



A ‘Interdição’ da Morte nos Telejornais¹

Carlos Alberto de Souza² - Universidade do Vale do Itajaí

Resumo

Há uma crença de que a morte, ocultada pelas instituições modernas, vem se manifestando com força nos meios de comunicação de massa e na televisão. Esta visão, defendida por alguns teóricos da área social, contrapõe-se a imagem desenhada por outros: Ariès (1989), Baudrillard (1997), Elias (2001), Kübler-Ross (2000). Colocar em discussão esta questão é o objetivo principal deste artigo, que tem por finalidade, também, demonstrar como os telejornais da Rede Globo e CNN trabalham o tema. Para isso, foram estudadas várias edições do Jornal Nacional e de programas jornalísticos da CNN em espanhol. O artigo apresenta alguns elementos trabalhados pelo autor em sua tese de Doutorado em Ciências Humanas/UFSC. A análise envolveu métodos comparativos, Análise de Conteúdo e pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Televisão; gêneros audiovisuais; telejornalismo; modernidade; morte.

Potencializando a violência, não a morte

Diariamente, o público televisivo é bombardeado por uma série de filmes, notícias e informações que traz, como assunto principal, a temática da morte. Sentado à poltrona, o público acompanha o desenrolar de fatos de seu país e do mundo; assiste na tela a violência urbana, extermínio de pessoas e uma gama variada de mortes, vindas de todos os lugares do planeta. Tais informações se constituem no carro-chefe do jornalismo, impresso e eletrônico, para a venda de jornais e noticiários.

A mídia, cada vez mais, tem potencializado a ‘visão’ da violência e morte e estimulado no imaginário coletivo a ‘imagem’ de que o mundo caminha para uma situação de descontrole. Mas nem toda a morte apresentada na TV é “real”. O espaço de realização da morte ‘real’ se dá no jornalismo (noticiários, documentários). Nos outros programas, onde o número de mortes é incontável, trabalha-se com a ficção, encenação.

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação - NP em Comunicação Audiovisual - Seção temática: Televisão.

² Doutor em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina, mestre em comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, editor da revista científica Vozes e Diálogo, líder do Grupo de Pesquisa Cultura Midiática e Linguagens - CNPq, autor do Livro O Fundo do Espelho é Outro: quem liga a RBS liga a Globo, responsável pelo Laboratório de Mídia, Cultura e Estética da Univali e professor do curso de jornalismo da instituição. Endereço eletrônico: calb@univali.br



No jornalismo a coisa é diferente. Diante da tela, o público é atirado para dentro de eventos locais e mundiais – é o telejornal funcionando como uma espécie de túnel do tempo, narrando fatos longínquos e ao mesmo instante dramas e crimes locais. Pelo noticiário, fica-se sabendo, em tempo real, o que acontece no mundo. “Participa-se”, protegido no lar, de crimes bárbaros que chocam a humanidade. E quando não é possível cobrir o fato, por algum tipo de problema, leva-se a ver por outros meios – pela narração de quem presenciou (favorecendo a criação mental de imagens) ou pelas simulações, facilitadas com os avanços técnicos e desenvolvimento de softwares modernos.

Vendo desta maneira, os teóricos - aqueles que acreditam que a morte se tornou pública com a mídia, dentre os quais se destaca Walter (1995) -, têm razão. Realmente, violência e morte povoam o nosso cotidiano. Há centenas de representações para todos os gostos na televisão. E as formas de exibição também se multiplicaram. Há representações e há representações das representações e assim por diante. Como observa Baudrillard (1991), vive-se um mundo de simulações e simulacros.

Ao contrário do cinema, definido como a encenação da ficção como realidade, a televisão, que “pretende encenar a realidade como realidade, é de fato a encenação da ficção como ficção” (BAUDRILLARD, 1991, p. 147). Explica que a informação vinda da televisão, que tem a pretensão de ser universal, encerra cada um no seu próprio circuito artificial. Por outro lado, enfatiza (p.151) que “os acontecimentos, cada vez mais, só têm sentido para aqueles que os vivem, no momento em que os vivem. Fora desse contexto, o eco é artificial e a ressonância é tão nula quanto ensurdecadora”.

Baudrillard é considerado um teórico ‘insuportável’ para aqueles que têm a tendência de pensar que o mundo é isso mesmo. Que ele é constituído por todas essas múltiplas formas de manifestação - a maior parte, virtual. E todas elas são válidas.

O autor (1997, p. 18) chega a falar em “decapitação do real através do próprio excesso das aparências do real”. Diz que “o iconoclasmo moderno não consiste mais em quebrar as imagens, mas em fabricar imagens, uma profusão de imagens em que não há nada para ver” (ibid., p. 89).

A televisão - com sua linguagem híbrida -, faz isso. A realidade para os telespectadores é cada vez mais o que passa na tela. Mas o que passa é cada vez mais ficção. Simular é a palavra de ordem dos novos tempos televisivos e “no horizonte da simulação, não somente o mundo real desapareceu, mas a própria questão de sua existência não tem mais sentido” (BAUDRILLARD, 1997, p. 89).

