

A LINGUAGEM DA TELEVISÃO

LEANGE SEVERO ALVES*

RESUMO

Este trabalho pretende mostrar como se processa a ação da linguagem na televisão, abordando alguns dos elementos determinantes dessa linguagem televisiva. Detêm-se principalmente na questão dos signos televisuais relacionando-os aos de outros meios de comunicação, em especial o cinema, salientando o complexo signico formado pela imagem cinética, o som e a fala.

INTRODUÇÃO

Os dados referentes à televisão no Brasil, citados por MORÁN⁽⁶⁾, embora relativos ao ano de 1980, podem demonstrar a abrangência desse meio de comunicação. São 4,5 milhões de aparelhos de televisão a cores que se somam aos 12,3 aparelhos em preto e branco, espalhados por 14.800.000 domicílios, que recebem a programação de cerca de 120 emissoras.

Unindo-se a esses dados, a informação do curto espaço de tempo decorrido desde que a televisão foi implantada no Brasil, podemos deduzir o alto grau de influência que a televisão vem alcançando e, em consequência disso, observamos o grande modificação de hábitos ocorrida entre a população. Se a televisão é boa ou má não vem ao caso aqui analisar, o mais relevante é que milhões de pessoas vêm sofrendo a sua influência, sendo a televisão parte integrante da vida de todas elas.

É, pois, através da televisão, muito mais do que por outro meio qualquer, que as pessoas têm oportunidade de lazer e se mantêm informadas sobre os acontecimentos de importância no mundo. E esse estado de se manter em contato com o mundo, esta necessidade de saber e participar de tudo o que acontece, é uma característica da vida moderna, onde a informação alcança papel de destaque. Num âmbito maior, WIENER⁽¹¹⁾ expõe a importância da informação, salientando que

“o país que desfrutará de maior segurança será aquele cuja situação informacional e científica se mostrar à altura das exigências que lhe possam ser feitas — o país no qual houver plena consciência de que a informação é importante como um estágio do processo contínuo pelo qual observamos o mundo exterior e agimos de modo efetivo sobre ele”.

1. A TELEVISÃO COMO PRODUTO SOCIAL

Antes de se passar a analisar os elementos que determinam a linguagem da televisão, é preciso discutir, ainda, alguns pontos que julgamos de máxima importância, porque envolvem tanto a produção quanto a recepção da mensagem televisiva.

1.1. Controle e Ideologia

Discorrendo sobre a possibilidade de controle ideológico sobre a televisão, SANTAELLA⁽¹⁰⁾, reiterando a posição de Engelsberger, afirma que a dinamicidade e transformação constante inerente à produção de níveis e classes do pessoal envolvido na criação dos programas e a descentralização dessa criação em uma série de setores dificultam as vias de controle absolutamente rígido sobre sua produção, visto que todo controle, exige, para ser exercido, uma organização fortemente centralizada. Também a abertura e liberdade de interpretação inerentes à linguagem da

imagem impossibilitam um controle absoluto sobre o processo de recepção e consumo das mensagens televisivas.

Desta forma, é preciso ir além de uma leitura exclusivamente superficial e conteudística. É preciso ler o modo como essa linguagem se articula e transforma os mecanismos de opressão e reação diante da realidade. Isso significa, na visão de BUGGLEY⁽¹⁾, que o conteúdo dos programas de televisão supõe um complexo conjunto de mensagens e é preciso examinar não só a estrutura e o conteúdo declarado da mensagem mas os processos subjacentes à experiência de ver.

Se por um lado SANTAELLA⁽¹⁰⁾ acredita que a televisão não é “um mero instrumento dócil a serviço da opressão, simples máquina neutra acima das contradições sociais e manipulável a bel-prazer aos interesses das classes dominantes”, Anamaria Fadul, citada por CAPARELLI⁽²⁾, discute se a ideologia não está presente na própria construção da televisão. Ela justifica essa posição dizendo que “isso significa constatar que o desenvolvimento tecnológico que permite a sua descoberta se desenvolve em pleno capitalismo e como resultado de suas conquistas científicas e tecnológicas. Aceitar essa hipótese significa aceitar que já não existe uma tecnologia neutra, por outro lado, a televisão, por sua própria construção, não permitiria uma verdadeira comunicação, já que ela se limitaria a ser simplesmente um transmissor de mensagens. Ela seria a palavra sem resposta,

* Professora do Departamento de Comunicação, da Universidade Estadual de Londrina e mestranda em “Comunicação e Semiótica” na PUC/SP.

já que ela não supera a dualidade emissor/receptor”.

