A influência da Sociedade do Espetáculo e do Melodrama na cobertura do incêndio na Boate Kiss pelo Jornal Nacional

Mariana Martins Boldrin (UFG)**
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo
O presente estudo se propõe discutir a relação entre o jornalismo realizado pelo Jornal Nacional na cobertura do incêndio na Boate Kiss e a sociedade contemporânea. Para tanto são levantadas algumas características marcantes do homem desta modernidade, tais como a falta de atenção generalizada, o esquecimento diante da quantidade de informação, a busca pelo prazer e a necessidade de emoções cada vez mais intensas, sem que isso leve à reflexão ou ao sentir de fato. Assim busca-se mostrar como a forma e o conteúdo usados no Jornal Nacional da TV Globo, aos moldes melodramáticos, reforçam a condição do homem enquanto mero espectador diante desta sociedade do espetáculo, onde as relações são mediadas pelas imagens.

Palavras–chave
Jornal Nacional; Boate Kiss; Sociedade do Espetáculo; Modernidade; Melodrama.

Abstract
The present study aims to discuss the relationship between journalism done by the Jornal Nacional in the coverage of the fire in Boate Kiss and contemporary society. Both are raised to some striking features of this modern man, such as the lack of widespread attention, forgetfulness on the amount of information, the pursuit of pleasure and the need for increasingly intense emotions, does not lead to reflection or feel indeed. So we try to show how the form and content used in the Jornal Nacional on TV Globo, the melodramatic manner, reinforcing the condition of man as a mere spectator before this spectacle society, where relationships are mediated by images.

Key-words
Jornal Nacional; Boate Kiss; Society of the Spectacle, Modernity, Melodrama.

*Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
**Mestranda em Comunicação, Cultura e Cidadania pelo Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás. Linha de Pesquisa: Mídia e Cultura. Email: mari_boldrin@hotmail.com

Mais emoção, menos sensibilidade – o homem da modernidade

Uma mãe resolve levar seu filho de 18 anos ao psiquiatra. A barreira do preconceito com este tipo de especialidade médica só foi transposta porque a situação já era insustentável. Por mais que ela rezasse, o rapaz não conseguia se concentrar em nada, os estudos iam mal, assim como os relacionamentos. Precisava de movimento e adrenalina intensos e a irritação era iminente, como se fosse explodir a qualquer momento. O diagnóstico? Distúrbio de déficit de atenção e hiperatividade. Como observa Lacroix (2006), a exposição às imagens por meio da televisão acontece desde muito cedo, reflexo dos acontecimentos da sociedade moderna, mas sem que essa criança esteja preparada e tenha condições psíquicas para assistir a tanta violência.

> Estatísticas indicam que um adolescente tenha que tenha assistido à televisão desde a mais tenra idade, à razão de três horas por dia (o que corresponde a uma duração "normal"), terá assistido a quarenta mil assassinatos e três mil agressões sexuais. O regime da emoção choque imola-nos às imagens do mal. (LACROIX, 2006, p. 142)

A situação não é rara e não se resume às crianças e adolescentes. A falta de atenção tem se tornado patológica e não é ao acaso. A vida em sociedade é cada vez mais conturbada, acelerada, perigosa e o bombardeio de estímulos é intenso. Lacroix (2006, p.112) coloca que agora tudo é flash e tudo é convulsão. O homem que emerge desta realidade tem a desatenção e a distração como marcas registradas. Além disso, corre o tempo todo, mas sem saber muito bem para onde e o porquê. O sentimento do homem na multidão é comparado por Lacroix (2006) a uma embriaguez, onde nada impressiona, mas perturba, a ponto do indivíduo perder-se a si mesmo.

> Começo a sentir a embriaguez em que essa vida afitada e tumultuada mergulha aqueles que a levam, e caio num aturdimento parecido com o do homem diante de cujos olhos faz-se desfilar rapidamente uma multidão de objetos. Nenhum dos que me impressionam prendeu meu coração, mas, todos juntos, eles perturbam e suspendem as afeições, a ponto de, por alguns instantes, eu esquecer quem sou. (PREUX apud LACROIX, 2006, p.204)

O homem contemporâneo vive na era da emoção, ou melhor, da hiperemotividade, como caracteriza Lacroix (2006). Precisa da catarse que ela traz, experimentar emoções cada vez mais intensas para se sentir aliviado. Mas será que isso o torna um ser mais sensível ou um histérico em busca da emoção promovida pelos sentidos?

