símbolo eleitoral, um símbolo da democracia. **Esse tipo de ação lembra muito bem o período nazista na Alemanha. Foi uma ação nazista.** É inacreditável que Lula ou Brizola possam concordar com um ato de vandalismo como esse.

Locutor: o PT quer enganar o povo brasileiro usando de falsidades, de trapaças, sem o menor respeito pela verdade. Porque para o PT não interessa a verdade, interessa **a verdade do PT, que não passa de deslavada mentira.**

Neste texto, meu olhar analítico repousa sobre a repetição da seguinte imagem:



Ela é transmitida nos três programas: no primeiro deles (do candidato Collor), do dia 01/12/1989, após o pronunciamento do indivíduo que se afirma jornalista, com o nome Belisa Ribeiro. Enquanto jornalista, seu discurso tem legitimidade enquanto relato dos fatos. É ele que sustenta toda a sequência imagética que segue sob a expressão verbal “**O que você vai ver agora é o que restou.**” A sequência de imagens se apresenta sem nenhum tipo de narração, como se fosse a captação crua e imprevista da câmera, que se depara com o real, do qual a imagem em questão funciona como o clímax.

Dois dias depois, a mesma imagem (re)atualiza o enunciado do programa do candidato Lula do dia 03/12/1989, dessa vez, legitimado pelo pronunciamento de um locutor, que representa uma espécie de porta-voz da verdade, isento de parcialidade. Nessa (re)atualização, a imagem ressignifica com o auxílio do verbo, que pronuncia: “Na hora do comício, atacaram pessoas que se encontravam na praça **usando a mesma violência que no primeiro turno praticaram contra jornalistas e manifestantes**”. Ela continua sendo o clímax da representação do real, porém, está orientada para a produção de sentidos que buscam sobrepor o *real* anterior a este novo *real*.

Por fim, no programa do candidato Collor do dia 05/12/1989, novamente esta imagem se (re)atualiza e se sobrepõe, enquanto real, ao enunciado anterior. Dessa vez, é também um locutor que pronuncia o verbo, nos mesmos moldes do programa do dia 03/12, e a imagem emerge sustentada pelo verbo, que afirma: “Só então, este homem se defende do ataque. Adivinha o que o PT põe no ar? Só a cena do homem que se defende, **como se ele estivesse atacando, sozinho, todo esse grupo de desordeiros** do PT.” Nesta (re)atualização, o formato narrativo do enunciado permite observar outros clímax além do que a imagem destacada oferece.

Neste jogo discursivo, do qual também participam as imagens, a repetição e sobreposição da mesma cena (da qual os programas dos dois candidatos se apropriam para mostrar a sua verdade) vai minimizando o efeito de sentido de clímax que o próprio enquadramento da cena oferece: a representação da desordem e da agressão física de um grupo social, representando a ausência do conceito de democracia e reforçando efeitos de sentido que tematizam o medo (aludido pela possibilidade da má escolha pelo voto), a revolta e a indignação (reforçado pela expressão: “não dá pra acreditar”).

A imagem é saturada em seus efeitos de sentido porque significa o *sim* e o *não*, o *ataque* (da equipe do Collor) e a *defesa* (de um manifestante aos ataques dos militantes petistas), possibilitando que ela se opacifique a ponto de se deslocar do centro de *eficácia simbólica* para a margem do discurso e dar lugar à imagem da Suástica, seguida da palavra

nazismo – que, igualmente, deslocada dos efeitos de sentido produzidos historicamente durante a Segunda Guerra, *nomeia* um estado de desordem representado pela imagem e faz emergir efeitos de sentido cristalizados socialmente como *morte*, *poder totalitário*, *perseguição política*, que, invariavelmente, trazem à tona efeitos de sentido que estariam relacionados ao próprio período ditatorial no Brasil. Despida da simbologia que estivera na base do jogo discursivo, a imagem perde seu poder emblemático em favor de um símbolo mais eficaz.

Assim, as regularizações intericônicas que reforçam os sentidos da interposição oral, verbovisual e sonora, têm suas condições de existência reguladas pelas práticas sócio culturais que constroem historicamente determinados sentidos no domínio de memória discursiva, indicando, disseminando, cristalizando e legitimando “modos de pensar” (FONSECA-SILVA, 2007) que operam na sociedade. Essas práticas se inscrevem em diversos outros domínios de saber e deslizam de um campo discursivo a outro, produzindo efeitos de memória que poderão ser objeto de discursos futuros – ou seja, esse todo significativo se inscreve na memória discursiva porque entra em uma rede de significados que circula entre os domínios de saber e proporciona deslocamentos, repetições, apagamentos, esquecimentos, retomadas, atualizações e transformações.

Os efeitos de sentido, deste modo, orientam *o que se pode ver e o que pode ser visto* com relação ao discurso imagético que se pode contemplar na televisão. Esses discursos-imagem passam, assim, a formar parte da série de enunciados que *podem e devem ser vistos* dentro de uma *ordem do olhar*, constituída sócio, histórica e culturalmente pelos sujeitos.

4. Referências Bibliográficas

AUMONT, J. [1990] **A imagem**. Tradução de Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro. 6ª ed. Campinas: Papyrus, 2001.

COURTINE, J.-J. [1994] As derivas da vida pública: sexo e política nos Estados Unidos. In: _____. **Metamorfoses do discurso político**: derivas da fala pública. São Carlos: Claraluz, 2006.

COURTINE, J.-J. **Análise do discurso político**: o discurso comunista endereçado aos cristãos. [1981] Tradução de Cristina de Campos Velho Birck et al. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

COURTINE, J.-J. Discurso e imagens: para uma arqueologia do imaginário. Entrevista concedida com exclusividade para o II Colóquio Internacional de Análise do Discurso (II CIAD/UFSCar), 19 de set. 2009.

DAVALLON, J. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, Pierre et al. **Papel da memória**. Campinas: Pontes, 1999. p. 23-32.

FONSECA-SILVA, M. C. Mídia e lugares de memória discursiva. In: _____, POSSENTI, S. (Org.). **Mídia e rede de memória**. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2007. p. 11-38.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Ed. Loyola, 1996.

GARCIA, L. **O discurso político eleitoral contra a corrupção no HGPE/2006**: memória e construção de identidade. 2010. 178 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2010.

GREGOLIN, M. R. Recitações de mitos: a História na lente da mídia. In: _____. **Filigranas do discurso:** as vozes da história. Araraquara/UNESP, São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2000. p. 19-34.

PÊCHEUX, M. O papel da memória. In.: ACHARD, Pierre et al. **Papel da memória.** Campinas: Pontes, 1999. p. 49-58.