

Artigos

A visualidade háptica da televisão contemporânea*

Patrícia Silveirinha Castello-Branco**

Resumo

Na última década, o discurso crítico do estudo dos *media* deslocou o enfoque do virtual para o físico. Este deslocamento acompanha uma percepção generalizada de que os novos *media* e os novos usos dos velhos *media* apelam e encorajam abordagens materialistas e multisensorialistas. Nesta linha, o presente estudo procura explorar a ideia de que as novas imagens tecnológicas televisivas participam da mesma tendência de novo enfoque sensitivo, se esse é um fenómeno novo ou se se encontra desde sempre presente na televisão. Assim, procura-se-á explorar teoricamente a hipótese de que as imagens televisivas trabalham com uma nova forma de visualidade: a visualidade háptica.

Palavras-chave: Televisão. Visualidade háptica. Óptica háptica.

The haptic's visuality of contemporary television

Abstract

In the last decade, the critical thought of the media studies changed its focus from the virtual towards the physical. This change followed the generalized perception according to which the new media and the new uses of the old media appeal and encourage new materialist and multisensorialist approaches. Accordingly, the present study tries to verify the hypothesis that the new electronic images participate in the same new sensitive focus, it interrogate if this is a new phenomena or if it is since ever present in television. In order to

* Optou-se em conservar o português de Portugal.

** Doutora em Ciências da Comunicação, área de Comunicação e Cultura pela Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Actualmente é investigadora do Instituto de Filosofia da Linguagem (IFL) da Universidade Nova de Lisboa, onde desenvolve um trabalho individual de investigação de pós-doutoramento sob o tema “Pensar a imagem na era pós-fotográfica, pós-darwiniana e pós-cartesiana” e onde integra a equipa de investigação de dois projectos de investigação colectivos: Filosofia&Cinema (Film& Philosophy) e Arte e Corpo (Art &Body). Email: ps.castellobranco@gmail.com.

accomplish these objectives, it will try and demonstrate that the television's images work within a new form of visibility: the haptic one.

Keywords: Television. Haptic visibility. Haptic optics

La visibilidad háptica de la televisión contemporánea

Resumen

En la década pasada, el discurso crítico del estudio de los medios se dislocó del acercamiento del virtual para el físico. Esta dislocación sigue una opinión generalizada de que los nuevos medios y las nuevas aplicaciones de los viejos medios exigen nuevas abordajes materialistas y multisensorialistas. En esta línea, el actual estudio busca explorar la idea de que las nuevas imágenes tecnológicas de la televisión participan de la misma tendencia del nuevo acercamiento sensible, y procura investigar si esto es un fenómeno nuevo o si está desde él siempre presente en la televisión. Así, será teóricamente explorada la hipótesis de que las imágenes de la televisión trabajan con una nueva forma de visibilidad: la visibilidad háptica.

Palabras clave: Televisión. Visibilidad háptica. Óptica háptica.

O regime tipicamente háptico-afectivo da imagem televisiva: definição de imagem e percepção hápticas

Antes de avançar na exploração da hipótese de que a imagem da televisão é uma imagem tendencialmente háptica, torna-se necessário determo-nos no adjetivo “háptico” e nas suas definições quando utilizado no campo imagético e cultural, bem como nas suas diferenças em relação ao que aqui chamamos como visibilidade óptica.

Para começar, é relevante relembrar que o termo háptico deriva do grego *haptesthai* que significa “tocar”. Desta sua origem etimológica deduz-se facilmente que háptico é, então, um adjetivo de (ou relacionado com) a sensação de tocar.

Aplicado à imagem, o adjetivo foi utilizado pela primeira vez quando Alois Riegl — na sua tentativa de identificar a *Kunstwollen*¹ — caracterizou como “háptica” a qualidade física e tátil da arte egípcia antiga, por contraste com a qualidade

1 *Kunstwollen* é frequentemente traduzido como ‘vontade para a arte’.

“óptica” da arte romana, mais abstracta e associada ao nascimento do espaço figurativo.²

Esta dicotomia de Riegl está também estreitamente relacionada com aquilo que Hildebrand chamou a visão próxima e distante. A primeira trabalha com base na ideia de relação directa e não mediada com as figuras e com o campo figurativo, a segunda é mediada e distante. Uma – a háptica — é análoga ao sentido do tacto na medida em que tem de sintetizar mentalmente um número de *inputs* sensoriais descontínuos e desordenados. À outra — a óptica — pelo contrário, basta-lhe conseguir uma visão geral e panorâmica dos objectos num espaço ordenado e coerente.

A importância desta distinção entre háptico e óptico e a sua pertinência para o nosso argumento é facilmente perceptível se nos lembrarmos também como Marshall McLuhan importa directamente esta dicotomia de Riegl referindo-se ao “espaço óptico da Galáxia de Gutenberg” a propósito de grande parte da

2 Na oposição de Riegl a diferença entre o háptico e o óptico está confinada à caracterização de diferentes concepções do espaço e é utilizada para descrever o desenvolvimento da arte antiga que o historiador divide em três fases: a primeira, claramente háptica, mantém tanto quanto possível a aparência de um objecto unificado, isolado, aderindo a um plano a que chama ‘o plano háptico’. Esta fase encontra-se optimamente ilustrada na arte egípcia antiga. A segunda fase, ou fase intermédia da arte grega clássica, é marcada pelo surgimento de projecções de objectos na superfície, mas estes estão ainda claramente ligados ao plano de fundo. Finalmente na terceira fase, que corresponde ao estilo óptico da arte romana, os objectos aparecem na sua total tri-dimensionalidade. Encontramo-nos face a um plano óptico em que o espaço é reconhecido como um espaço mensurável, auto-contido. Através desta diferenciação, Riegl procura demonstrar que a passagem de uma arte háptica para uma arte óptica, traduz um real deslocamento em direcção a um ideal de abstracção que é comum a toda a arte ocidental. A fim de demonstrar isso mesmo argumenta que a arte háptica é concreta, isto é, é mais centrada no objecto em si, enquanto a arte óptica, pelo contrário, pensa os objectos, não como elementos concretos habitando uma superfície, mas como figuras no espaço. O campo óptico trabalha com base em propriedades abstractas, concebe o ‘espaço’ como um conjunto de coordenadas matemáticas, e vai caminhando no sentido de uma abstracção progressiva até que o ‘espaço’ se torna apenas um campo infinito entre corpos materiais. As consequências a longo termo deste movimento incluem a perspectiva renascentista que reforça a dominância visual de um observador individual. (RIEGL, 1985)