Deduz-se daí, que a televisão é feita de contradições, fazendo parte integrante das tensões e contradições sociais que atravessam as sociedades. E, embora ela seja resultante da debilidade de outras alternativas culturais do público, a televisão vê-se obrigada a encontrar soluções de programação caracteristicamente suas, tanto em termos de tipos de programas, como também em termos de linguagem.

Essa tentativa de encontrar soluções leva a televisão a descobrir a sua linguagem e, através dela, interferir de maneira profunda na vida do telespectador, pois tanto a programação quanto a estrutura do próprio meio são determinantes da mensagem.

Ainda de acordo com SANTAELLA⁽¹⁰⁾, “não resta dúvida de que a indústria cultural busca veicular mensagens que estejam em conformidade com os valores ideológicos das classes dominantes. O modo, entretanto, pelo qual essas mensagens se engendram na televisão, cria modos de recepção latente-mente antagônicos àqueles valores, ou seja: prontidão para a mudança e para a ação, sensibilidade dinâmica, necessidade de participação, rapidez na compreensão de relações e situações complexas. Grandes massas de população habituadas ao convívio com as mensagens televisivas, tornam-se aptas a romper com os caracteres de submissão, passividade e conformismo diante da realidade”.

Esta afirmação coloca-se portanto, frontalmente contra aquela em que a televisão seria “a palavra sem resposta”. Acreditamos, depois do que aqui foi exposto, que o comportamento do leitor não é passivo como se supunha e que embora aparentemente não exista o diálogo emissor/receptor, a televisão induz à ação e à participação.

1.2. Público e Repertório

Na tentativa de encontrar sua própria linguagem, a televisão pesquisa alternativas próprias, não importadas. O que parece mais difícil superar é a questão do público tão diferenciado em termos de Brasil, do diferente poder aquisitivo da população e dos valores culturais tão diversificados.

Dependendo da faixa de horário, da localização da emissora e das características do público, a programação se modifica, embora persiga sempre o esquema da sua principal geradora. Assim,

mesmo com a utilização de redes há a possibilidade de uma programação regionalizada, que pretende atender aos interesses da população. Mas esse interesse, que muda segundo a idade, o sexo, a faixa etária, o nível cultural, etc, é evidenciado através do repertório de cada grupo.

O repertório é a soma de conhecimentos de alguém, de um grupo, vinculada à sua capacidade de manipular códigos. Com isso queremos dizer que o repertório é um dos fatores que fazem com que o público aceite ou não uma programação. O público só participará ativamente da programação se entender tudo, ou pelo menos uma grande parte do que está ali sendo apresentado. E não é só em termos de fala. Também o modo de apresentação da imagem tem que satisfazer a expectativa desse público. Como na televisão a norma geral é atingir o maior público possível, muitas vezes as mensagens são empobrecidas ou reduzidas a um denominador comum. Mas esse empobrecimento, na maior parte das vezes decorre mais da incapacidade da emissora de entender a natureza do veículo que de uma necessidade de baixar o padrão em virtude do repertório, pois mesmo utilizando-se de maior redundância pode-se conseguir programas de nível cultural satisfatório.

2. A SEMIÓTICA DA TELEVISÃO

Partindo da afirmação de McLUHAN⁽⁵⁾ de que “o meio é a mensagem”, procuramos através desse trabalho, levantar alguns elementos que são determinantes da mensagem televisiva. Em alguns aspectos, a linguagem da televisão assemelha-se à do cinema, como é o caso do complexo sógnico que é idêntico nos dois meios de comunicação. Ambos lidam com a imagem cinética, o som (música e ruídos ambientais) e a fala. O modo técnico de produção é que começa a diversificar esses meios.

2.1. A produção da imagem

Um dos elementos que distancia a televisão do cinema e faz com que ela caminhe para a sua própria linguagem é a técnica de produção da imagem. A televisão é impressa em imagens eletro-eletrônicas, enquanto que o cinema utiliza imagens óticas, montadas em cima do fotograma. Na televisão, a imagem é constituída, elemento por elemento, linha por linha, pela

ação de um feixe eletrônico móvel, existente no tubo da câmara. Não são transmitidos todos os elementos da imagem ao mesmo tempo, mas um em cada momento, sucessivamente. Cada elemento impressiona a retina durante um tempo muito curto, da ordem do milionésimo de segundo. A transmissão é contínua, isto é, cada imagem é imediatamente seguida pelo primeiro elemento da imagem posterior, sem interrupção. O movimento explorador desse feixe eletrônico, na transmissão, é reproduzido exatamente pelo feixe eletrônico no tubo da imagem do aparelho receptor.

