

A Entrevista nas Ciências Sociais, no Rádio e Televisão¹

EDGAR MORIN

Uma entrevista é uma comunicação pessoal tendo em vista um objetivo de informação.

Esta definição é comum à entrevista científica, praticada notavelmente em psicologia social, e à entrevista de imprensa, rádio, cinema e televisão. Mas a diferença aparece na natureza da informação. A informação em ciências sociais enquadra-se num sistema metodológico, hipotético e verificador. A informação nos veículos de massa obedece às normas jornalísticas, e, muito freqüentemente, tem um fim espetacular. A informação da entrevista científica deve, antes de tudo, interessar um pequeno grupo de pesquisadores. A informação da entrevista nos veículos de massa, interessar um vasto público.

Assim, a entrevista de rádio-cinemas-televisione é uma comunicação pessoal com um fim de informação pública ou (e) espetacular.

¹ O texto que se segue é, com ligeiras modificações, o mesmo que L'Interview dans les sciences sociales, et l'interview dans la radio, a télévision, le cinéma, comunicação apresentada ao XI Colóquio Internacional sobre o filme etnográfico e sociológico, consagrado à "A entrevista cinematográfica e televisual" (Florencia, 3-6 de dezembro de 1965). Este colóquio foi organizado pelo Festival dos Povos e o Instituto de Etnologia e de Antropologia Cultural da Universidade de Peruggia sob o patrocínio da Associação Internacional de Sociologia, e teve lugar por ocasião da VI Sessão do Festival dos Povos (Florencia, 1-7 de fevereiro de 1965). A comunicação foi então apresentada oralmente, e o texto distribuído aos participantes. O conjunto das comunicações apresentadas no colóquio está em curso de publicação, aos cuidados do Festival dos Povos.

rnesmo, em psicopatologia, um efeito de cura. No domínio do rádio e da televisão, a entrevista pode ter um efeito psico-afetivo profundo, que ultrapassa, de muito, a estrita missão de informar. Em todos os casos, a palavra informação é insuficiente para esgotar a natureza da entrevista.

A entrevista é uma intervenção, sempre orientada para uma comunicação de informações. Mas este processo informativo, sempre presente, pode não ser o processo nem o fim essencial da entrevista; é o processo psico-afetivo ligado à comunicação que pode ser o mais importante, embora de maneira diferente, tanto no domínio das ciências humanas quanto no domínio dos veículos de massa.

O universo do entrevistador é, portanto, muito mais rico e difícil do que parece à primeira vista.

A ENTREVISTA NAS CIÊNCIAS HUMANAS

A entrevista surge nas ciências humanas nos Estados Unidos, de uma parte em psicoterapia, de outra parte na psicotécnica. Num e noutro caso, a informação que ela procura está estreitamente ligada a um fim prático. No primeiro caso, a informação recolhida servirá sobretudo para curar o entrevistado; no segundo caso, a informação é útil, sobretudo, à parte do entrevistador. A entrevista progredirá com a aparição e o desenvolvimento das pesquisas de opinião; depois, sobretudo com o desenvolvimento da psicologia social.

117

Os tipos de entrevista

No período atual, que começa em 1940-45, o emprego da entrevista se estende e se intensifica. Ela deve responder a exigências cada vez mais precisas, o que acarreta um enorme trabalho metodológico; desenvolver-se-á, sobretudo, em dois grandes ramos.

De um lado, a entrevista extensiva sobre questionários, adaptada à exploração mecanográfica, assentando-se em amostragens representativas da população, e concluindo por uma formulação estatística dos resultados.

Nesse sentido atuam as pesquisas de opinião sobre grandes populações (classes sociais, grupos de idade, habitantes de uma região ou de uma cidade, população nacional), que interessam as grandes firmas comerciais e industriais, os partidos políticos, os órgãos de informação, os governos.

De outro lado, a entrevista intensiva, que visa a aprofundar o conteúdo da comunicação. Corre nesse sentido o interesse das grandes firmas de conhecer os movimentos inconscientes dos consumidores e de responder-lhes com estímulos adaptados: é a corrente dos estudos de motivação. Desenvolve-se igualmente nesse sentido o movimento de afinação e aprofundamento da jovem psicologia social; é então que o «tête-à-tête» se torna elemento central da entrevista, e que intervém o que quase se poderia chamar a revolução rogersiana, quer dizer, o desenvolvimento no campo da psicologia social da entrevista não-diretiva.