Vivemos em um mundo de simulação, em um mundo em que a mais alta função do signo é fazer desaparecer a realidade, e mascarar ao mesmo tempo essa desapareição. A arte não faz outra coisa. A mídia hoje não faz outra coisa. Por essa razão, é que estão voltados ao mesmo destino (ibid., p. 90).

O debate se estende

O fato de a morte ter se tornado pública ou não com a mídia, e, é claro, com a televisão, promete render. Os estudos sobre este tema só estão começando e isso é bom. Colocar em questionamento o pensamento desses teóricos pode ser uma boa maneira de estimular o surgimento de novas pesquisas. Novas perspectivas de ver determinados fenômenos sociais.

A questão que faz parte desse artigo é: o que acontece com a morte na televisão, nos telejornais. Ela se torna um fenômeno público ou não? Tomando em conta a pergunta e o debate em torno da questão, envolvendo os autores já citados e outros teóricos como Walter et al. (1995), Abruzzese, Cavicchia Scalamonti (1992), Pizzi (2003), procura-se colocar em debate o tema, tomando por base a análise de emissoras de televisão, nacional e internacional: Globo e CNN. Além de notícias do cotidiano, na análise, prestou-se atenção às informações da guerra. Também se traça brevemente um paralelo entre Jornal Nacional e Jornal da Cultura no que se refere à linguagem noticiosa e a divulgação do fenômeno.

Contrariando a visão da interdição social (predominante), Walter explica que os cientistas sociais têm desconsiderado o papel da mídia na difusão da morte na sociedade ocidental moderna. Salienta que os sociólogos não têm prestado atenção aos *medias*, arena em que a morte se faz presente de forma permanente. Este posicionamento acaba ganhando adeptos.

Abruzzese; Cavicchia Scalamonti (1992) e Pizzi (2003) observam que é nesse universo imaginário de luta, horror e medo que a relação entre o vivo e o morto vem sendo celebrada de maneira fantástica. Hoje, com a progressiva aceleração do processo de compressão espaço/tempo, a morte – progressivamente -, teve que se mostrar. Segundo Pizzi, o jogo da morte tornou-se um assunto global e onipresente.

Apesar das críticas à natureza da comunicação de massa, pois o espectador diante da mídia é um 'náufrago', nas palavras de Abruzzese; Cavicchia Scalamonti.(1992), esta é uma importante moldura social, por isso, torna-se necessário focalizar a atenção nela e nas novas práticas simbólicas da morte. No estudo que

desenvolveu sobre os noticiários da TV e mídia impressa inglesa, Walter et al.(1995) argumentam que a morte se tornou amplamente visível, o que pode ser facilmente comprovado.

A pesquisa que realizou se ateve às notícias, por causa de sua retórica de factualidade, através da qual as histórias contadas adquirem muito da sua força e autoridade. Na mídia, observa, o fenômeno da morte se manifesta de duas maneiras. Em primeiro lugar está a morte de figuras públicas. Estas não podem esperar morrer no privado. Rondelli e Herschmann (2000) observam que a morte de figuras famosas nas sociedades contemporâneas tem sido cada vez mais reconduzida ao ‘mundo dos vivos’, através da encenação midiática. Tais mortes têm a capacidade de “deflagrar narrativas que emergem na mídia de forma híbrida, por articularem informações sobre um real imediato a testemunhos gravados do morto, recuperação de registros nos arquivos [...] testemunhos de seus contemporâneos”. Geralmente, tais narrativas assumem um tom emocionado, trágico quem tem por função atrair a atenção do público. (RONDELLI e HERSCHMANN, 2000, p. 205).

A segunda forma de manifestação, segundo Walter et al. (1995), é a de cidadãos comuns. Estes só viram notícia quando os fatos em que estão envolvidos são extraordinários, anormais, explosivos, inusitados. Alguém que morre sozinho em casa ou no hospital, por problemas cardíacos, por exemplo, não atrairá a atenção dos jornalistas. Nos outros casos, terá tratamento especial.

A ênfase pública destas mortes, explica Walter et al. (1995) é proporcional às características extraordinárias do evento. Dependendo do que aconteceu, tornam-se histórias valiosas por causa da dramaticidade e imediatismo do fato. Incêndio com vítimas, acidentes de mega proporções, crimes violentos têm sucesso garantido nas folhas dos jornais e nas telas da televisão, especialmente porque permitem um tratamento espetacular e sensacionalista.

Tomando as emissões televisivas e as matérias de jornais ingleses, Walter et al. (1995, p.583) consideram inadequada a tese defendida pela maioria dos sociólogos e injusta a frase de Ariès sobre a morte na sociedade: "cada um segue como se ninguém tivesse morrido" ou "a morte não dá mais qualquer sinal".