Deixar de lado aquele racionalismo cartesiano a que a sociedade se submeteu tem seu lado positivo. Diante do imperativo do tecnicismo e da ciência, o homem agora encontra situações em que permite se envolver, mesmo que superficialmente e por alguns instantes. O que não quer dizer sentimento. Parece se tratar da mesma coisa, mas há uma diferença substancial. A emoção é fugidia, passageira, sensorial, uma inquietação. Ela é obtida pela explosão, excitação, barulho, sensações fortes que encontramos no dia-a-dia na sociedade e nos meios de comunicação. É baseada no ver, enquanto o sentir, que realmente poderia enriquecer a alma depende do olhar mais profundo, de serenar o coração, encontrar tempo para contemplar o objeto. Só que tempo é algo que o homem moderno já não tem.

> Na emoção-choque, o estado afetivo não tem tempo suficiente para se diversificar e amadurecer. Tudo se dá como de um só golpe. A capacidade emocional é saciada antes de se metabolizar em sentimento. Ao contrário, a emoção-sentimento é longamente saboreada. Seu gozo estende-se pela duração. (LACROIX, 2006, p. 133)

Essa forma superficial de sentir vai ao encontro do tipo de sociedade em que vivemos, onde o valor supremo é o da diversão. A felicidade é buscada a qualquer custo, então é preciso fugir daquilo de aborrece e angustia e ir ao encontro do abraço consolador do entretenimento. Ora, se a vida é tão dura, o melhor a se fazer é fugir dos aborrecimentos, ligando a TV, por exemplo, pensa o homem moderno. Lá o simulacro criado do universo é bem mais light, leve, ligeiro e fácil. Mcluhan (apud LACROIX, 2006) chama esse momento de “o banho das imagens”, que consiste num bombardeio sem fim de imagens recortadas, editadas, brilhantes, coloridas, que causam sensações, apelam aos sentidos e garantem a submissão quase por completo do espectador, que quer abandonar-se neste momento tão prazeroso, esquecendo o mundo lá fora. A forma se sobressai ao conteúdo.

O Jornal Nacional e o contexto da sociedade do espetáculo

"O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens" (DEBORD, 1997, tese 4). Como previa a lógica capitalista, a sociedade contemporânea se tornou um grande espetáculo com fim máximo no consumo e as representações criadas pelo telejornal para seduzir e, consequentemente arrebanhar audiência, impedem o acesso ao real, ou como classifica Llosa (2012), uma "humanidade domesticada pela fantasia mediática".

> Os acontecimentos do mundo real já não podem ser objetivos: nascem minados na sua verdade e consistência ontológica pelo vírus dissolvente que é a sua projeção nas imagens manipuladas e falsificadas da realidade virtual, as únicas admissíveis e compreensíveis para uma Humanidade domesticada pela fantasia mediática dentro da qual nascemos, vivemos e morremos. (LLOSA, 2012, p. 74)

O jornalismo enquanto relato sempre vai apresentar uma versão construída de um determinado fato. É uma limitação inerente da profissão. Só que ninguém duvida daquilo que aparece às 8 da noite na telinha da Globo. Este processo de fabricação de uma notícia não é divulgado, sob pena de comprometer a credibilidade do jornal. Durante a cobertura do incêndio na boate Kiss é possível observar que há uma tendência em privilegiar o lado do sofrimento, do sentimentalismo e isto se torna a verdade absoluta na cabeça do telespectador.