Entre as duas tendências extremas da entrevista existe antagonismo. De um lado a entrevista aberta, no limite sem perguntas formuladas pelo entrevistador; do outro, a entrevista fechada, no limite em forma de questionário ao qual basta responder sim ou não. De um lado respostas proliferantes, complexas, ambíguas; do outro, respostas claras e simples. De uma parte, uma conversa de longa duração, e mesmo renovada até aprofundamento suficiente; de outra parte, um questionário rápido. De uma parte, as pessoas implicadas, o entrevistador e o

entrevistado, têm uma importância capital, bem como a natureza psico-afetiva da conversa; de outra parte, é a resposta, e não a pessoa que tem a importância maior. De um lado, uma extrema dificuldade de interpretar a entrevista e de explorar os seus resultados; de outro, a possibilidade de estabelecer uma amostra representativa e de tratar estaticamente os resultados.

Assim, vemos se oporem dois tipos extremos de entrevista. Um, aprofundado e eventualmente não-diretivo, será de interesse clínico e entrará em toda metodologia fundada na eficácia do método clínico, assentada em casos extremos ou aprofundados, e não em séries e médias; da mesma forma, entrará como elemento, e às vezes como elemento-chave nas técnicas de ação, pelo fato de solicitar a participação ativa do entrevistado. O outro tipo extremo de entrevista se efetuará a partir de um questionário preestabelecido, e permitirá que se trabalhe sobre largas massas, por sondagens em amostra representativa.

Esses dois tipos extremos podem-se encontrar em competição; quer dizer que o pesquisador terá de escolher entre o risco de superficialidade (questionário) e o risco de ininterpretabilidade (conversação aprofundada), entre dois tipos de erro, entre dois tipos de verdade.

Mas cada um desses tipos de entrevista convém mais ou menos, segundo os objetivos da pesquisa. Além disso, eles podem ser combinados; conversações profundas preparando a elaboração dos questionários, que serão utilizados segundo o método das sondagens de opinião; inversamente, sondagens por questionários podem permitir selecionar as pessoas que serão submetidas a conversações aprofundadas.

Por outro lado, constituiu-se toda uma gama de entrevistas entre os dois tipos extremos, tendo cada uma sua problemática e sua eficácia própria.

Assim, pode-se distinguir:

- A conversação clínica, de caráter terapêutico, estendida, em sua modalidade rogersiana, para o conjunto de situações psicossociais.

- A entrevista em profundidade, na qual se pode incluir a conversação não-diretiva (Rogers) aplicada ao campo psicossocial, mas que não se limita ao método não-diretivo. A entrevista em profundidade é utilizada em pesquisas de motivação, mas se presta a múltiplas aplicações.

- A entrevista centrada (focused interview) na qual o investigador, após estabelecer hipóteses sobre um tema preciso, deixa que a conversa se desenrole bastante livremente, de maneira a que o entrevistado libere toda sua experiência pessoal sobre o problema que lhe é apresentado.

- A entrevista de livres respostas, na qual o entrevistador permite ou provoca a liberdade de improvisação nas respostas.

- A entrevista de questões abertas, em que as perguntas são redigidas de antemão e devem ser formuladas segundo uma ordem precisa; a liberdade do investigador é bastante restrita, mas a do entrevistado continua grande no quadro das indagações apresentadas.

- A entrevista de respostas preformuladas, com diversas possibilidades de respostas, oferecendo ao entrevistado a liberdade de escolher entre elas.

- A entrevista de questões fechadas, que comporta um questionário ao qual o entrevistado responde por sim ou não, favorável ou desfavorável.

As dificuldades da entrevista

Instrumento essencial da psicologia social, a entrevista carrega consigo toda a dificuldade de se alcançar a verdade quando se trata de relações humanas; ela suscitou, e suscitará ainda, um gigantesco trabalho crítico e metodológico, tanto a entrevista de questionário quanto a entrevista não-diretiva. Não examinarei aqui os problemas levantados pela escolha das categorias, a prepara-

120

cão do código, mas essencialmente as questões relativas à estrutura da entrevista, enquanto relação interpessoal. O problema essencial é o da validade da entrevista, quer dizer, sua adequação à realidade que se pretende conhecer. O mínimo operacional de validade é a fidelidade, que se verifica nela concordância dos resultados obtidos por diferentes investigadores.