Mas, que tipos de sinais cria a mídia e como eles podem ser interpretados? Walter procura responder isso, estabelecendo diferenças entre os gêneros discursivos, os gêneros televisivos. Ao contrário dos documentários que procuram retratar a vida dentro de uma rotina, o discurso das notícias, é por definição antitético à normalidade social e

isso contribui para mobilizar as emoções humanas. Considera que o mais característico da notícia é o relato da anormalidade, aquilo que, para os editores, chama mais a atenção.

Tem mais valor de notícia a morte incomum. Esta terá espaço na mídia e tratamento público, especialmente “quando as circunstâncias nas quais ela ocorreu são extraordinárias” (WALTER et al., 1995, p. 584). As questões ordinário-extraordinário/público-privado que caracterizam os sinais da morte nas notícias “estabelecem o palco para a discussão da presença pública (isto é, tornada pública) da morte nas sociedades ocidentais contemporâneas” (ibid. p. 583). O autor mostra que aquilo que é mais explorado, neste tipo de matéria, é justamente a emoção. O que, no seu entendimento, contraria a hipótese de Gorer (1965), que vê a sua representação na mídia como simples pornografia, conceito que leva em consideração a exclusão da emoção ou da humanidade. A morte pornográfica é encarada por Gorer como sendo uma fantasia oferecida às audiências massivas.

Para Walter o que desperta a atenção dos jornalistas e da equipe de jornalismo é a emoção dos fatos e o que eles provocam naqueles que estão envolvidos diretamente com o acontecimento ou assistem de casa, pela TV. Os jornalistas, fotógrafos e câmeras procuram compartilhar as emoções que sentem no momento em que os fatos acontecem, seja um crime, catástrofe ou acidente. “Os repórteres realmente centram sua atenção sobre as emoções, como a mariposa centra sua atenção para uma luz brilhante” (WALTER et al. 1995, p. 584).

Por exemplo, na notícia de um acidente envolvendo um ônibus escolar, na rodovia inglesa M40, a ênfase foi na foto de dois amigos da escola chorando, um confortando o outro, produzida por Dylan Martinez, da Agência Reuters.

Eammonn McCabe, editor de fotografia do The Guardian, defendeu sua decisão de publicar a dramática foto dos amigos chorando da seguinte maneira: *'certamente era melhor expor aquela fotografia do que uma dos destroços ou dos corpos'*³. A tristeza daquelas duas faces tocou corações e as pessoas compartilharam, embora brevemente, a tragédia da perda' (WALTER et al. 1995, p. 585).

Quanto mais dramático um acontecimento, mais interesse público ele tem. Isso não significa que o público, na sua visão, sente prazer particular pelo sofrimento alheio, mas sim o contrário, ele se identifica, solidariza-se com o que se passa na tela ou é publicado

³ Grifo do autor.



nos jornais. As pessoas, em geral, identificam-se com a história, pois imaginam que isso poderia estar acontecendo com elas. Mas a morte apresentada pela mídia, conforme o pesquisador, não é bem vista na Inglaterra. Por um lado, reclama-se da intrusão dos meios de comunicação, principalmente da produção de imagens das coisas privadas, do sofrimento e angústia dos sobreviventes.

Uma pesquisa realizada naquele país demonstra que os britânicos não aceitam que se faça um *close up* do morto e 73% dos entrevistados justificaram sua posição, alegando que os parentes da vítima poderiam estar assistindo a TV naquele momento. Outros alegaram que as crianças poderiam estar na frente da emissora (WALTER, 1995). O sofrimento dos sobreviventes, explica, é matéria prima da mídia no Reino Unido, é isso que os jornalistas ingleses focam em primeiro lugar, estruturando as imagens e textos de suas matérias de acordo com o gênero, idade, *status* e relações de parentesco entre os envolvidos e o morto.

O relato emocional ajuda a mover a opinião pública, acredita Walter. Isso foi o que aconteceu nos EUA durante a guerra contra o Vietnã, quando o povo se mostrou, diante das imagens de sofrimento dos soldados, desfavorável a ação estadunidense. O que ele lamenta é que nem os pesquisadores, nem os sociólogos interessados na morte têm olhado para sua retratação na mídia. Uma matéria cuidadosa e uma análise textual, comparando as mudanças no estilo e conteúdo através do tempo – até mesmo durante o pós-guerra – não foram feitos, e poucas pesquisas têm sido conduzidas, diz o autor, dentro das complexidades social e psicológica da recepção de tais reportagens.

Diante da centralidade da mídia para todo e qualquer entendimento da morte na sociedade, Walter et al. (1995) consideram importante que pesquisadores prestem atenção às representações midiáticas, em razão da relevância que têm a mortalidade para a condição humana. Até que tal pesquisa seja feita, observa, as afirmações teóricas de Ariès (1989), Elias (2001), Kübler-Ross (2000), Mellor e Shilling (apud WALTER, 1995) sobre a repressão da morte na Modernidade devem ser tratadas com considerável prudência.