Outra consequência importante e nociva da vida neste tipo de sociedade é que o poder de contestação da arte, da literatura, do cinema e do jornalismo é diluído, de forma que você dorme e já não se lembra de mais nada que outrora foi uma fagulha de resistência e revolta. Diante de um mundo de velocidade vertiginosa, no qual milhares de informações chegam a todo segundo, a memória do telespectador sofre de fenômeno interessante: simplesmente acaba. O homem se torna escravo da novidade e da instantaneidade. Llosa vai dizer que por isso "não tem remorsos nem verdadeira consciência. Vivem presos à novidade, não importa qual seja, desde que seja nova" (LLOSA, p. 48)

A informação é usada, descartada e só sobrevive ao instante. Hoje se tem acesso a uma quantidade sem fim de informações, mas que não fazem sentido algum e não transformam a vida e o cotidiano das pessoas. Na cobertura da TV Globo sobre o incêndio na Boate Kiss, no interior do Rio Grande Sul, é possível observar este imediatismo. O

acidente aconteceu na madrugada do dia 27 de janeiro e horas depois todo o país, ao ligar a televisão, tinha conhecimento dos fatos e acompanhava cada nova informação, como se vivesse dentro daquela realidade por alguns instantes. Apelando para o sentimentalismo desde o princípio, o Jornal Nacional conseguiu atingir os corações de pais, mães e jovens. A comoção dos telespectadores foi imediata e este virou o assunto mais comentado por dias.

No mesmo dia do acidente, William Bonner, apresentador e editor-chefe do Jornal Nacional, embarcava com uma equipe da emissora para transmitir cada detalhe ao vivo e in loco. O Jornal Nacional da segunda-feira (28) foi apresentado de lá e do Rio de Janeiro ao mesmo tempo, o que mostra a importância que o fato trágico tem para a emissora e a cobertura privilegiada que ganha em relação a outros acontecimentos. A justificativa é que o jornal precisa mostrar o que o público quer ver. Mas será que o público já não está saturado de tanto sangue e sofrimento?

O incêndio foi o único assunto abordado neste dia e o principal por semanas. Essa quantidade de informação, como atualização do número de mortos, histórias das famílias que perderam seus filhos, reconhecimento dos corpos, falas de moradores e estudantes da Universidade Federal de Santa Maria que a princípio chocava, acabou por tornar o assunto enfadonho e cansativo. Assim outros casos chocantes, trágicos e novos foram tomando o espaço no jornal e na memória do telespectador. Do dia pra noite, um fato que outrora fora tão relevante, é simplesmente esquecido.

Se considerarmos a comunicação como sendo algo que transforma, pode-se dizer que ela é uma moribunda morrendo pelo excesso (BAUDRILLARD apud LEMOS, 2002) porque mesmo com o fluxo intenso de informação, não há comunicação, só a industrialização do esquecimento. Debord (1997) acrescenta ainda o porquê de a comunicação de massa não ser neutra, mas essencialmente unilateral.

> (...) Se o espetáculo, considerado sob o aspecto restrito dos "meios de comunicação de massa", que são a sua manifestação superficial mais esmagadora, pode parecer invadir a sociedade como uma simples instrumentação, esta não é de fato nada de neutro, mas a instrumentação mesmo que convém ao seu automovimento total. Se as necessidades sociais da época em que se desenvolvem tais técnicas não podem encontrar satisfação senão pela sua mediação, se a administração dessa sociedade e todo o contato entre os homens já não se podem exercer senão por intermédio deste poder de comunicação instantâneo, é porque esta comunicação é essencialmente unilateral (...). (DEBORD, 1997, tese 24)

A emoção é voltada para o consumo como principal objetivo, assim como a cultura se instrumentalizou para esse fim, sem nenhum espírito crítico, orientada para a facilidade. Na sociedade do espetáculo, da mesma forma que o sentir deu lugar a emoção, a cultura do valor vai sendo substituída pela cultura do preço. A imaginação e a espontaneidade do indivíduo, transformado em consumidor e espectador, se atrofia por causa dos próprios produtos que impedem a atividade mental justamente pela maneira veloz que desfilam diante dos olhos (ADORNO e HORKHEIMER apud HAROCHE). É possível observar que a cobertura do Jornal Nacional para fatos trágicos segue sempre o mesmo formato: exploração da dor, das lágrimas, do sofrimento, do denuncismo e maniqueísmo. O que muda é só o conteúdo. A forma continua sempre a mesma. Isto é o que Chauí (2006) vai caracterizar como um mercado cultual, lógica a qual o jornalismo também se submeteu.