arte moderna e defendendo um retorno da percepção tátil com o advento da televisão. As categoriais de Riegl e de Hildebrand são aqui utilizadas quase sem variações e McLuhan acredita que a baixa definição da imagem televisiva implica um tipo de percepção tátil por parte do espectador, uma percepção mais fria, mas mais próxima, mais participativa e fluida por oposição a distância e rigidez da percepção eminentemente visual dos meios quentes como o cinema e a pintura. Mais uma vez a baixa definição da imagem televisiva obriga a visão a sintetizar mentalmente um número de *inputs* sensoriais descontínuos. Esse processo garante a participação activa do espectador.

Também Gilles Deleuze se apropria das categorias de Riegl. Para Deleuze, no entanto, o háptico e o óptico são ambos meios de resistir à óptica-tátil que tem como tarefa principal a subordinação da mão ao olho dentro de um espaço organizado e orgânico. Desta feita, a dicotomia entre háptico e óptico é utilizada para descrever uma “arte nómada” na qual o sentido do espaço é contingente, fechado e de curto prazo, sem um ponto de vista exterior imóvel. A oposição entre o háptico e o óptico para Deleuze encontra-se expresso na pintura através de dois tipos de uso da cor e da linha. Enquanto, a arte gótica exalta uma abordagem háptica que foge ao espaço tátil-óptico da representação clássica, o colorismo de Cézanne e especialmente de Van Gogh celebram a libertação da mão através do uso háptico da cor. Mas é em Francis Bacon claro está, que Deleuze encontra a forma mais produtiva do uso háptico da linha e da cor. Em Bacon, Deleuze defende que o seu uso háptico da cor é uma forma de “ver com a mão” sem, no entanto, subordinar a mão ao olho. Continuando na exploração das qualidades hápticas de Bacon, Deleuze argumenta que na sua pintura Deleuze frequentemente intervém um movimento involuntário da mão. Ora, este movimento involuntário introduz uma catástrofe local, ou seja, introduz um “ponto de caos”. É este “ponto de caos” que serve de diagrama para desenvolvimentos futuros. É deste diagrama manual que nascem novas relações, novas configurações hápticas do campo, da figura e do contorno nos quais a mão mantém a sua autonomia enquanto habitando o olho (DELEUZE, 2003).

Utilizando também este conceito de háptico, e já nesta década, esta temática da imagem háptica tem sido explorada por autores como Laura Marks. Marks tem influentemente defendido e explorado a qualidade háptica das imagens vídeo e cinematográficas, nos seus excelentes livros “*The skin of the film*” e “*Touch*”, mas praticamente restrita, no entanto, a práticas do filme e vídeo independentes (MARKS, 2000, 2002).

O que nos parece, contudo, ainda permanecer um campo frutífero de exploração, apesar da tremenda actualidade da questão, é uma profunda reflexão em torno desta qualidade háptica quando pensada e aplicada às novas tecnologias digitais e aos novos media globais, isto é, alargada também às mais recentes práticas mediáticas contemporâneas. Foi ainda essa tarefa que aqui se procura levar a cabo a propósito da televisão.

Resumindo, tomamos aqui o adjectivo háptico para definir um tipo de imagem que subverte a organização espacial óptica, nomeadamente a perspectiva monocular com as suas coordenadas lineares, com o seu ponto de vista exterior e fixo, o olhar a distância, bem como qualquer encadeamento lógico de imagens. O adjectivo háptico quer frequentemente significar a exploração do sentido do tacto com a sua introdução na organização espacial e perceptiva das novas tecnologias da imagem. Associado ao tacto, isto é, à mão e à pele, e por oposição à visão e mesmo à audição, o háptico tem sido considerado um sentido de proximidade contrastante com a visão e com a audição – sentidos mais “distantes” que podem perceber os objectos de forma longínqua. O sentido háptico compreende a ideia de continuidade, contacto directo e ressonância, por oposição ao ponto de vista transcendente, distante e desconectado da organização espacial tradicional típicos da ideia de espectáculo moderno.

Assim, e chegados a esta ideia de espaço háptico, podemos retornar à questão inicial: o que há ou o que pode haver de háptico na imagem televisiva? De que forma esta oposição háptico/óptico nos pode ajudar a compreender a especificidade da imagem televisiva? A disrupção háptica acontece na imagem televisiva? Se sim, de que forma isso se articula com a tradição ocularcêntrica?

A criação de um espaço háptico: poder disruptivo da imagem háptica ou opulência da imagem banal?

Gostaríamos de começar a explorar esta hipótese de que a televisão tem o poder de criar um espaço predominantemente háptico, recordando um simples facto: a televisão nasce no seio daquele que pode ser considerado o primeiro grande feito de propaganda mediática da história da humanidade: os Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936.

A verdade é que, nos Jogos, encontram-se em cena dois grandes actores, representantes de dois regimes visuais diferentes: o cinema, veterano instalado, rei incontestável coroado com a exibição do belíssimo e perturbador “*Olympia*” de Lenni Riefenstahl; e a televisão, actor em início de carreira mas com um futuro promissor, na sua incipiente imagem emitida a 180 linhas e 25 *frames* por segundo. Os seus estilos são radicalmente opostos e, se em 1936 o cinema é ainda rei e senhor absoluto, na verdade não deixa de ser uma coincidência deveras profetizadora o facto de a primeira emissão televisiva em directo coincidir com o primeiro grande acontecimento mediático da história, mesmo se ela não é ainda o responsável por isso. A ainda tecnicamente deficiente imagem de 1936 é quase uma curiosidade técnica na altura e dificilmente pode competir com a elaboração e sofisticação do cinema e da fotografia.

Mas a televisão tem outras características que a tornam no meio favorito do genial Ministro da Propaganda de Hitler, Goebbels. São elas a possibilidade de difusão radicular e aparente espontaneidade e naturalidade que apela a um tipo de fruição radicalmente diferente dos outros meios. Goebbels foi, talvez, o primeiro a perceber a enorme força anímica deste tipo de imagens. Isto explica o seu empenhamento na imagem televisiva, o que fez com que, profeticamente ou não, o regime nazi fosse o responsável pela primeira transmissão televisiva em directo da história.