Embora Walter et al. (1995) tenham destacado à TV um papel importante para o entendimento do fenômeno na atualidade, o trabalho que desenvolveu revela fraquezas e mostra que sua visão apresenta problemas. O autor dá pouca ênfase à espetacularização⁴

⁴ Espetacularizar, de acordo com Souza (2005) e Cazeneuve (1997) pode significar ao mesmo tempo banalizar e esconder, formas de manipulação dos fatos e fenômenos divulgados pelos Meios de Comunicação de Massa. Quando você cria espetáculo, você pode estar banalizando o assunto. A banalização na TV, defende-se, não se dá exclusivamente pela apresentação constante e pela repetição exagerada do tema, mas também pelo tratamento

televisiva empreendida na busca de audiência. Não ouve o público sobre as cenas e discursos apresentados, apesar de considerar importante a análise da recepção. Revela que o público inglês não tem interesse em ver cenas do morto (*close-up*), mas não explora tais informações como reveladoras das atitudes contemporâneas diante da morte. Não faz um estudo aprofundado da linguagem jornalística e não relaciona os artifícios utilizados pelos profissionais da área para excluir da mensagem e da imagem aquilo que fere o público.

É possível concordar que a morte se tornou pública na televisão? Há muitas dúvidas sobre o que é mostrado e como é mostrado que precisam de investigação. Como Walter et al. deixam transparecer, a imprensa britânica prefere mostrar a dor da separação, mas pouco o morto, para não provocar reações ou chocar a ‘platéia’.

Mostram-se os sinais da morte e, às vezes, muito rapidamente. Talvez Walter não tenha prestado a devida atenção na frase de Eamonn McCabe, citada anteriormente: "certamente era melhor expor aquela fotografia do que uma dos destroços ou os corpos". A frase ilustra a indisposição social e dos meios de comunicação para o fenômeno. A mídia, tal como o *funeral directors* americano, prefere maquiá-la, transfigurá-la, reduzindo assim seu poder.

Walter et al. (1995) podem estar certo em acreditar que a televisão mobiliza os sentimentos dos telespectadores ao divulgar na tela as emoções das pessoas. Mas o foco e a ênfase, os pesquisadores parecem não ter percebido, fica centrado no vivo, no desespero de quem perdeu alguém amado. Isso, sem dúvida, é revelador do repúdio ao fato do morrer. Raramente o morto é mostrado e quando o é, é por meio de uma imagem sem detalhes ou a imagem-exemplo: morte do bandido, criminoso, estuprador. Excetuando esses casos, em que é possível e justificável a presença do morto, a televisão se especializou em mostrar somente os sinais do fenômeno, ou seja, o sangue na rua, carro destruído e o corpo coberto com pano; o revólver e a camisa ensanguentada; o lamento dos familiares, com atenção àqueles mais inconformados; a cerimônia religiosa. É aquilo que a semiótica denomina como índice⁵. Não é a morte que se mostra, são apenas seus sinais, que levam o telespectador a crer que alguém

discursivo, cenas, jogos de imagem, simulação das informações por meio da computação gráfica e outros mecanismos técnicos e lingüísticos à disposição dos produtores..

⁵ Para a semiótica o índice é um signo e como tal funciona porque indica outra coisa com a qual ele está factualmente ligado. Pressupõe-se que há fogo pelos sinais da fumaça ou que alguém foi morto ou está ferido porque aparece o caixão, o sangue na roupa.

morreu ali. É uma forma da televisão se redimir de seus pecados, ou melhor, dizer que apesar da violência que transmite, ela não é tão violenta assim.

Por fim, tornar pública a emoção privada, não significa, como imagina Walter, tornar a morte pública, até por que as pessoas podem vê-la pela televisão, mas no dia-a-dia continuam sem falar ou refletir sobre ela. Os acontecimentos no jornalismo, mesmo os mais sangrentos, segundo Stanca (1997), passam como qualquer outro fato noticiado, deixando indiferente⁶ quem vê, escuta ou lê. Explica que o espectador não tem quase nenhuma possibilidade de intervir. “A televisão faz crer que basta olhar para participar, de tal modo que o nível de intervenção e o nível de consciência crítica estão muito reduzidos” (STANCA, 1997, p. 2).

Espetacularizar a morte ‘não significa’ mostrar. Pode muito bem significar o contrário. Para entrar mais nessa discussão, analisa-se aqui de forma breve a cobertura e as notícias vinculadas ou não a guerra⁷, porém divulgadas no mesmo período em que acontecia o conflito no Oriente.