> A chamada cultura de massa se apropria das obras culturais para consumi-las, devorá-las, destruí-las, nulificá-las em simulacros. Justamente porque o espetáculo se torna simulacro e o simulacro se põe como entretenimento, os meios de comunicação de massa transformam tudo em entretenimento (guerras, genocídios, greves, festas, cerimônias religiosas, tragédias, políticas, catástrofes naturais e das cidades, obras de arte, obras de pensamento). Visto que a destruição dos fatos, acontecimentos e obras segue a lógica do consumo, da futilidade, da banalização e do simulacro, não espanta que tudo se reduza, ao fim e ao cabo, a uma questão pessoal de preferência, gosto, predileção, aversão, sentimentos. É isto o mercado cultural. (CHAUÍ, 2006, p. 22)

Como nenhum meio de comunicação sobrevive destoando dos valores vigentes, neste contexto da sociedade do espetáculo, Llosa (2012, p.32) vai dizer que o que prolifera é o "jornalismo irresponsável da bisbilhotice e do escândalo". O apelo dramático de uma mãe chorando em cima do caixão de seu filho adolescente, de classe média, universitário, que tinha toda uma vida pela frente, mas que um incêndio tirou essa possibilidade, tem muito mais peso do que jovens que morrem todos os dias no contexto das favelas, que ao invés de encarados como um problema social, são estereotipados como bandidos e como tal estão numa escala de importância inferior. O importante aqui é que o jornalismo prova estar em todos os lugares, mesmo que para isso invada, sem licença, a intimidade do cidadão. É o que aconteceu em Santa Maria com dezenas de famílias que só queriam velar os corpos de seus filhos em paz, mas que eram interpelados, a todo momento por repórteres, para

responderem no microfone "qual era o seu sentimento". A dor do outro se torna entretenimento para quem está em casa. Isso porque:

> A fronteira que separava o jornalismo sério do escandaloso e sensacionalista foi perdendo a nitidez, enchendo-se de buracos até em muitos casos se evaporar, ao ponto de ser difícil nos nossos dias estabelecer a diferença nos vários meios de comunicação. Porque uma das consequências de converter o entretenimento e a diversão no valor supremo de uma época é que, no campo da informação, insensivelmente isso vai produzindo também uma inversão escondida das prioridades: as notícias passam a ser importantes ou secundárias sobretudo, e às vezes exclusivamente, não tanto pelo seu significado econômico, político, cultural e social e mais pelo seu caráter original, surpreendente, insólito, escandaloso e espetacular. (LLOSA, 2012, p. 50)

Considerando estes aspectos, a escolha pela cobertura do incêndio na Boate Kiss não se deu ao acaso. O apelo espetacular do fato em si é muito grande. As imagens transmitidas mostram jovens que tinham uma vida toda pela frente morrendo carbonizados enquanto se divertiam. A questão é uma inversão de prioridades. O "surpreendente" ganha espaço não pela força do conteúdo, mas porque dá audiência. A dor dos outros prende o olhar porque esta é uma forma de alívio ao pensar que o trágico aconteceu lá e não aqui.

O que se pode observar é a gradual diluição da barreira de diferenciação entre a realidade e o espetáculo. A intenção da comunicação é dar visibilidade a algo que esteja na sociedade, mas que ao mesmo tempo chame a atenção por ser exótico, sensacional (SODRÉ, 1985). O incêndio na boate Kiss ganhou tanto espaço justamente porque chama a atenção pelo aspecto sensacional. Com a TV é possível ver aquilo que não está de frente aos olhos.

Além disso, a notícia enquanto representação, formatação de determinado fato, é pouco divulgada, o que diminui ainda mais o limite entre o real e o ficcional, para quem está em casa assistindo. Temer (2003) aponta como contradição: o telejornalismo é real porque se refere a algo que realmente aconteceu ou está acontecendo, mas ao mesmo tempo imaginário porque esse "real" é romanceado, dramatizado, colorido com suspense e, portanto, torna-se irreal.

As apropriações do melodrama pelo telejornalismo

O efeito dramático só é possível porque o telejornalismo apropria-se de uma estrutura narrativa largamente utilizada pelo cinema desde seu início, denominada melodrama, em vista da necessidade do veículo e das possibilidades que ele apresenta para o sucesso na conquista do telespectador. Com o melodrama, é possível apresentar emoção sobre emoção, usando cenas que apelam para os sentidos, condicionando os espectadores a uma necessidade cada vez maior e mais intensa de estímulos como forma de recompensa a essa vida tão tumultuada, numa espécie de catarse.