Quais são então as grandes novidades desta nova imagem veiculada por este novo meio?

A primeira coisa que salta à vista é que a imagem televisiva possui uma baixa definição por comparação com o cinema e com a fotografia. Depois, é evidente que implica procedimentos técni-

cos muito mais simples e uma linguagem aparentemente muito menos elaborada. A televisão quer, desde logo, afirmar-se como um dispositivo técnico neutro que regista o acontecimento, como um mecanismo em que a tecnologia subjectiviza a imagem reduzindo a intervenção humana ao mínimo, numa palavra, como uma mensagem sem código. Esta pretensão de neutralidade devido à anulação da intervenção humana atribui à imagem televisiva um enorme potencial de credibilidade, como vimos atrás.

A baixa definição da imagem, por outro lado, convida a uma relação mais intimista com o espectador. A televisão não procura transmitir uma visão do mundo, uma perspectiva do acontecimento, uma construção intelectual ou estética sobre determinado assunto. A imagem televisiva possui essa qualidade que convida a que o telespectador se sinta mais como um *voyeur* do que como um cidadão partilhando ideias e visões do mundo num espaço de discussão, como no jornal, ou como um espectador anónimo numa sala de espectáculo ou de cinema. O isolamento do indivíduo por comparação com qualquer outro tipo de espectáculo produz um efeito de proximidade apenas comparável ao testemunho directo do acontecimento.

Por outro lado, a televisão funciona com uma difusão tentacular o que faz com que a sua imagem entre directamente no espaço mais privado do indivíduo: o seu ecrã é colocado na intimidade do lar. A televisão invade o espaço em que se encontra colocada e permite facilmente a realização de outras tarefas quando está ligada sem grande prejuízo na captação da sua mensagem. É, de facto recorrente, nos primórdios da televisão, encontrarmos o quadro de uma dona de casa a realizar tarefas domésticas frente ao televisor ligado. Este retrato ilustra bem aquilo que era à época a consciência de uma grande inovação introduzida pela televisão: a apropriação individual do meio a par da possibilidade da criação de uma relação dispersa e desconcentrada sem prejuízo da sua mensagem. A atenção exigida pela televisão é uma atenção de natureza diferente da requerida por outro tipo de imagens e de meios: trata-se de uma atenção desconcentrada e dispersa por uma miríade de sentidos para além da visão.

Também não é necessário qualquer tipo de instrução, de conhecimento ou de aprendizagem especial para estabelecer uma

relação com as imagens televisivas. Esta é, aliás, uma característica comum também ao cinema e à fotografia. Por comparação, a linguagem verbal é, sem dúvida muito mais codificada. A imagem fala por si só, e a relação que permite estabelecer é carácter imediato dispensando a acção intermediária do *logos*.

Falámos de “atenção dispersa” bem ilustrada na relação doméstica que é estabelecida com o televisor. Trata-se agora de verificar que tipo de atenção é esse.

É, para começar, uma atenção que conjuga vários sentidos ao mesmo tempo: podemos “ver” e “ouvir” a televisão ou podemos simplesmente “ouvi-la” e essa experiência revela-se, curiosamente, muito mais rica do que o contrário, ou seja, o visionamento das suas imagens sem som. Neste último caso o efeito é bastante perturbador. Desta experiência resulta que a audição é um factor essencial para a compreensão das imagens televisivas. O som funciona, na maior parte das vezes, como uma legenda à própria imagem. Este facto pode ter duas explicações: ou a imagem televisiva é uma imagem tão pobre, que necessita de uma legenda a acompanhá-la, ou ela quer-se fechada a quaisquer ambiguidades e a legenda estabelece a forma como devemos interpretá-la. Cremos que são ambas verdade e o que é certo é que o espectador está habituado a relacionar-se com a televisão sem ambiguidades, sem necessitar de efectuar qualquer esforço para decifrar a sua mensagem: ela é dada imediatamente. O som ajuda ao seu completo fechamento e permite que ela seja percebida como altamente objectiva, precisa e sem obscuridades. A imagem televisiva não suporta a dúvida. Ela anula-a imediatamente.

Deparamo-nos então, na televisão, com uma imagem reduzida aos seus componentes mais banais enquadrada por uma legenda sonora que funciona como a sua grelha de leitura. A mensagem da televisão é uma mensagem redundante que se dá a ver sempre em duplicado: o som acompanhando a imagem e vice-versa. Este fechamento da mensagem permite uma “uma atenção distraída”. Estamos já longe da crítica distraída que Benjamim encontra no cinema pelo desmembramento das coordenadas espaço-temporais através das quais nos relacionamos com o mundo. A televisão reconduz essa crítica integrando-a num espaço altamente previsível e controlado.

A sua mensagem é, normalmente muito simplificada e é reforçada várias vezes a fim de não exigir qualquer esforço para a sua captação. Todas as qualidades disruptivas da imagem são anuladas. Reinam, ainda nos primórdios da televisão, o encadeamento linear e a sequencialidade, factores maioritariamente introduzidos pela qualidade sonora da imagem. Estas qualidades mudarão, como veremos, devido à introdução do *zapping* e das *diegeses* múltiplas, sem alterar, não obstante, a essência da imagem em si.

Todas estas características enquadram a imagem televisiva, no seu começo, num domínio muito diferente do domínio crítico ou criativo dos discursos artísticos ou do espaço público que se quer construído por cidadãos críticos, racionais e bem pensantes. A imagem televisiva não crítica: mostra; ela não questiona: afirma; ela não exclui: inclui; não permite leituras múltiplas: reitera uma só; quer-se dar a perceber como passiva e não como activa.