Guerra é sinônimo de morte

A primeira guerra do século, provocada pela rede de terrorismo, liderada por Osama bin-Laden, ficou para a história. E o cenário de tudo, onde tudo começou, foi Nova York, Ilha de Manhattan, Torres Gêmeas. As imagens transmitidas para o mundo pelas redes americanas de televisão repercutiram em todos os cantos. Aqui no Brasil, a TV Globo, em suas primeiras edições dependeu da CNN para fazer as transmissões do fato. Claro que em alguns momentos a própria emissora era responsável pelo que estava sendo falado, mostrado. “Os jornalistas Carlos Nascimento e Ana Paula Padrão ancoraram, dos estúdios em São Paulo, a cobertura das imagens que chegavam das redes de televisão norte-americanas e dos correspondentes em Nova York” (JORNAL NACIONAL, 2004, p. 339).

No estudo da cobertura televisiva ao World Trade Center e à Guerra contra o Iraque, verifica-se que não é fácil ser taxativo: dizer que a morte está pública ou que foi totalmente ocultada. A análise pretende contribuir sobre essa reflexão e mostrar que a televisão, devido aos inúmeros recursos técnicos, tem contribuído para a dissolução do

⁶ De acordo com Baudrillard (1991, p. 154) a televisão termina nos inculcando a indiferença, a distância, a dúvida radical, o reflexo agnóstico visceral, a apatia incondicional – justamente pelo devir imagem do mundo, que, anestesiando a imaginação e qualquer outra faculdade mental, acaba por provocar em todos uma catarse desmoralizante [...]”

⁷ A íntegra dessa análise é encontrada em Souza (2005)

fenômeno. A morte até aparece nos telejornais, mas de forma maquiada, distante, espetacularizada.

O tratamento dado tem por objetivo chamar a atenção, mesmo que reduzindo o poder das cenas, das mensagens. Os recursos técnicos permitem criar efeitos que deturpam, transfiguram o acontecimento. Evidencia-se mais um aspecto que outro (dependendo das intenções dos produtores da notícia), mostra-se determinadas cenas, não outras. Como observa Sontag (2003, p. 42), filmar, ela refere-se a fotografar, “é enquadrar e enquadrar é excluir”.

É na edição, como já se observou, que funciona a censura com toda sua força. Mostrar a morte não é tão fácil assim; muitas vezes, não é bom para a emissora (os telejornais mais populares, que mostram a morte nua e crua, não são os que gozam de mais prestígio). Dificilmente, um telejornal voltado ao grande público, como é o JN, apresentará um assassinato ou suicídio, sem manipular as imagens.

A cobertura ao World Trade Center, transmitida pela Globo e CNN, revelou com frequência os números de mortos e desaparecidos. Eles assustaram. Nos primeiros discursos, anunciava-se a morte de mais de 10 mil pessoas, conforme Arbex Júnior (2002). Um exagero! A manipulação dos dados ajudou a convencer que a Guerra era inevitável. Desde as primeiras emissões jornalísticas, o apelo foi crescendo. Entrevista-se o ex-combatente do Vietnã: "Senhor Bush acabem com esses terroristas". E o próprio presidente dos EUA: "conduziremos o mundo a uma vitória contra o terrorismo", ameaça que tinha destino certo. A motivação americana foi alimentada também pela emoção incontida dos parentes das vítimas, exibição de fotos e depoimentos dos familiares e a repetição, insistente, dos aviões se chocando às Torres Gêmeas.

Buscou-se, a todo tempo, fortalecer o sentimento de patriotismo. A necessidade de erguer a cabeça e defender a nação que havia sido humilhada com a destruição de seus símbolos mais caros: as Torres Gêmeas, que representavam o poder econômico americano; e o Pentágono, centro administrativo do poder militar.

Essa campanha contou com a coordenação da CNN que em seus programas (Noticiário, CNN Internacional, Primeira Edição, Mirador Mundial) trabalhavam com mensagens do tipo: *América under attack*. A exploração de uma pequena manifestação árabe a favor da ação terrorista, também aguçou o ódio americano.

Além da repetição intensa dos aviões se chocando e das torres caindo, deu-se espaço à retirada dos escombros, correria nas ruas (primeiro dia), depoimentos de patriotas e a inúmeras autoridades mundiais, com destaque para o primeiro ministro da Inglaterra, o



chanceler alemão e os presidentes francês e russo. De maneira geral, todos se mostravam surpresos e solidários aos nova-iorquinos. Sontag (2003, p. 23) explica que o episódio foi “classificado de ‘irreal’, ‘surreal’ [...] em muitos dos primeiros depoimentos das pessoas que escaparam das torres ou viram o desastre de perto”.

E a morte? As cenas em que ela apareceu foram raras. A ênfase era no salvamento. Um ou outro corpo apareceu caindo, mas a longa distância, cuidado assumido para não perturbar o telespectador⁸. No livro *Jornal Nacional* (2004, p. 339) isso é relatado da seguinte forma: um “[...] momento de grande impacto foi quando as pessoas começaram a se jogar do alto dos prédios, situação muito difícil para qualquer emissora de televisão” O depoimento de Carlos Henrique Schroder, Diretor da Central Globo de Jornalismo, confirma a dificuldade que os canais de televisão têm para mostrar a morte⁹. Mas ele explica que naquele momento “não havia como decidir não transmitir. Era impossível, tudo acontecia com uma rapidez muito grande. O que evitamos fazer foi repetir as cenas”. E, também, não mostrar a queda das pessoas de perto.