> Para amenizar esse processo exasperante que caracteriza os fatos, a matéria dos informativos, os realizadores se viram levados a torná-los mais palatáveis e terminaram por desembocar no universo antes antagônico: o da ficção. Estratégias, posturas enunciativas próprias da ficção passaram a fazer parte do dia-a-dia noticioso. (BALOGH, 2002, p.107)

Tradicionalmente, o melodrama é o responsável por trazer, nos palcos ou nas telas, aos olhos do espectador as tragédias da vida, as dores e alegrias humanas, sob o prisma da superficialidade, do maniqueísmo, da agilidade no modo de narrar e da estrutura linear com começo, meio e fim, em que permite a qualquer um entender o que se passa, independentemente do momento em que começa a acompanhar a história. É também caracterizado como aquele que desperta o sentimento de identificação em quem assiste, com o objetivo de aliviar as tensões e reforçar a estrutura vigente. Segundo Huppes (2000, p.23) "o melodrama busca deliberadamente a sintonia com o grande público, identificando nessa adesão o caminho para o sucesso". É justamente essa aceitação do público, tal como o melodrama já tem consolidado no imaginário, que o jornalismo também tenta incessantemente alcançar.

O espectador a quem o Jornal Nacional quer "agradar" é alguém que passa por um bombardeio de estímulos todos os dias. Grande parte vive do trabalho alienado, por isso lhe falta tempo, não tem acesso a conteúdos mais aprofundados, dependendo da superficialidade das notícias da TVs aberta, o que se reflete diretamente na postura editorial adotada pelo veículo. A ansiedade em relação aos perigos que a vida moderna pode oferecer na chamada sociedade do hiperestímulo (SINGER, 2001) vai ser amplamente utilizada pelos meios de comunicação, que exploram essa vulnerabilidade física com o abuso das imagens instantâneas, da cobertura dos acidentes e problemas das metrópoles, num ritmo

semelhante ao de produção em uma esteira rolante, que contém ação e velocidade. O incêndio na boate Kiss tem tanta força justamente por conseguir aliar um acidente a imagens fortes. Para prender o público é utilizada toda uma estrutura narrativa pensada sobre a ótica da explosão, que apela aos sentidos.

> As pessoas abrem um jornal, vão ao cinema, ligam a televisão ou compram um livro para passar bem o tempo, no sentido mais ligeiro do termo, e não para martirizar o cérebro com preocupações problemas, dúvidas. Só para elas se distraírem, esquecerem-se das coisas sérias, profundas, inquietantes e difíceis, e entregarem-se a um devaneio leve, agradável, superficial, alegre e saudavelmente estúpido. E há algo mais divertido do que espiar a intimidade do próximo, surpreender um ministro ou um deputado em cuecas, averiguar os deslizes sexuais de um juiz, verificar que chapinham no lodo aqueles que passam por respeitáveis e modelares?(LLOSA, 2012, p.132)

Tendo em vista este público, caracterizado por Llosa (2012), percebe-se que a preferência do Jornal Nacional pelo melodrama não se dá por acaso. O melodrama é o que melhor se encaixa no contexto atual, justamente por dar suporte psicológico ao cidadão comum, que, em meio à correria da vida moderna, sente um grande vazio e certo desamparo. É aquele que, graças à saturação de informações, apenas assiste, torna-se coadjuvante da vida, sem julgar-se merecedor de tomar rédeas da sua própria história, de assumir desafios que o tornam mais forte, tal como os personagens dramáticos. O escape e a apatia por vezes são as saídas encontradas, não as melhores, mas as que menos doem. Enquanto que as emoções baratas nada cobram do telespectador e são um caminho bem mais fácil, mas que não levam à reflexão alguma. Eis como opera a indústria cultural:

> Inventa figuras chamadas “espectador médio”, “ouvinte médio” e “leitor médio”, aos quais são atribuídas certas capacidades mentais “médias”, certos conhecimentos “médios” e certos gostos “médios”, oferecendo-lhes produtos culturais “médios”. Que significa isso? A indústria cultural vende cultura. Para vendê-la, deve seduzir e agradar o consumidor. Para seduzi-lo e agradá-lo, não pode chocá-lo, provocá-lo, fazê-lo pensar, trazer informações novas que o perturbem, mas deve devolver-lhe, como nova aparência, o que ele já sabe, já viu, já fez. A “média” é o novo senso comum cristalizado, que a indústria cultural devolve com cara de coisa nova. (ADORNO e HORKHEIMER apud CHAUÍ, 2006, p. 29)