Esta aparente passividade da imagem esconde um falso conformismo. Em si mesmas, a televisão e a imagem televisiva possuem um potencial altamente revolucionário, muito mais revolucionário do que a “crítica distraída” do cinema³ como bem intuiu Goebbels em 1936. Ora, esse poder consiste, precisamente, na possibilidade de construção de um espaço público dominado por mecanismos que fogem à hegemonia da racionalidade. O carácter massificador da televisão, que apela a uma adesão afectiva, subverte a própria ideia de racionalidade individual; o facto de ela ser multisensorialista permite uma envolvimento integral. O que é admirável é que Goebbels percebeu imediatamente que a televisão tem o poder de instituir uma relação mais instintiva e mais sensível com o mundo. Por outro lado, destituído da sua razão crítica, o indivíduo fica muito mais vulnerável à mensagem televisiva. Esta é altamente potenciada pela forma e pelo meio em que é veiculada. Isto, por si só transforma a televisão no mecanismo perfeito para a propaganda nazi e fá-la surgir como o instrumento perfeito para a construção de uma “nova sociedade” e para a “libertação da ideologia burguesa”, racionalista e ilu-

³ Esta ideia de crítica distraída é retirada do ensaio de Walter Benjamin (BENJAMIN, 1936).

ministra. Em traços muito largos, podemos afirmar que se acredita que a imagem tem um poder disruptivo precisamente por poder escapar à racionalidade estrita, ao domínio do *logos*, da verbalidade e da linguagem. Longe do domínio do *logos*, a imagem pode ser considerada, para utilizar aqui uma categorização jüngeriana, como uma espécie de “titã”, ou seja, como uma força da natureza, que subverte o domínio da *cultura* dominado pela linguagem verbal. Ora, o poder subversivo da imagem em si, associada à postura acrítica da cultura de massas, pode resultar numa mistura explosiva. A televisão alia precisamente estes dois componentes: a potencialidade disruptiva da imagem com o domínio acrítico da cultura de massas.

Na mesma linha, e do outro lado do atlântico, no pós-guerra dos anos cinquenta, a imagem mediática foi também perspectivada como tomando a forma de propaganda ideológica ao serviço da sociedade capitalista e burguesa. A imagem televisiva, é argumentado, foge ao regime racionalista da modernidade. Esta crença alicerça-se na convicção de que existe uma cisão clara e intransponível entre a imagem da televisão e a imagem erudita, mas sobretudo entre o imagético de uma forma geral e o verbal. O primeiro apela directamente aos sentidos, às afecções, aos sentimentos, enquanto o segundo pertence, por direito próprio, à lógica, à razão e à racionalidade.

Não obstante a sua importância relativa, acreditamos que as diferentes aproximações ideológicas à televisão determinam mais os seus conteúdos do que a sua forma e não alteram aquilo que é essencial à imagem televisiva: o estabelecimento de uma nova ordem perceptiva e de comunicação. Assim, e correndo aqui o risco de nos confundirmos com algum determinismo tecnológico, parece indiscutível que a própria tecnologia da televisão é responsável por toda uma nova ordem de comunicação assente numa nova categoria de imagens, em que o privilégio não é dado exclusivamente ao olhar, mas também e, sobretudo, a um conjunto de sentidos, desde a audição à percepção táctil. Esta é, repetimos, a grande revolução introduzida pela televisão.

A fim de potenciar essa sua qualidade háptica, a televisão utiliza procedimentos técnicos que insistem, principalmente, no

efeito de proximidade ou mesmo de intimidade com o espectador. São eles o uso intensivo e extensivo dos grandes planos e utilização do discurso na primeira pessoa em que o relator “dá a cara” (vivos, enviados especiais, correspondentes etc.) Estes dispositivos são, na sua maior parte, comuns à ficção e à não-ficção.

O *close-up* é o principal dispositivo formal dos produtos populares especificamente televisivos designadamente os de ficção como os tele-filmes, as telenovelas e as *sitcoms*. Por outro lado, o discurso directo em que o emissor se dirige directamente ao receptor do outro lado do ecrã é a imagem de marca dos produtos televisivos não ficcionais, como os telejornais e os serviços noticiosos em geral, as reportagens, os documentários televisivos e os concursos.

Em ambas, ficção e não-ficção, deparamo-nos com uma imagem centrada no indivíduo, num discurso intimista ou particularístico, focado na procura de uma comunicação, individual e privilegiada com o espectador que produz um efeito de proximidade e apela a uma relação pessoal com a imagem emitida pelo ecrã.

Se o apanágio da ideia de espectáculo é a criação de uma distância, de uma separação, de uma diferença, a televisão, pelo contrário, pretende apagar essa distância, através da anulação da mediação, do investimento em impressões tácteis, buscando a substituição da tradicional envolvência de um meio frio para o envolvimento total de um meio quente, mas próximo.

Por outro lado, é intensificado aquele que é um dos principais componentes da ideia de televisão: o fluxo contínuo de imagens. Cada vez mais, se assiste a um investimento neste dispositivo técnico. Isto produz dois efeitos: sensação de velocidade que embriaga ainda mais o espectador, a alteração da percepção espaço-tempo num presente contínuo que inclui o futuro. Esta tendência verifica-se, por exemplo, na contínua inclinação a garantir qualquer outra coisa que está prestes a acontecer e que se expressa no convite frequentemente dirigido, pelas televisões para que o espectador não se afaste da televisão (*stay-tune*, pois está prestes a acontecer qualquer coisa).

A imagem televisiva apela sobretudo aos sentidos e não ao *logos*. Daí resulta que ela possa ser perspectivada como potencialmente perigosa, mas também nos permite explicar o seu enorme

poder de atracção. Acreditamos que a imagem televisiva possui potencialidades produtivas directamente provenientes das suas qualidades hápticas.