A entrevista, evidentemente, se funda na mais duvidosa e mais rica das fontes, a palavra. Ela corre o risco permanente da dissimulação ou da fabulação.

A questão fechada prende numa alternativa intimidante, impõe um esquema, e envolve o risco do erro maior, enquanto que sob um outro aspecto, a preparação do código, a interpretação, a exploração, ela oferece as maiores garantias. A questão aberta, a resposta espontânea, trazem (e sobretudo para a análise profunda), na fabulação, um sentido verídico, urna riqueza significativa: mas desta vez, o maior risco de erro situa-se no lado do investigador, na sua aptidão para decifrar a mensagem do entrevistado, em sua possibilidade de estabelecer uma comparação, numa palavra, na sua capacidade para transformar em dados científicos um documento humano em bruto.

O que se torna cada vez mais evidente é que é absurdo propor questionários fechados sobre problemas nos quais a verdadeira atitude escapa à consciência nítida do interrogado, onde as respostas são comumente racionalizadoras ou justificativas. Da mesma forma, as respostas pré-fornuladas são incapazes de apanhar a motivação profunda em muitos domínios. Assim, à pergunta: «Por que você vai ao cinema?», os esquemas de respostas, tais como: para me divertir; — para me instruir; — para passar a tarde, etc. — são incapazes de revelar a motivação profunda e a motivação verídica.

Por outro lado, a experiência revelou que a formulação da pergunta desempenha um papel na orientação da resposta. Una palavra aparentemente anódina pode modificar as respostas. Sabe-se também que a ordem e o número das perguntas influem nas respostas.

121

Numa palavra, tudo na entrevista depende de uma interação pesquisador-pesquisa, pequeno campo fechado, onde vão-se confrontar ou se associar gigantescas forças sociais, psicológicas e afetivas.

Diversos fatores perturbadores podem-se manifestar no entrevistado:

- Sobre as perguntas de fato, as respostas tenderão a ser fabuladoras e/ou dissimulativas, no que se refere às grandes regiões-tabus: o sexo, a religião, a política. Nesse último plano, as desconfianças serão mais ou menos grandes, de acordo com o regime do país, liberal ou não, em que estiverem sendo feitas as perguntas, ou segundo o

caráter minoritário ou não, subversivo ou não, das opiniões políticas do entrevistado. Além do tabu, considerações de prestígio, de «standing», podem falsear as respostas.

- No que concerne às questões de opinião e de convicção, a consciência fraqueja gradualmente, na medida em que se penetra na motivação. Em regra geral a motivação é obscura para o entrevistado, ou é solidamente mascarada por um sistema de racionalização. Para falar a verdade, dificilmente se, pode entrar nesta zona. Interrogado sobre o porquê de suas opiniões, o entrevistado fornece apenas os sistemas de racionalização que ele secreta em resposta à investigação.

De forma extremamente diversa, segundo a situação social, histórica, a determinação psicológica, o clima e o caráter da entrevista, os entrevistados reagem à entrevista:

- pela imibição, que se traduz por um bloqueio puro e simples, ou por uma fuga (resposta lateral);
- pela timidez ou a prudência, que conduzem a respostas de polidez, procurando-se responder de forma supostamente agradável ao investigador; que se traduzem pela tendência a responder antes sim do que não, pela tendência (prudência) a optar pela cifra do meio quando é proposta a escolha de uma percentagem;

122

- por mecanismos de atenção e desatenção (em respostas preformuladas, tendência a escolher o ponto de vista do início ou do fim);

- pelas múltiplas tendências a racionalizar seu ponto de vista, quer dizer, a lhe dar uma justificação, uma legitimação aparentes, que mascaram sua verdadeira natureza. As rationalizações são «sinceras»;

- pelo exibicionismo, que induz muito «sinceramente» (evidentemente, é o termo sinceridade que deve ser repensado) as pessoas a fabulações e comédias.

- e, bem entendido, pelas tendências fundamentais a defender sua pessoa e a compor os personagens em face do outro.