Considerando tais aspectos pode-se traçar um breve perfil característico do Jornal Nacional, que une notícia a recursos melodramáticos. A começar pela narrativa dos fatos. O jornal é responsável por disseminar fatos como se fosse uma única verdade, com velocidade e alcance. Quando menos se espera, reportagens tornam-se pauta das conversas informais. Também podem provocar revoltas, indignações populares. O diferente, o curioso, enfim, o que é espetáculo no palco da vida torna-se notícia e vice-versa: as notícias tendem a ser espetacularizadas. Ganham uma nova roupagem ao serem contadas, sendo, de forma mais ou menos aleatória ressaltados alguns aspectos e descartados outros. A imagem fabricada, portanto, surge no rascunho do repórter e nas mãos dos editores e se sobrepõe ao que ocorre de fato pelas ruas da cidade. Essa elaboração proporcionada pelo aparato técnico-narrativo por vezes não tem sequer ligação com os acontecimentos. A descontextualização pede uma solução, bem simples, maniqueísta, não importa como seja arranjado o desenrolar dos fatos, desde que tenham um desfecho.

> Na cobertura da TV, tem-se uma impressão de multidão e de animação que, na realidade não existem. E que o *cameraman* seleciona as imagens mais atraentes, o repórter dramatiza o que se passa frente a seus olhos, e os efeitos de continuidade operados através dos monitores ajudam a criar o resto da ilusão. São constantes as ilusões de objetividade fabricadas pela televisão. Isso implica numa armadilha para o receptor: certo de defrontar-se com o real, este pode deixar-se influenciar ainda mais pela mensagem, entregando-se sem rédeas aos processos de identificação e projeção. Nesse ponto a TV converte-se num veículo socialmente perigoso, pois tende a conformar o indivíduo à sua pseudo-objetividade, (...) que no caso do Brasil é bastante medíocre e conservadora. (SODRÉ, 1985, p.62)

Assim, o jornalismo, mesmo se defendendo com a capa da objetividade, se perde em sua essência para fiscalizar e se propõe a encher o telespectador de entretenimento, escândalos e curiosidades com o objetivo de incitar o consumo, que pode ser altamente consolador a princípio, mas nunca suficiente, para que se compre sempre mais. Com o pretexto da audiência, a alegação dos meios de comunicação é que oferecem aquilo que o público quer ver, mas nunca deram outra opção de escolha.

O melodrama encontra-se colado às mais diversas estruturas comunicativas, o que permite dizer que lidamos com um público educado para esse formato, com uma resistência à busca de outros. O salto, por exemplo, da programação para os comerciais não causa estranhamento, também porque o mundo da propaganda já foi abduzido pelo melodrama.

Portanto, é habitual a fragmentação sem causar desconforto, mas sim expectativa para o próximo bloco.

Associado ao jornalismo, o melodrama serve para emocionar, comover, domesticar e condicionar o público a emoções, cada vez mais intensas para que consiga tocá-lo e a Globo conseguiu fazer isso muito bem. Só que nesse caso, o jornalismo, em vez de cumprir seu papel social, educador e formador de indivíduos mais conscientes e críticos, nada mais faz do que sanar a sede de justiça, a curiosidade. Na primeira segunda-feira pós-incêndio o telespectador não teve nenhuma outra notícia a não ser a da boate Kiss, o que passa a falsa impressão de que isto é o acontecimento mais importante e que nada mais de substancial aconteceu além disso.

O maniqueísmo, ao dividir os fatos em dois lados, o bem e o mal, é responsável por manter a ordem vigente, numa espécie de pedagogia social, capaz inclusive de disciplinar o imaginário coletivo. Desde o início da cobertura do Jornal Nacional esta divisão ficou bem definida. As vítimas mortas no incêndio, bem como os sobreviventes tornaram-se a representação do bem, enquanto que os donos da boate e os músicos que dispararam um sinalizador dentro da boate já receberam desde o início toda a culpa e como tal foram mostrados como bandidos fielmente caracterizados: cabeça baixa, se esquivando das perguntas dos repórteres, sendo presos. A necessidade do jornal em buscar um "vilão" é observada logo na primeira manchete da escalada, que diz "o incêndio em Santa Maria leva à prisão 4 pessoas: 2 integrantes da banda que se apresentou no local e 2 sócios da boate."