Essas qualidades hápticas têm vindo a intensificar-se ao longo dos anos. De facto, se nos anos cinquenta o mote daquilo que era a relação da televisão com o espectador podia ser encontrada no retrato de uma dona de casa, na intimidade do lar, a realizar as suas tarefas domésticas frente a um ecrã ligado, actualmente esse quadro encontra-se profundamente alterado. Hoje em dia, a imagem de marca da televisão encontra-se mais numa multiplicidade de ecrãs, do que no centramento num único, substituiu-se a relação individual com o televisor pela criação de envolvências; procura-se mais a dissolução do indivíduo do que o seu intimismo, propriamente dito. A imagem televisiva do novo milénio salta fora do ecrã e invade o espaço circundante. O ideal de visionamento seria uma sala forrada de ecrãs de alto a abaixo de forma a que o espectador se sentisse literalmente “dentro” da imagem, numa envolvência total em que todos os seus sentidos estariam despertos e alerta na adaptação a esse novo espaço, espaço esse que aqui designamos como espaço háptico, precisamente por procurar uma envolvência total e a fusão da imagem com o real num espaço híbrido e englobalizante. O individual deu lugar ao indiferenciado, avança-se mais um passo no estabelecimento de uma relação sensorial com o espectador. Já não chegam as emoções, ou as afecções: agora procuram-se agir e despoletar sensações e essa é a grande inovação da televisão do novo milénio. Ela encontra-se bem expressa nos novos produtos televisivos como os videoclips, algumas séries que fazem uso da divisão do ecrã apresentando várias acções que decorrem em simultâneo como forma de substituir a tradicional sequencialidade e linearidade da imagem televisiva. As *diegeses* múltiplas têm vindo a invadir os produtos televisivos com o objectivo de envolver todos os sentidos do espectador e colocá-lo num estado de “alerta” total. A “atenção distraída” que caracterizava a relação do espectador com a televisão nas últimas décadas vai sendo cada vez mais substituída por uma relação que passa sobretudo por uma “emersão total acrítica”.

No seu livro *Television: technology and cultural form*, Raymond Williams argumenta que a característica fundamental da televisão é ‘o fluxo planejado’ (WILLIAMS, 1974). Esta ideia do fluxo foi também desenvolvida por John Ellis que sugere que a unidade chave da televisão é o “segmento”. Este é definido como unidades pequenas e sequenciais de imagens e sons cuja duração máxima parece ser cinco minutos. A emissão televisiva, segundo Ellis, é composta de diferentes tipos de combinação de segmentos: por vezes sequenciais, como nas séries dramáticas, por vezes cumulativas, como nas notícias e nos anúncios (ELLIS, 2000). Tal como o *flow* de Williams, a novidade da análise de Ellis, é a forma como ele ultrapassa as fronteiras do senso comum como “programa” ou “documentário” e “ficção” para chamar a atenção para as características definidoras da televisão como um meio específico.

Julgamos, no entanto, que o actual panorama televisivo caminha no sentido de desaparecimento desta ideia de “fluxo planejado” e de segmento. A televisão actual, com a invenção do telecomando e com a banalização do *zapping* (com a concomitante enorme oferta de canais a emitir em simultâneo) permite ao telespectador a construção do seu próprio fluxo. O espectador sentado frente ao ecrã depara-se com uma infinidade de percursos possíveis e de escolhas simultâneas. O produto do visionamento de uma ou duas horas de televisão raramente é pré-dado. Esse tempo representa também, normalmente, a construção de um fluxo de imagens, mensagens e escolhas perfeitamente descontínuas, individuais e irrepetíveis. O *zapping* raramente é partilhado por dois ou mais indivíduos. Assistir ao *zapping* efectuado por outra pessoa é uma experiência altamente exasperante, precisamente porque o percurso descontínuo que assim é construído é perfeitamente individual e intransmissível. Responde mais a impulsos, vontades, imediatismos, do que a racionalidades ou tentativas de construção de sentido. O *zapping* constrói um espaço alucinógeno em que é abandonada a ideia de coerência, de construção de mensagem, de comunicação racional. Ele permite responder de uma forma imediata aos impulsos inconscientes e aleatórios. O efeito de alucinação é um resultado da colagem aleatória, da rapidez de montagem, instituindo um

“tempo de delírio” onde o “mundo objecto” é desfragmentado, desconectado. É assim que as diegeses múltiplas, por um lado, e o *zapping*, por outro, vêm pôr em causa a ideia, quer de representação, quer de tempo como linearidade e sequencialidade, quer ainda de construção de espaço unitário e coerente.

Actualmente a televisão é um meio eminentemente eclético em que confluem vários tipos de produtos, de leituras e de construções. O que apraz salientar é que os percursos e a relação que é estabelecida com o meio encontram-se, cada vez mais, sob a responsabilidade do receptor e já não tanto do emissor. Apesar de ainda ser possível, como é óbvio, ver televisão à “moda antiga”, isto é, sintonizar um único canal e seguir o seu fluxo durante determinado período de tempo sem recurso ao *zapping*, cada vez mais isso se vai transformando para dar lugar a percursos individuais que constroem fluxos descontínuos e aleatórios. Esta característica, se apropriada por discursos artísticos, acentuaria a impossibilidade da televisão comunicar um único significado. No entanto, o que se verifica é que na sua esmagadora maioria, os cinquenta ou cem canais à disposição do espectador emitem todos as mesmas imagens, isto é, são a ilustração da “opulência da imagem banal”. O espectador é assim obrigado a resistir à construção de uma interpretação acerca do significado das imagens: elas são todas iguais na sua substância. A imagem televisiva não perdeu o seu carácter unitário, apesar da multiplicação de produtos televisivos. Pelo contrário, quando mais prolifera ela se torna, tanto mais funciona como uma espécie de “buraco negro” que absorve todas as outras produções culturais ou tentativas de construção de sentido.

A televisão, com ou sem *zapping*, com ou sem diegeses múltiplas, continua a oferecer a simplificação redutora de um texto que é constituído através de uma colagem de imagens efémeras que resistem à interpretação. O mesmo espectador dificilmente tirará uma conclusão diferente se vir uma ou dez horas de televisão, e dificilmente poderá retirar diversas conclusões diferentes acerca do “mundo objecto”.

O “mundo objecto” é reduzido à escala individual numa ilusão de controlo em que a previsibilidade e banalidade permitem a introdução de elementos altamente subversivos da ordem vigente, como

o fluxo individual, a relação emocional afectiva com as imagens, a construção de espaços alucinógenos, sem que aconteça uma verdadeira disrupção. As certezas do espectador e do senso comum saem sempre reforçados do visionamento da televisão. Aqui reside também o seu enorme poder de atracção, como vimos atrás.

A fim de continuarmos a explorar a questão da construção de um espaço háptico com a concomitante dissolução da forma-espectáculo, gostaríamos de dar voz a quem, melhor do que nós, poderá introduzir pistas de leitura. Para isso debruçarmo-nos aqui sobre um exemplo magistral da forma como a própria arte reflecte acerca de todas estas temáticas. Trata-se do trabalho de James Coleman intitulado — *Horoscopus* (com travessão, como no início de um diálogo).