Portanto, o modo da imagem da televisão nada tem em comum com o filme ou a fotografia exceto a disposição de formas ou “gestalt” não-verbal. Segundo McLUHAN⁽⁵⁾, “o contorno plástico resulta da luz que atravessa e não da luz que ilumina, formando uma imagem que tem a qualidade da escultura e do ícone, mais do que a da pintura”.

No referente à produção da imagem, temos ainda a salientar a retícula. Cabe, aqui a explicação do que seria a retícula, elemento que de certa forma aproxima a televisão do jornal e a distância cada vez mais do cinema. A retícula é um elemento intermediário que decompõe a imagem de tons contínuos em pequenos pontos, conseguindo o efeito de tonalidades diferentes. Estes pequenos pontos aparecem na televisão, mas como no jornal, não são visíveis a olho nu, produzindo simplesmente a sensação de uma imagem “inteira”. O cinema, assim como a fotografia, não necessita desse recurso, daí, também uma das distinções de alta ou baixa definição de que falaremos mais adiante.

PIGNATARI⁽⁹⁾ salientando as peculiaridades da televisão, explica que “na televisão não se trata do efeito de lanterna mágica, que é o do cinema; um feixe de luz vazando uma película, positivo processado de um negativo, com diferentes camadas fotoquímicas de luz e cor”. Em termos de televisão, a imagem resulta de um chuveiro de elétrons projetados num anteparo ou óculos do olho, que é o screen do cinescópio, com a imagem se formando e desaparecendo em microssegundos. É a cor-luz, eletricidade colorida, que Pignatari identifica com um clichê eletrônico. Dos três milhões de pontos por segundo que aparecem na televisão, o telespectador consegue

capatar somente algumas dúzias, com as quais forma a imagem.

A imagem da televisão é, pois, uma trama mosaica de pontos de luz e sombra e, como em qualquer outro mosaico, a terceira dimensão é estranha à televisão, embora lhe possa ser imposta. A ilusão da terceira dimensão é sugerida pelo cenário do estúdio, mas a sua imagem, propriamente, é um mosaico plano, bidimensional.

E é essa forma em mosaico que exige a participação e o envolvimento em profundidade de todo o ser, como o faz o sentido do tato, requerendo respostas criativas e participantes.

2.2. A tatilidade e a participação

“A televisão é menos um meio visual do que tátil-auditivo, que envolve todos os sentidos em profunda inter-relação”. Em virtude dessa sua afirmação, McLUHAN⁽⁵⁾ defende a posição de que a mudança de atitude do telespectador, ao contato com a imagem em mosaico da televisão, ocorreria igualmente, não importando a natureza do acontecimento. Afirma, portanto, que a mudança de atitude nada tem a ver com a programação do veículo.

Embora este ponto de vista possa ser discutido, é inegável que o telespectador é envolvido e torna-se ativamente participante pois a imagem exige que, a cada instante “fechemos” os espaços da trama por meio de uma participação convulsiva e sensorial que é profundamente cinética e tátil. Isso leva-o a definir a imagem de televisão como sendo de “baixa definição”, para significar que ela oferece poucos detalhes e um baixo teor de informação. Em virtude da alta ou baixa definição, divide os meios de comunicação em meios quentes e meios frios.

Os meios quentes seriam aqueles em que haveria uma alta definição, não deixando muita coisa a ser preenchida pela audiência. A fotografia, a imprensa, o rádio e o cinema são considerados meios quentes porque prolongam um único dos nossos sentidos, apresentando alta saturação de dados. Enquanto isso, os meios frios, por fornecerem pouca informação, oportunizam uma maior participação. Entre estes estão o telefone, o desenho e a própria televisão.

A baixa definição da televisão assegura um alto envolvimento da audiência e, por isso, os programas mais eficazes são aqueles cujas situações

consistem de processos que devem ser completados. É acredita-se que a televisão, que é considerada a mais recente extensão elétrica do nosso sistema nervoso central, ainda não se deixa apreender em toda a sua profundidade embora afete a totalidade de nossas vidas pessoal, social e política, ao mudar a nossa vida sensorial e os nossos processos mentais.