Tal qual em uma história, acontecimentos vão sendo narrados, não na ordem de importância, que seria o *lead*, mas na ordem que possibilite dramaticidade. A organização visa dispor os fatos a partir de uma perspectiva linear dos fatos, do começo, meio e fim, ale, de dividi-los entre bons e ruins. As pessoas já não são elas próprias ao conceder entrevista: elas são personagens e a nomenclatura é comumente utilizada no jornalismo. Assim a narrativa dos fatos cotidianos assume a mesma estrutura e a lógica das telenovelas, por exemplo. (JUNIOR, 2001)

Sonia Lanza (2005) afirma que essa ligação entre jornalismo e melodrama tem origem na "espetacularização" ou "folhetinização" da vida. O intuito não é só informar, por isso o uso de tantas encenações. Debord (1967, tese 30) coloca que o motivo para a contemplação e o consumo passivo das imagens se dá justamente porque a televisão possibilita ver o que falta na existência real do indivíduo da chamada sociedade do

espetáculo. Logo as relações entre os homens já não são mais mediadas pelas mercadorias, mas sim pelas imagens.

> A mídia cria diariamente a sua própria narrativa e a apresenta aos telespectadores – ou aos leitores – como se essa narrativa fosse a própria história do mundo. Os fatos, transformados em notícias, são descritos como eventos autônomos, completos em si mesmos. Os telespectadores, embalados pelo "estado hipnótico" diante da tela de televisão, acreditam que aquilo que veem é o mundo em estado "natural", é "o" próprio mundo. (JÚNIOR, 2001, p. 103)

A defesa do telejornalismo da TV Globo se embasa na objetividade, que assim como isenção, imparcialidade, ética e credibilidade se colocam como pilares da profissão. O problema de se trazer uma versão construída, criada sem limites e de acordo com os interesses da corporação é que o telespectador, que não tem a mínima noção do processo de produção, vai considerar aquilo que ele vê através dos raios mágicos e sedutores da TV a verdade absoluta e incontestável, sendo que ela ainda é a principal fonte de informação do brasileiro. O simulacro se mantém porque serve para garantir do poder que a mídia ainda exerce sobre as pessoas e claro, boa audiência vende muito.

> Por sua vez o modelo "polifônico" de telejornalismo pode ser acusado, não sem razão, de tentar mascarar o fato de que toda produção de linguagem emana de alguém, ou de um grupo, ou de uma empresa, portanto nunca é o resultado de um consenso coletivo, mas de uma postura interpretativa "interessada" diante dos fatos noticiados (MACHADO, 2003, p. 109)

Isso quer dizer que o Jornal Nacional, ao se posicionar como aquele que traz o real, sem colocar o espectador a par do processo ao qual o jornalismo está submerso, é enganador. A postura nem sempre retrata a vontade de repórteres, apresentadores, cinegrafistas e produtores, muito menos da chamada "opinião pública", pois não é fruto de um consenso, mas da política vertical pré-estabelecida pelos donos da empresa. Chauí (2006) considera que ao invés de opinião pública, tem-se a manifestação pública de sentimentos.

> Isso explica o porquê da pergunta que os repórteres incansavelmente dirigem aos entrevistados, perguntando-lhes o que sentem ou o que sentiram diante dos acontecimentos, ficando por conta do emissor da notícia oferecer informações, interpretações e explicações, usando para essas últimas o jargão de uma linguagem pseudotécnica ou científica incompreensível, de sorte a oferecer aos demais a ilusão de que conhecem os fatos porque têm sentimentos e preferências sobre eles, porquê confiam nos sentimentos do entrevistado e porque algum especialista apresentou uma explicação crível. (CHAUÍ, 2006, p.10)

Considerações finais

Diante da análise realizada em torno das características da sociedade contemporânea, pode-se perceber que a cobertura do incêndio na boate Kiss feita pelo Jornal Nacional que emerge deste contexto segue o mesmo caminho, justamente em busca da aproximação com o público. A nova configuração trazida pela vida moderna determinou novas proposições ao telejornalismo praticado pela TV Globo com relação não só à forma, mas também ao conteúdo. Depois de um dia atribulado e tenso, o espectador médio almeja conteúdos que desestressem, que não necessitem de pensamento crítico para interpretar e decodificar.