— *Horoscopus* (2005) é uma instalação vídeo visionada através de dois monitores característicos de um estúdio de produção televisiva, alternando entre uma apresentação convencional e uma divisão do ecrã em quatro partes, que remete para uma central de videovigilância e para as janelas num ecrã de um computador. Os ecrãs apresentam várias pessoas, quase sempre filmadas em *close-up*, pessoas que vão surgindo em vários diálogos a dois, falando em inglês ou em francês. Apresentam também aspectos gerais e pormenores do interior de um local que aparenta ser um armazém industrial em ruínas. As imagens têm data e hora de gravação e indicações técnicas, associadas a interferências e interrupções, provavelmente provocadas por falhas no sinal. O que o público pode ver, durante 57 minutos, é o resultado da edição de várias horas de imagens gravadas com oito câmaras, que registaram o desempenho de dez actores. Quatro das câmaras foram ocultadas nos corpos dos próprios actores, transmitindo uma imagem por vezes muito próxima ao seu olhar. As cenas registadas consistem numa improvisação, levada a cabo pelos actores a partir de uma estrutura prévia definida por James Coleman através dos papéis dramáticos das personagens e desenvolvida por ele através da *mise-en-scène* e da direcção de actores. O enredo, que podia ser o de uma qualquer novela popular de encontros e desencontros amorosos, vai-se complexificando, desconstruindo uma dimensão aparente do olhar e elegendo o desejo como o seu objecto (COLEMAN, 2005).

O trabalho de Coleman é particularmente interessante visto que toca, no nosso entender, em alguns pontos muito frutíferos para o argumento deste ensaio. Em primeiro lugar, destaca-se a questão de formalmente ele ser construído como uma novela televisiva intensificada. Intensificada em dois domínios: o formal e o substantivo. Vejamos como.

Formalmente Coleman opta quase exclusivamente pelo *close-up* — o dispositivo por excelência da imagem televisiva — que funciona, tal como nas emissões televisivas banais, como condutor de uma sentimentalidade desmesurada. Encontramos apenas uma diferença: no caso da obra de Coleman essa exploração exaustiva dos sentimentos é levada às últimas consequências, o que lhe traz simultaneamente um crescimento de intensidade e a possibilidade de distância crítica. Nesse sentido, a intensificação levada a cabo por Coleman funciona, ela própria, como um dispositivo que permite pôr a nu a pornografia inerente à utilização intensiva e praticamente única do *close-up* na imagem televisiva. A câmara quase nunca “descala” da cara das personagens, raramente mostrando mais do que as expressões faciais dos actores, abrindo apenas uma breve excepção quando filma um plano de corpo inteiro de um dos actores. No entanto, isso apenas acontece quando o próprio corpo adquire uma gestualidade exacerbada que, em si mesma, é mais intimista ainda do que o olhar das personagens. No mundo filmado por Coleman, os indivíduos encontram-se quase claustrofobicamente fechados sobre o próprio ego, seu olhar sobre o outro é sempre mediado, e esta sensação de incapacidade de ver o outro é intensificada pela presença paradoxal de uma proliferação de grandes planos bem ilustrados pela miríade de ecrãs. A máxima visibilidade não é mais do que uma quimera e essa consciência serve também de metáfora ao universo televisivo. Nesse sentido, toda a obra funciona como uma parábola à incomunicabilidade na era das novas tecnologias da comunicação em que os dispositivos tecnológicos e a sua pressão para a exploração exaustiva das possibilidades do ‘eu’ provocam um estado de clausura no qual o olhar sob o outro é sempre mediado por artificialismos. — *Horoscopus* funciona, então, como uma metáfora à incomunicabilidade e à impossibi-

lidade de proximidade, mesmo quando estão em jogo forças atractivas brutais como a paixão e o desejo. As personagens parecem ser criaturas virtuais que habitam dentro do monitor vídeo. Curiosamente cada quadrado no ecrã corresponde quase inteiramente à cara de cada uma das personagens. Aliás, nunca surgem duas personagens em simultâneo dentro do mesmo plano.

No universo televisivo de — *Horoscopus* as forças da paixão foram substituídas por palavras e estas, progressivamente, por imagens que revelam a intangibilidade do outro, apesar de todo o esforço formal e substantivo da obra se concentrar na quebra dessas barreiras. Elas revelam-se, no entanto, verdadeiramente intransponíveis. O labirinto de — *Horoscopus*, na verdade, assemelha-se a um pântano sentimental que funciona como uma espécie de armadilha. A tentativa de ver tudo revela-se o principal impedimento a essa mesma visibilidade em relações e em personagens que habitam um universo dominado pela imagem mediada do mundo e de si mesmas. O trabalho de Coleman toca diversas temáticas e atravessa inúmeras questões, mas nenhuma é tão relevante para este nosso estudo como esta ideia de intensificação dos processos da imagem televisiva e inibição das paixões num estado passional através do artificialismo da imagem.

Sem qualquer caricatura ou, aparentemente, sem qualquer ponto de partida crítico, Coleman explora tão só, levando-os às últimas consequências, os procedimentos técnicos, formais e substantivos da imagem televisiva banal, nomeadamente o *close up*, o dialogo intercalado entre duas personagens, a exploração mais imediata das afecções e dos sentimentos. Ao *intensificar*, formal e substancialmente, os procedimentos televisivos, levando-os às últimas consequências, Coleman escapa ao facilitismo de uma mera condenação da imagem televisiva revelando, simultaneamente, os seus pontos fortes e fracos, demonstrando a esterilidade da pornografia sentimental, denunciando a opacidade escondida por detrás da sensação enganosa da máxima visibilidade, mas também revelando as imensas potencialidades expressivas e envolventes das suas imagens. Coleman coloca-nos directamente em contacto com a imagem háptica na sua revelação mais pura, sem filtros ou mediações e, ao fazê-lo, aborda simultaneamente, alguns dos aspectos

mais importantes da nossa contemporaneidade: o papel da imagem na exibição do intimismo, na abordagem do corpo, na exploração de um leque de sensações e da sensorialidade; a alteração do papel do espectador como re-escritor das imagens e da história, o papel preponderante do narcisismo e do apelo afectivo e sensorial na produção cultural e na vivência individual.