Embora (ver nota de rodapé), a direção da Globo considere necessário, em determinados momentos mostrá-la, advertindo antes os telespectadores, essa não é uma prática. Além de manipular as imagens – descolorizando-a, tapando os detalhes, focando de longe - o canal continua a proibir cenas desse tipo e uma prova disso aconteceu em 16 de novembro de 2004, quando fuzileiros dos Estados Unidos iam executar um iraquiano ferido e desarmado dentro de uma mesquita em Falluja. O apresentador do JN, William Bonner, falou do caso, mas a emissora congelou a imagem no momento exato em que aconteceria a execução. E o apresentador justificou a posição da Globo, dizendo que em respeito aos telespectadores a televisão não mostraria o desfecho daquele ato. Este mesmo assunto foi manchete de capa no dia seguinte, do *Jornal Diário Catarinense*¹⁰,

⁸ “A Rede Globo foi a primeira TV aberta brasileira a mostrar um flash do atentado terrorista nos EUA. Às 9h52 minutos após o choque do primeiro avião na Torre Norte – a emissora pôs no ar as primeiras imagens que chegavam da CNN, com narração de Carlos Nascimento”. (*JORNAL NACIONAL*, 2004, p. 337)

⁹ Outro exemplo dessa dificuldade, apresentada no livro *Jornal Nacional* (2004, p. 327) aconteceu no Rio de Janeiro em 12 de junho de 2000, na linha de ônibus 174, perto do Jardim Botânico. A notícia - com imagens-, relata a situação de dez passageiros que durante 4 horas, foram reféns do assaltante Sandro Nascimento. “O desfecho foi trágico. Depois de simular que havia matado uma das passageiras, o bandido desceu do ônibus usando a professora Geisa Firmo Gonçalves como escudo. Naquele momento, o soldado do Bope, Marcelo de Oliveira Santos tentou matar o seqüestrador. As balas do policial, no entanto, atingiram apenas a refém, que levou ainda dois tiros disparados pelo assaltante e morreu [...]. A cobertura completa do seqüestro foi ao ar no *Jornal Nacional* daquela noite. Evandro Carlos de Andrade, na época diretor da CGJ, explica a decisão da emissora: ‘Nós tivemos dúvida em relação à TV aberta, uma vez que havia o receio de o seqüestrador estourar a cabeça de uma das reféns e não os mostrarmos a cena. Entendemos, depois, que nossa decisão de não dar continuidade à cobertura foi um erro. O que nós devíamos ter feito – e fazemos daqui para frente – era alertar permanentemente o público, os pais, as famílias de mostrarmos uma cena muito chocante. Cabe às famílias tomarem medidas de cautela’.

¹⁰ No dia 17 de novembro de 2004, o *DC* estampa na capa e na página Mundo (p. 29) a seguinte notícia: *Golfo Pérsico – imagens divulgadas pela TV chocam o mundo: Investigada execução de rebelde iraquiano*.

que estampava as imagens, quatro fotos, do momento em que os atiradores se posicionam para matar o iraquiano. As cenas, produzidas por Kevin Sites - correspondente da emissora de televisão NBC -, provocaram a reação de pacifistas, políticos e determinaram uma investigação, por parte do Exército dos Estados Unidos. Este queria saber o que levou o soldado a matar a sangue frio.

Toda cena dramática que termina em morte gera confusão para a emissora. A televisão, como espelho do ambiente social - em uma sociedade em que se convencionou a morte como assunto proibido -, demonstra inabilidade para tratar o fenômeno, para apresentá-lo em toda a sua carga. Antes de tudo, tem que ser ético, a imagem tem que 'ser limpa', apesar do sensacionalismo promovido sobre o assunto, com a finalidade de vender o jornal, o telejornal.

Discurso dramático e sensacionalista para motivar as emoções

Com base em um discurso dramático, a mídia motivou o ataque ao Afeganistão e, posteriormente, ao Iraque, em busca dos terroristas e de Osama bin Laden. No dia 23 de setembro de 2001, passados 12 dias do atentado, a CNN e outros canais falavam em aproximadamente sete mil mortes (o número oficial ficou na casa dos três mil).

Apesar do exagero verbal, a televisão acabou mostrando poucos mortos. O show mesmo ficou por conta das imagens das torres, da correria e do esforço para fazer Nova Iorque voltar ao normal. Concordou-se com a guerra e com a morte, apesar dos movimentos pacifistas. A visão de que era preciso acabar com o inimigo foi mantida, por vezes aquecida, com a manipulação inteligente das informações à opinião pública. Estratégia que sofreu "pequeno revés" com a atuação de emissoras árabes (Al-Jazeera, Abu Dabi TV e Al Alam) competindo na transmissão dos fatos. Segundo Leal Filho (2003), elas passaram a transmitir imagens que, em 1991 (primeira versão da guerra) ninguém sonhava ver. Estavam ali, em nossas casas, soldados norte-americanos presos e mortos, bairros de Bagdá arrasados, civis – homens, mulheres e crianças – massacrados.