Entre os fatores perturbadores que provêm do investigador figura, em primeiro plano, sua aparência aos olhos do entrevistado. É necessário que o entrevistado sinta um ótimo de distância e de proximidade, e, igualmente, um ótimo de projeção e de identificação com relação ao investigador. O entrevistador deve corresponder a uma imagem simpática e tranquilizadora. Freqüentemente a mulher comunicará melhor do que o homem. Não pode haver um modelo universal de pesquisador, que seria o tipo urbano das cidades modernas (postura correia, polidez, sem excesso de refinamento ou de esnobismo). Mas para que esta relação seja operativa, é preciso que o pesquisador tenha, primeiro, um forte controle auto-crítico sobre si mesmo; já se constatou que sua opinião, suas previsões, influiam inconscientemente nas respostas à entrevista; sua atitude no curso da mesma, suas reações, mesmo pouco perceptíveis, têm certa influência; é preciso também que o pesquisador tenha um interesse profundo pela comunicação, pelo outro. Não basta que ele pareça simpático; é preciso provar a simpatia.

Finalmente, vemos que quanto maior é a importância do entrevistado na entrevista — e ela é sempre mais importante quando se deseja ir mais a fundo —, maior é a importância da pessoa do entrevistador.

123

O entrevistador deve possuir num grau raro os dotes de objetivação e de participação subjetiva. O que significa que o pesquisador deveria estar à altura do papel de confessor leigo da vida moderna.

Mas aqui nos deparamos com uma dificuldade atual-mente insolúvel no sistema das ciências humanas (salvo em psicologia clínica). Em geral, a entrevista é um ganha-pão subalterno, um biscoite para mulheres um pouco cultivadas, uma etapa para futuros investigadores. É a tarefa inferior da qual se desembaraçam os chefes de equipe.

A investigação metodológica da maior riqueza nos leva a privilegiar a conversação aprofundada, isto é, tini domínio onde as precauções técnicas e as regras metodológicas cedem o passo ao fator propriamente humano, a arte, a sutileza e a simpatia. O fator humano, primeiramente anulado pelas tendências técnico-estatísticas da entrevista, reaparece triunfante no termo da análise metodologicamente crítica.

É que a entrevista provoca por si mesma (porque é uma intrusão que pode parecer traumática ou agressiva ao entrevistado) um gigantesco sistema de defesa. Mas, ao mesmo tempo, a entrevista faz apelo a uma gigantesca necessidade de expressão.

A descoberta genial e pueril de Rogers consiste em romper o sistema de defesa pela necessidade da própria pessoa de se exprimir.

A entrevista não-diretiva

A conversação não-diretiva, utilizada primeiro em: psicoterapia por Rogers, foi estendida ao campo psicosocial. A conversação não-diretiva inicialmente visa liberar a percepção da pessoa. Não se trata de uma conversa livre, dedicada à improvisação da conversação. Ela exige do entrevistador uma disciplina muito forte rio não-comentário, na não-intervenção; bem como a disponibilidade empática.

124

O grande princípio rogersiano é que nossa tendência a julgar, avaliar, aprovar, desaprovar, constitui a barreira mais forte à comunicação. Pelo contrário, o que a favorece é a atenção simpática, ou, pelo menos, a impressão (ilusão, às vezes) de atenção simpática, de compreensão profunda.

Assim, efetivamente, o «Rogers» se baseia na necessidade de expressão, uma necessidade intensa e talvez particularmente insaciável em nosso mundo, onde muitos não têm mais o Grande Ouvinte — nem de seu mediador católico, o padre; onde bem poucos — e somente os neuróticos — se beneficiam do neoconfessor, o psicanalista.

O interesse da entrevista não-diretiva ultrapassa a informação:

- antes de tudo, ela dá a palavra ao homem interrogado, no lugar de fechá-lo em questões preestabelecidas. É a implicação «democrática» da não-diretividade;
- em seguida, ela pode ajudar a viver, provocando um desbloqueio, uma liberação;
- enfim, da pode contribuir para uma auto-elucidação, uma tomada de consciência do indivíduo.

A entrevista como práxis

Na conversação não-diretiva, o caráter informativo da entrevista está estreitamente ligado a um caráter humano global e multidimensional, do qual depende. A entrevista é uma práxis.