Os traços fundamentais presentes na peça de Coleman que caracterizam a imagem televisiva em geral são: 1) absolutismo do *aqui* e *agora* que se traduz no enfoque no presente e no imediato sem recurso a uma qualquer contextualização ou enquadramento prévio — domínio exclusivo do aqui e agora —; 2) enfoque oposto à atitude racional que procura regularidades; a imagem televisiva transmite singularizadas; 3) narcisismo: a exploração da sensação de proximidade, de intimidade, de familiaridade e, principalmente, de identificação, exponencia simultaneamente a tendência para a relação narcísica com a imagem, quer por parte das personagens, quer por parte do espectador; 4) exploração predominantemente afectiva do acontecimento e apelo a uma percepção e envolvimento também afectivo e háptico por parte do espectador; 5) exploração de uma perspectiva sobre o mundo em que as nuances da linguagem corporal são os elementos verdadeiramente significantes, o que nos remete para domínio de uma semântica do corpo e dos sentimentos que apela a uma percepção intuitiva e háptica do espectador; 6) domínio exclusivo da afectividade e da sensação exploradas como fins em si mesmo; 7) pornografia sentimental que tem como resultado paradoxal a opacidade absoluta para além do curto horizonte do sensacionalismo afectivo das personagens; 8) capacidade da imagem háptica de provocar momentos de uma enorme intensidade dramática e de um grande envolvimento que prescindem de qualquer contexto.

Estas características da imagem televisiva, tão bem ilustradas na obra de Coleman, são completadas por outras, mais comumente exploradas mas que, quando aliadas a estas primeiras, têm um efeito exponenciador dos seus efeitos. São elas: familiaridade e autoridade baseadas na sensação de omnisciência e onnipresença. Debrucemo-nos um pouco sobre elas.

A “imagem do prazer”: familiaridade e autoridade

É facilmente perceptível para um observador mais atento que a televisão pretende integrar o espectador num espaço familiar e altamente previsível onde são constantemente reproduzidas imagens, formas, mecanismos e ideologias altamente consensuais e estandardizadas. Os imprevistos são encarados como falhas no sistema, as alterações são introduzidas de uma forma tão subtil e progressiva que os espectadores quase não dão por elas. Aqui, cremos, reside a explicação para a sua banalidade, mas também para o seu sucesso: a previsibilidade daquilo que é visto tranquiliza o espectador, ao mesmo tempo que lhe devolve uma imagem do mundo que ele reconhece e na qual se sente um verdadeiro participante. No que diz respeito às telenovelas, a gramática é tão simples e repetitiva que o mais inexperiente telespectador domina rapidamente, embalado no ritmo binário sempre igual do plano/ contra-plano. A televisão vive de clichés e esses clichés são a chave do seu imenso sucesso.

A imagem da televisão, não inova, não revoluciona, não questiona: reproduz. E fá-lo pelo mínimo denominador, explorando essa linguagem comum a que nos referimos acima, através de uma enorme repetição de formas e procedimentos. Ora, essa previsibilidade de formas e procedimentos tem vários efeitos, como vimos. Desde logo a imensa sensação de segurança que inconscientemente produz no espectador, mesmo no mais reticente e desconfiado. O mundo reproduzido na televisão não é um mundo de surpresas, de questionamentos, de imprevistos: é um mundo seguro em que mesmo os acontecimentos mais extraordinários (intensamente explorados) são rapidamente enquadrados, interpretados e equacionados pelas lentes do senso comum e da ideologia dominante. A televisão consegue mesmo aquele efeito extraordinário que é o de permitir testemunhar o extraordinário sem sair da segurança do lar e do quadro de pensamento dominante. A televisão não destabiliza, antes pelo contrário. O seu efeito é estabilizador, absolutamente não-desterritorializador, para utilizar aqui um termo de Deleuze. Para tal contribuem também a relativa simplicidade de imagens e de discursos. A imagem deve ser tão clara, limpa e ba-

nal quanto possível e a montagem passar quase despercebida. O objectivo é desviar as atenções da imagem em si e do processo de produção, fazendo parecer que eles são inexistentes, criando um espaço de naturalismo e objectividade totais. A imagem televisiva busca a impressão de neutralidade.

Outro dos efeitos desta absoluta banalidade da imagem televisiva é sensação de anulação da mediação. Mergulhado na miríade de procedimentos que visam produzir um efeito de neutralidade nos discursos o emissor tende a passar despercebido. Do lado do receptor essa ausência de emissor produz a sedutora sensação de que ele é uma testemunha pessoal e em primeira mão do que está a acontecer. Que é um observador privilegiado com um acesso directo aos factos, sem intermediários. Omnipresente e onnisciente o quanto baste. A imagem televisiva é uma imagem sem interrogações, uma imagem tendencialmente plana sem grandes pontos de fuga para o exterior. É uma imagem fechada em que a pergunta e a resposta são dadas em simultâneo. Não interroga, não remete para fora, contem em si mesmo a explicação total do acontecimento. Esta imagem fechada não convida ao diálogo, antes provoca a sensação de se estar perante a explicação total do facto. Esta é a sua principal atracção. Uma vantagem que se paga caro já que essa característica promove uma imagem plana e fechada sobre si própria.

Em conjunto estas quatro características (efeito de neutralidade, de onnisciência, de onnipresença e fechamento sobre si mesma) são as principais responsáveis pela imensa autoridade com que está actualmente imbuída a imagem televisiva junto do grande público. Quando aqui falamos em autoridade referimo-nos à inquestionável veracidade das imagens e ao índice de credibilidade de que gozam. A imagem televisiva fala por si e o que diz é, normalmente, inquestionado. A autoridade deriva do facto da imagem se apresentar como absolutamente neutra, objectiva e onnisciente. A imagem mostra e explica; responde e reitera a resposta. E esta é, simultaneamente, a sua principal virtude e o seu principal defeito. A imagem televisiva é pobre, banal, vive e alimenta-se do cliché, como vimos. E esta sua banalidade é uma arma poderosíssima.