Apesar da visão de Leal Filho, essas emissoras também evitaram, pelo menos nas imagens mostradas no Ocidente, a presença da morte, talvez como estratégia para não admitir que estavam perdendo a guerra - para não desestimular o povo do combate -, ou para não colocar ainda mais a opinião pública contra os muçulmanos (exibindo a morte de ocidentais). Percebe-se assim que o tema merece cuidado antes da exibição, especialmente no contexto da cultura ocidental.

A posição de não mostrar a morte ou mostrá-la pouco, foi adotada em outro evento, pela CNN, a Guerra do Afeganistão. E defendida pelo presidente da emissora, Walter Isaacson, em um de seus atos administrativos. Em memorando aos correspondentes internacionais, determinou que "as imagens das mortes de civis afegãos deveriam ser equilibradas, com lembretes de que o Taleban abrigavam terroristas assassinos. Em entrevista ao Jornal *The Washington Post*, ele afirmou que dar muito enfoque às mortes no Afeganistão pareceria 'perverso' e que seu objetivo era impedir o uso da emissora como 'plataforma' de propaganda dos inimigos dos Estados Unidos" (ARBEX JUNIOR, 2002, p. V).

A mesma postura da equipe de reportagem foi adotada no Iraque, em 2003. Nesse evento, ela também não pôde aparecer. Centrou-se atenção nos bombardeios, nos prédios destruídos, nas entrevistas com militares, na ocupação territorial. As mesmas imagens que se viam na CNN, também eram observadas em outras emissoras como, por exemplo, na Globo.

Apresentar a morte é quase sempre proibido¹¹, principalmente o cadáver. Por isso é que nos últimos eventos bélicos ela foi pouco exibida, embora exageradamente pronunciada. A campanha para atingir o telespectador ficou restrita ao dito, mais fácil de manipular. Percebeu-se assim, nos dois eventos, um descompasso entre o discurso (verbal) e a imagem. A palavra, como observa Bourdieu (1997), tem seu poder, mas a imagem tem muito mais, pela autenticidade que confere ao acontecimento, por isso é necessário manter o fenômeno 'longe' dos olhos.

A cena mais forte sobre a Guerra no Iraque, transmitidas pela Globo, aconteceu depois que ela acabou¹². Foi transmitida no JN, dia 10 de dezembro de 2004, oito meses depois do "término do confronto". O título da manchete: *No Iraque, supostos guerrilheiros viram alvos de helicóptero americano*. As imagens foram cedidas pela rede de televisão americana, ABC. No vídeo, três iraquianos são mortos a tiro de canhão 30 milímetros, disparados por um helicóptero das forças dos Estados Unidos.

¹¹ Na análise feita sobre o JN, percebeu-se que na Globo a morte que interessa é a que não foi produzida pela emissora, mas sim as que vem das agências internacionais, de outras estações, gravadas por circuitos internos de TV ou cinegrafista amador. Dessa forma, a emissora se exime da responsabilidade diante de seu público, apesar da responsabilidade de retransmitir o fato (quase sempre pré-editado).

¹² Cenas de atrocidades podem minar a guerra e foi isso que fez Ernst Tiedrich, o livro *Krieg dem Kriege!* (Guerra contra a guerra!), conta Sontag (2003, p.17-18). Trata-se de uma seleção de fotografias difícil de olhar. As páginas mais insuportáveis eram as que se encontravam na parte intitulada 'A face da guerra', 24 closes de soldados com imensos ferimentos no rosto, fotos capazes de virar o estômago e partir o coração. Explica que as imagens de atrocidades podem (p. 16) tanto suscitar movimento pela paz, como também por vingança.

A emissora não chegou a revelar o local da gravação. O episódio foi apresentado em preto de branco (dando impressão de fato passado). A cena mostra o helicóptero Apache disparando contra três vítimas. Uma delas até tentou se esconder embaixo de um caminhão. As imagens são turvas, noturnas. É impossível identificar as pessoas. Elas pareciam negativos de filmes fotográficos. A reportagem narra como tudo acontece até o desfecho. Como observa o texto da notícia os iraquianos foram literalmente ‘pulverizados’.