2.3. A instantaneidade da informação

Entre as características que identificam a televisão como o meio de comunicação de maior relevância na sociedade atual está a instantaneidade que consegue imprimir à informação. A tecnologia moderna oportunizou que a televisão transmitisse (ou teipasse e retransmitisse) as imagens praticamente no mesmo momento em que têm lugar os acontecimentos. Em relação ao cinema, esta é uma vantagem inigualável, pois este precisa de determinado tempo para a revelação, montagem e outras fases técnicas até que possa ser levado ao público.

O aparecimento do vídeo-tape e as redes nacionais com transmissões via satélites conseguem interligar todos os locais, desde o de onde acontece o fato, o de transmissão e o de recepção. Esta instantaneidade, embora oportunize algumas falhas técnicas, acompanha o ritmo da vida moderna, simultaneiza o mundo. Depois de uma fase na qual o rigor da produção técnica era requerido, entramos novamente numa fase em que o improvisado volta a se fazer presente. O público exige uma maior participação e isso faz com que considere algumas falhas.

Não queremos dizer com isso que se trata de uma volta aos tempos em que a televisão era feita amadoristicamente, a época em que as gravações não tinham condições de serem feitas. Hoje, é a própria técnica que assim requer. Assim, este modelo, onde todos são protagonistas, deriva diretamente da natureza do meio.

2.4. A estrutura da imagem

Pode-se distinguir três tipos de montagem, na estruturação da imagem que são a montagem propriamente dita, a colagem e a bricolagem. PIGNATARO⁽⁸⁾ explica que na montagem sintática ou montagem propriamente dita, a parataxe ou a paramorfismo coordenam o processo. A montagem semântica ou colagem é o normal médio do uni-

verso icônico, enquanto que a bicolagem acontece quando o universo da contiguidade invade o pólo da similaridade. Neste tipo observa-se uma tendência à saturação e superação do código.

No cinema, a base da signagem é a **montagem** mas na televisão é a **colagem-montagem**, chegando até mesmo ao bricolagem. A televisão tende, portanto, a estruturar-se por coordenação ou parataxe, com elementos agrupados por justaposição, sob o comando da analógica. Todo o programa televisivo é composto por blocos estanques, separados por comerciais. O salto de um plano para outro, com o simples apertar de um botão na mesa de corte também favorece uma colagem pois não tem um compromisso estrutural, não necessita de determinada hierarquia. Esta própria mesa de controle oferece oportunidade de compor várias imagens dentro de um mesmo quadro televisivo. A fusão de imagens é outro elemento, com grande força icônica, pois cria relações visuais que levam até mesmo à terceiridade. Quanto mais bricola, mais simbólico.

É preciso salientar que a televisão possui recursos técnicos, que favorecem o aparecimento de uma linguagem, mas que ainda está sendo pesquisada. A utilização de computadores sofisticados, que geram imagens que vão desde as vinhetas até os mais rebruscados efeitos, demonstram a potencialidade técnica que pode ser empregada para que a televisão passe a ser ela mesma, passe a falar por si e, conseqüentemente afaste-se da linguagem cinematográfica a que esteve tão ligada até agora.

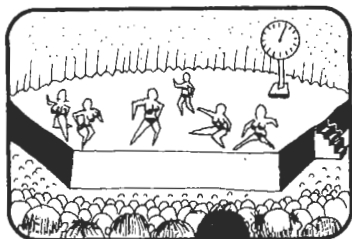
Um exemplo bem marcante de colagem pôde ser observado no Especial da Rede Globo, comemorativo ao primeiro ano de falecimento de Elis Regina. No programa, superpunham-se imagens da própria Elis como que alinhavadas com a interpretação de outros artistas. Sem necessariamente obedecer qualquer ordem cronológica, a colagem ia se desenvolvendo, chegando em alguns momentos ao bricolagem, tal a dimensão icônica alcançada, nestes momentos, conforme conceitua FERRARA⁽³⁾, “o ícone caracteriza a imagem projetando-se no futuro em nível de primeiridade, e olhando para o passado em nível de terceiridade, através de representação pragmática do interpretante na sua trama relacional geradora de possíveis signos novos”.