Para além da sua familiaridade, banalidade, total previsibilidade com a concomitante segurança e autoridade que de si emana, a imagem televisiva tem outros atractivos. Um deles é, mais uma vez, a sua forma-háptica. Esta sua característica funciona como contra-peso da banalidade essencial que encontramos na imagem. A imagem televisiva é uma imagem banal que se dá a ver como uma envolvência que dá prazer. Vejamos como.

A impressão de familiaridade explorada pela televisão é também responsável pela sensação de prazer que as massas podem ir buscar directamente à imagem televisiva e à sedução por ela exercida. Um bom epíteto para esta temática seria “televisão do prazer”, numa clara oposição à famosa qualificação de “cinema do desprazer”, utilizada por Peter Wollen a propósito do cinema de Godard e de grande parte das vanguardas artísticas que o precederam. Esta ideia de “cinema do desprazer” que Wollen utiliza para opor o cinema de Hollywood ao cinema de Godard, quer antes de tudo enfatizar dois factores: a crítica política e as estratégias brechtianas de enfoque na materialidade do meio.⁴ Nesta perspectiva, a televisão desenvolve estratégias diametralmente opostas às utilizadas no “cinema do desprazer” de Godard.

Ora, este tipo de cinema do desprazer explica, por oposição, o prazer que as massas podem ir buscar à imagem televisiva. A “imagem do desprazer” descrita por Wollen está associada a uma série de outras características: intransitividade narrativa, estranheza, chamada de atenção sistemática para o processo de cons-

4 Em 1972, num ensaio intitulado “Vent d’Est” Wollen procura recuperar formas através das quais o cinema fuja à ilusão de transparência que domina o cinema clássico. Wollen favorece estratégias brechtianas que incluem construções reflexivas que exibam a materialidade do meio filme bem como estruturas narrativas episódicas e de final aberto que destruam a identificação da imagem como real, promovendo assim a consciência crítica do espectador. Desta forma, Wollen acredita que, ao focar-se no processo de significação, o cinema chamaria a atenção do espectador para a materialidade da imagem através da disrupção da unidade e transparência da forma cinematográfica. Esta estratégia é uma estratégia que permanentemente recusa o prazer ao espectador ao exigir da sua parte um envolvimento crítico e uma atenção intelectual reforçada. Wollen descreve um tipo de cinema em que sua própria estrutura permanentemente boicota o embalo ficcional fantasioso ou a entrega acrítica. (WOLLEN, 1972)

trução de significado, múltiplas *diegeses*, abertura para um vasto campo intertextual, exibição permanente das mistificações envolvidas nas ficções fílmicas. Cada uma delas é o oposto exacto das características que Wollen atribui ao cinema clássico de Hollywood, mas pode ser também exactamente contraposta às características da “imagem do prazer televisiva”. Assim, a intransitividade narrativa opõe-se à absoluta transitividade que encontramos nas imagens televisivas; a estranheza é uma característica oposta à sensação de familiaridade descrita acima, a chamada de atenção para o processo de construção de significado é exactamente a estratégia oposta à imagem televisiva em que as marcas da sua construção são apagadas a fim de insistir no efeito de transparência e de mensagem sem código; as *diegeses* múltiplas não são desejadas na linearidade e simplificação televisiva clássica (se bem que a imagem mosaico das mais recentes séries de ficção televisivas, bem como o efeito de *zapping*, têm vindo a explorar o prazer da velocidade e da significação múltipla, como vimos atrás, criando um espaço alucinógeno que não chega de facto a destabilizar, mas antes potencia a sensação de prazer porque o faz no interior de um quadro de absoluta segurança); o mesmo se aplica à abertura para um campo intertextual: a imagem televisiva é uma “imagem autoritária” fechada sobre si, que tende a assumir-se como explicação total e única, isto é, como a própria realidade. Nem mesmo a possibilidade de um *zapping* infinito subverte esta característica visto que o que ele permite não é a manifestação de diferenças, mas a repetição infinita do mesmo, como vimos. No que diz respeito à última característica do cinema do desprazer de Wollen, isto é, a exibição permanente das mistificações envolvidas nas ficções fílmicas, ela revela-se o exacto oposto da estratégia televisiva que procura legitimar a sensação de onisciência e onnipresença da câmara televisiva.

Mais uma vez: esta noção de desprazer é muito interessante porque nos permite por oposição, qualificar a televisão com a “imagem do prazer”, isto, da proximidade, da intimidade, do envolvimento acrítico, da alienação, da busca de sensações rápidas

e imediatas; do envolvimento háptico-óptico que contrasta com o envolvimento racional e conceptual das “imagens do desprazer”⁵.

Referências

- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica (1936). In: **Sobre arte, técnica, linguagem e política**. Lisboa: Relógio d'Água, 1992. p.70-113.
- COLEMAN, James. **Catálogo da exposição — Horoscopus**. Lisboa: Museu do Chiado, 2005.
- DELEUZE, Gilles. **Francis Bacon, the logic of sensation**. London: Continuum, 2003.
- ELLIS, John. **Visible fictions: cinema, television, video**. London: Routledge & Kegan Paul, 2000.
- MARKS, Laura, U. **Touch, sensuous theory and multisensory media**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002.
- _____. **The skin of the film**, Durham & London: Duke University Press, 2000.
- RIEGL, Alois. **Late roman art industry**. Rome: Giorgio Bretschneider, 1985.
- WILLIAMS, Raymond. **Television: technology and cultural form**. London: Fontana: 1974.
- WOLLEN, Peter. Counter cinema: vent d'est”. In: **Afterimage**, no. 4, 1972.

⁵ O próprio Godard faz uma utilização intensiva das imagens electrónicas e da própria televisão com efeitos, estratégias e intuítos diametralmente opostos. No entanto, é muito interessante perceber como ele define a televisão como um mero *happening* em que está sempre a acontecer algo e cuja rotina provoca o esquecimento, ao passo que o cinema deve promover a memória. É neste sentido que as suas aparições na TV são sempre imprevisíveis actos de uma performance individual que gera momentos inesperados e dessa forma subverte a lógica quotidiana da TV. Devemos combater a audiência. A tarefa do cineasta é desafiar a audiência, provocá-la e arrastá-la para fora dos hábitos de consumo passivos. Mais um vez a arte faz uso da ideia de crítica e de disrupção para se distanciar da imagem mass mediática.