A cobertura privilegiou o espetáculo. Os bombardeios em Bagdá, mapas e deslocamento das tropas pelo deserto (simulação), pronunciamento de líderes mundiais, divulgação dos artefatos de guerra. O JN criou uma 'seção' especial para a veiculação da tecnologia de ponta e do poderio anglo-americano. Tarefa que ficou sob a responsabilidade de Vinícius Dônola. Ele caminhava sobre a imagem do globo terrestre, identificando no mapa o local das batalhas. Quadros, mapas e figuras ajudam a dar "tom" ao show. Além disso, o telejornal é ‘colorido’ com *charges*, a maior parte delas envolvendo Bush e Saddam. Coisas para rir, do tipo: "Os brutos também se cuidam!", publicada de 21 de março de 2003, ou aquela se referindo a queda simbólica do governo iraquiano (10 de abril de 2003) - “Alah, alah, alah! Ala-la-oh”. Estátua de Saddam é derrubada. Além delas, os comentários bem humorados de Arnaldo Jabor: “Bota pra quebrar. Esse show nos comove com a beleza tecnológica [...]” - 21 de março de 2003.

Considerações finais

A discussão sobre a morte nos telejornais é importante se for levado em consideração o fato de que começam a surgir correntes opostas na interpretação do fenômeno. Tais posições colocadas em debate aqui, servem para aguçar novas pesquisas e interpretações. Partindo-se da pergunta, a morte foi ou não ocultada na Sociedade Moderna Ocidental, resolveu-se partir para a investigação e o alvo, neste caso, foi a televisão.

A investigação abrangeu o tema morte no telejornalismo da Globo e CNN (Espanhol) A análise envolveu notícias da Guerra e outras matérias e possibilitou verificar que o discurso jornalístico sobre o assunto opera uma dissonância entre o dito e o mostrado. Para apresentá-la é necessário, antes, transfigurá-la, por meio de um processo de manipulação técnica e de conteúdo. Desta forma, chega-se a conclusão de que não é fácil ser taxativo: dizer que a morte foi ocultada da sociedade, como observa



Ariès (1992) ou que ela se tornou pública com os meios de comunicação de massa, como afirma Walter et al. (2005).

Muitas mensagens, ao dar ênfase ao “barulho”, ao movimento, a intensidade de cores e formas - ao que é secundário -, acabam contribuindo, de uma ou outra forma, para a sua ocultação. E, na guerra, essa regra é acentuada. A atenção é voltada ao espetacular – carros de combate e bombardeios que mais parecem fogos de artifício. As imagens acabam se diluindo no espaço jornalístico, como também dentro da programação televisiva. Quer dizer, é possível observar que os editores, produtores, jornalistas utilizam-se de muitas estratégias para impedir que o fenômeno morte tire a tranquilidade dos espectadores e os mais utilizados são a espetacularização e a troca incessante de notícias, colocando sempre depois de uma tragédia, uma informação amena, alegre, inusitada.

Referências bibliográficas

ABRUZZESE, A. CAVICCHIA SCALAMONTI, A. **La felicità eterna**: la rappresentazione della Morte nella TV e nei media. Roma:RAI Nuova Eri, 1992

ARBEX JUNIOR, J. **Showrnalismo**:a notícia como espetáculo. 2 ed., São Paulo: Casa Amarela, 2002.

ARIÈS. P. **Sobre a história da morte no ocidente desde a Idade Média**. (2 ed.) Lisboa:Teorema, 1989.

BAUDRILLARD, J. **Imagem máquina**: a era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Editora 34, 1991.

_____ **A arte da desapareição**. Rio de Janeiro:UFRJ, 1997.

BOURDIEU. P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

CAZENEUVE, J. **El hombre telespectador**. Barcelona: Gustavo Gili, 1977.

ELIAS, N. **A solidão dos moribundos**: seguido de 'Envelhecer e morrer'. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

GORER, G. **The pornograph of Death**. Encounter. October (reprinted in Gorer 1965).

JORNAL Nacional: a notícia faz história. Rio de Janeiro:Jorge Zahar, 2004.

KÜBLER-ROSS, E. **Sobre a morte e o morrer**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LEAL FILHO, L. L. Guerra de Imagens. In. **Educação**, São Paulo: Abril, 2003. (e-mail:laloleal@uol.com.Br).

PIZZI, L. **Infanzia, media, morte**.Roma, 2003.
Disponível em: www.pamoba.org/Pamoba2.htm. Acesso em 22 de maio de 2003.



RONDELLI, E. HERSCHMANN, M. A mídia e a construção do biógrafo: sensacionalismo da morte em cena. In. **Tempo Social**, maio de 2000, São Paulo: USP.

SONTAG, S. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Cia das Letras, 2003.

SOUZA, C. A. de; **Dissolução e espetacularização da morte na televisão**: uma visão interdisciplinar sobre o fenômeno nos telejornais brasileiros. Florianópolis, 2005, 354 p. Tese (Doutorado em Ciências Humanas), Departamento de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina.

STANCA. A. Lo spettacolo della muerte. In. **Educazione&Scuola**, n. 662, jul.1997. Disponível em: www.edscuola.it/archivio/antologia/recensioni/Morte.htm. Acesso em 9 de setembro de 2004.

WALTER, T. et.al. Death in the news: the public invigilation of private emotion. In. **Sociology**, v. 29, nº 4, novembro de 1995.