2.4. Os planos e o tempo de leitura

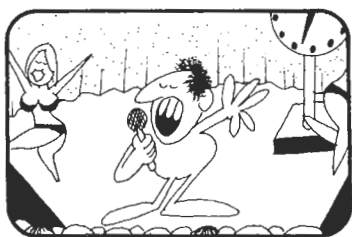
A tela também é relevante em ter-

mos de linguagem televisiva pois existe uma relação direta entre o tamanho do quadro e a duração do plano. A tela pequena de televisão favorece a ação, evitando, portanto, os "tempos mortos", tão comuns no cinema. O plano caracteriza a importância do tema em relação aos elementos presentes na imagem e determina o tempo de leitura da imagem e alguns efeitos no observador. Alguns exemplos:

O Grande Plano Geral (CPG) ou Grande Plano de Conjunto (CPG) procura o enquadramento geral da paisagem, abrangendo todo o local da ação. Nesse caso, nenhum elemento tem relevo pois ele somente serve para ambientar o espectador.



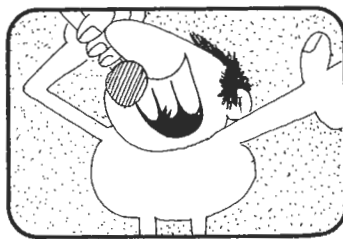
No Plano Geral (PG), não muito diferente do anterior, começa a distinguir-se um tema, embora o ambiente ainda se revista de um caráter predominante. Focaliza as personagens dentro do local de ação. O tempo de duração deve ser um pouco mais longo que o anterior por o observador precisa ter tempo suficiente para colher todos os pormenores.



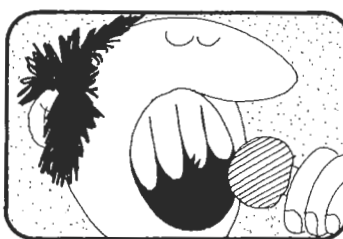
O indivíduo se sobrepõe ao ambiente, mas este é ainda bem identificável e legível, no Plano Médio (PM). Focaliza essencialmente as personagens de corpo inteiro.



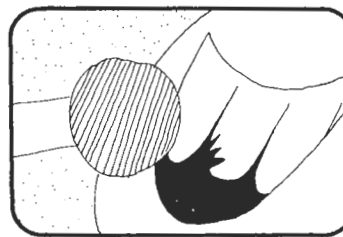
Já o Plano Americano (PA) apresenta a personagem a meio corpo.



O Primeiro Plano (PP) ou Close Up apresenta uma parte essencial do sujeito que, por si só é suficiente para recordá-lo completamente. Apresenta maior facilidade de leitura e possui grande valor expressivo, valorizando os pormenores. O tempo de leitura varia de acordo com a importância que se quer atribuir à imagem.



Plano de Detalhe (PD), Big Close Up ou Primeiríssimo Plano é aquele que apresenta um pormenor do sujeito que geralmente não é suficiente para nos levar ao próprio sujeito. Tem forte poder expressivo, leitura fácil. Podemos identificá-lo como uma metonímia por ser uma imagem de efeito que nos conduz a um sistema de referência espacial, que não nos é habitual.



E a televisão joga com esses planos procurando, de maneira consciente conseguir efeitos especiais, que são sua própria maneira de falar. Vemos, portanto, que existe uma estreita ligação entre os planos e o tempo de projeção. Assim, enquanto o cinema sai-se bem em todos os planos, a televisão favorece os mais aproximados. Embora ambos se utilizem dos mesmos planos, a forma de utilizá-los é diferente. Em relação ao tempo ou à velocidade da projeção, temos a abordar, ainda, que no cinema, o movimento muito rápido de câmara chamado "chicote", tende a "borrar" a imagem enquanto que a

TV, por ser um continuum imagético-magnético, sem fotogramas, resiste aos movimentos os mais diversos. Com isso, consegue mais efeitos e movimentação.

2.6. A composição e posição da câmara

A composição visual, seja ela vertical, horizontal, diagonal ou cíclica, permite que os olhos percorram a imagem segundo determinados esquemas descobrindo suas partes essenciais e avaliando a sua importância. A composição pode nos dar sensações de movimento, de exaltação ou de opressão, entre outras. Tudo funciona de maneira interligada, sendo preciso até certo tipo de aprendizagem para se entender determinadas transmissões. A posição da câmara (Plongé ou Contra-plongé) também revela certas peculiaridades que pessoas que não estão acostumadas com aquela maneira de ver podem não perceber inteiramente. Imagem produzida de cima para baixo causa sensação de aniquilamento, de mal-estar, enquanto que, ao contrário, consegue produzir sensação de grandeza, de elevação.