Pela necessidade de satisfazer esse público cada vez mais sedento de emoção, informação e velocidade, nota-se que o Jornal Nacional apropria-se de recursos narrativos melodramáticos em busca de manter seu prestígio e audiência, já que o papel da mídia também sofreu uma reconfiguração, no sentido de que não é suficiente só comunicar. Com o grande número de informação em circulação, é preciso um diferencial. E este não está associado à profundidade crítica, mas a elementos particulares e simples, que chamam a atenção. É preciso emocionar para prender esse público saturado de informações e tendencioso ao esquecimento.

O homem abriu mão de sua racionalidade para mergulhar de cabeça no universo da emoção. O jornalismo também. Por meio do exagero de imagens espetaculares, de informações instantâneas e do sensacionalismo na cobertura dos eventos, principalmente o que o Jornal Nacional chama de “tragédia”, ele se inclui no grande espetáculo enquanto mediador e formador de um simulacro por meio do qual o homem tem acesso à sua própria vida. Isso explica porque até a população de Santa Maria acompanhava tudo pela televisão

e se dispunha a dar entrevistas e visibilidade aos acontecimentos, mesmo com todo o sofrimento que estava passando.

Os indivíduos que formam a sociedade atual e que são telespectadores desse modelo de jornalismo apresentam-se cada vez mais frágeis psicologicamente, acreditam-se vítimas à mercê de um destino implacável, definido. Coadjuvantes da própria história, tal qual em uma novela, onde são personagens, nada mais que bonecos, nas mãos de seus criadores.

Referências Bibliográficas

BALOGH, Anna Maria. *O discurso ficcional na TV*. São Paulo: Edusp, 2002.

CHAUÍ, Marilena. Simulacro e poder – uma análise da mídia. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

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

GUATTARI, Félix. *Caosmose – um novo paradigma estético*. São Paulo: Ed.34, 1992.

HAROCHE, Claudine. *A condição sensível: formas e maneiras de sentir no Ocidente*. Rio de Janeiro: Contra capa, 2008.

HUPPES, Ivete. *Melodrama: o gênero e sua permanência*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.

JORNAL NACIONAL. Cobertura da tragédia na Boate Kiss. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=M0RTiLVDhHE>,<http://www.youtube.com/watch?v=n-kMVtNtL2g> e <http://www.youtube.com/watch?v=8VBIwc3xes8>. Acesso em 01 de julho de 2013.

JUNIOR, José Arbex. *Showrnalismo: a notícia como espetáculo.* São Paulo: Casa Amarela, 2001.

LACROIX, Michel. *O culto da emoção*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

LANZA, Sônia. *Jornalismo: da origem folhetinesca à folhetinização da informação*. In: 3º Encontro Nacional da História das Mídias, da Rede Alfredo de Carvalho, Novo Hamburgo, 2005. Disponível em <www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/3o-encontro-2005-1/Jornalismo%20da%20origem%20folhetinesca%20a%20folhetinizacao%20da%20informacao.doc> Acesso em 25 de junho de 2013.

LEMOS, André. *Condição pós-moderna e cibercultura*. In: Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**.** Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 65-103.

LLOSA, Mário Vargas. *A civilização do espetáculo*. Lisboa: Quetzal Editores, 2012.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. 3ª ed. São Paulo: Senac, 2003.

OROZ, Silvia. *Melodrama: o cinema de lágrimas da América Latina*. Rio de Janeiro: Funarte, 1992.

SINGER, Ben. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa R. (Org.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p.115-148.

SODRÉ, Muniz. *A comunicação do grotesco*. Petrópolis: Vozes, 1985.

TEMER, Ana Carolina Rocha. *O telejornalismo entre o fato e suas representações.Ver o telejornal ou ver no telejornal? Communicare*, São Paulo, v. 3, n. 2, jul/dez 2003.