2.7. Os ruídos e a fala

O cinema passou por uma fase inicial do filme mudo. O som, portanto, significou uma evolução na linguagem cinematográfica, que teve que ser repensada e reelaborada para conviver com esse novo elemento. Ao contrário, a televisão já nasceu sonora. O som faz parte integrante da linguagem televisiva desde a sua criação. O que parece não estar totalmente definido é a dosagem desse som na produção de TV. Entram, aqui, em confronto, os dois códigos o visual e o verbal, cada um tentando se sobrepôr ao outro. Ou pelo menos, se equiparar e conviver harmonicamente, complementando-se.

Do som fazem parte a voz humana, a música e os sons ambientais. O uso desse recurso está intimamente ligado com o tipo de mensagem que se quer emitir e com o tipo de receptor. Quando em assuntos jornalísticos, por exemplo, a voz predomina, porque existe uma necessidade de complementar a imagem que está sendo apresentada, com o máximo de informação. Em outros tipos de programas, musicais, por exemplo, predomina o icônico, não precisando de elementos que racionalizam a imagem, chegando, muitas vezes, a repro-

duzir o som, o ruído do mundo urbano, com sobreposição de todos os elementos sonoros. É um todo que se interrelaciona e produz um efeito que deve estar também adequado à imagem.

O que dificulta, algumas vezes, a integração de som e imagem é que a comunicação real atribui tal importância ao elemento verbal que este termina impondo-se, na TV, ao visual, embora a televisão seja o principal medium icônico do nosso tempo. Para fazer esta afirmativa, baseamo-nos em PIGNATARI⁽⁸⁾ que explica: "Embora não em termos rígidos e absolutos, o universo icônico é o universo do não verbal, já o universo simbólico é constituído, basicamente de corpos verbais".

O verbal e o visual se repetem exaustivamente no vídeo, porque o compromisso com o real histórico impele a TV a uma lógica de demonstração, de explicação que percorre todas as suas possibilidades expressivas. Ela pode mostrar qualquer coisa, mas tem que explicar, de esclarecer o que mostra, pois a imagem televisiva não conceitualiza.

Além do que está sendo dito, a forma de dizê-lo também constitui elemento a analisar. O timbre de voz, a pronúncia, o vocabulário, tudo faz parte de um contexto que somado à imagem cinética constitui a linguagem da televisão.

CONCLUSÃO

A televisão, por ser um meio bas-

tante novo, ainda está à procura de sua linguagem. Ela já existe, mas a totalidade de sua potencialidade está longe de ser alcançada. A televisão tenta, pois, chegar a uma categoria estética, em que as funções de entretenimento e informação não se diferenciem entre si. Mas enquanto isso não acontece, ela vai pesquisando, tanto em termo de técnica quanto de programação. E acredita-se que em virtude disso, a televisão, mesmo independente de sua programação, já se constitui num meio de influência e de formação de opinião, alcançando a mais alta importância, tanto pela abrangência como pelo grau de persuasão.

ABSTRACT

This paper attempts to show how the act of television language is processed, approaching some of the determining elements of this television language. The study concentrates principally on the question of televisual signs, relating them to those of other communication media, especially the movies, emphasizing the sign complex formed by cinematic image, sound and speech.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BAGGALEY, J. DUCK, S. *Análisis del mensaje televisivo*. Barcelona, Gustavo Gilli, 1979.
2. CAPARELLI, S. Televisão e mobilização popular. *Cadernos Intercom 2*, São Paulo, maio, 82.
3. FERRARA, L.D. Linguagem: notícia/informação. *Revista Através 3*, São Paulo, Duas Cidades, s.d.
4. GIACOMANTONIO, M. *Os meios audiovisuais*. São Paulo, Martins Fontes, 1981.
5. MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo, Cultrix, 1979.
6. MORÁN, J.M. *Contradições e perspectivas da televisão brasileira*. *Cadernos Intercom 2*, São Paulo, março, 82.
7. PIGNATARI, D. *Informação. Linguagem. Comunicação*. São Paulo, Perspectiva, 1976.
8. -----. *Semiótica da montagem* (texto mimeografado) nov. 81.
9. -----. *Semiótica da TV*. *Revista Signos 6*. São Paulo, Cortez, 1o. sem. 81.
10. SANTAELLA, L. (Arte) & (Cultura): equívocos do elitismo. São Paulo, Cortez, 1982.
11. WIENER, N. *Cibernética e sociedade*. São Paulo, Cultrix, 1978.