A entrevista não-diretiva, de resto, constitui um dos ramos atenuados da conversação freudiana. A conversação freudiana funda-se na extrema não-diretividade; esta conversação provoca certos processos psico-afetivos intensos, notadamente a transferência, e finalmente esta catarse que é a cura. O modelo freudiano domina assim toda a prospectiva não-diretiva. Freud desenvolveu ao

124

máximo as fantásticas possibilidades energéticas que lhe oferecia esse método *da pesquisa introspectiva solicitada por um interlocutor*.

Os discípulos dissidentes de Freud reformaram de vários modos a entrevista analítica. Para muitos, o analista deve deixar de desempenhar um papel mudo, estático; notadamente, para desempenhar um papel intervencionista, estimulante, por fim, provocador.

Em psicologia social, alguns métodos «provocativos» puderam ser ensaiados, principalmente na entrevista de «personalidades». O entrevistador pode conduzir uma conversa polêmica com o entrevistado. Evidentemente, isto é eficaz no caso em que os entrevistados se sentem bastante seguros de si e habituados à palavra (entrevista de advogados).

Há também a fusão possível do método dos testes projetivos e da entrevista. A entrevista pode evocar situações imaginárias, histórias a completar, de forma a que, ainda aí, o fluxo psico-afetivo tome impulso fora da zona do sistema de defesas.

A liberação da energia psico-afetiva, que provoca toda entrevista profunda, seja ela não-diretiva, provocativa ou projetiva, se traduz por um fluxo de comunicação onde o imaginário e o real poderão estar intimamente mesclados. Pois a pessoa dirá ao mesmo tempo o que ela é, o que acredita ser (aqui existe a histeria simulativa com relação a si mesmo), e o que desejaría ser. O fluxo da comunicação pode ser uma torrente de co-média-sinceridade. Aqui se apresenta de novo o difícil problema da verdade, mas ao nível da pessoa total.

A ENTREVISTA NO RÁDIO E TELEVISÃO E NO CINEMA

A entrevista é um modo de informação que surgiu na imprensa. Seria interessante fazer um histórico da entrevista, ver-lhe a passagem do jornal para o rádio, do rádio para a televisão, da televisão para o cinema.

126

Notemos que a entrevista, meio de informação tendo por base uma fonte individual, distingue-se da «declaração» oficial, que é um discurso unilateral dirigido ao público por intermédio do jornal ou do rádio. A entrevista procura a comunicação pessoal.

O destino da entrevista está ligado ao desenvolvimento da cultura de massa, que busca em todos os domínios, para facilitar o contacto com o público e interessá-lo, o «human touch», e mais amplamente a individualização dos problemas. Também a entrevista vai se desenvolver' em direção às sobre-individualidades que reinam sobre o mundo dos mass media. Em primeiro lugar, as personalidades políticas, que serão entrevistadas a cada descida ou subida de avião, a cada acontecimento; com os atletas, as estrelas, as vedetes também se trata de multiplicar o contacto direto, e interrogar, não mais apenas sobre sua vida pública, mas sobre todo e qualquer assunto.

Ao mesmo tempo a entrevista se desenvolve numa direção oposta. Ela sai à procura do homem da rua, do transeunte anônimo, encontrado por acaso, e a quem se formulará uma pergunta à queima-roupa.

Nesta relação com o homem da rua, se desenha uma tendência «brechtiana», que tende a provocar no espectador-ouvinte um distanciamento com relação a sua vida cotidiana. Mas, tratando-se de julgar o cotidiano ou de ouvir os atletas famosos, a grande tendência recente da entrevista, na última década, sobretudo, é de levantar os problemas da vida privada; por isso, a entrevista se torna cada vez mais familiar, íntima, tanto na procura de anedotas fúteis como na tentativa de diálogo.

Notemos enfim, apenas para lembrar, uma fórmula limite da entrevista, que é o debate com várias pessoas sobre um tema. E' um tipo de entrevista coletiva, dirigida ou controlada por um coordenador, e que visa propor um modelo dialéfico da formação da verdade pelo afrontamento das opiniões contrárias. Aqui, a entrevista se funda no diálogo coletivo.

126

A entrevista espetacular

Como na psicologia social, a missão oficial da entrevista é de recolher informações, e como na psicologia social, a entrevista poderá liberar uma energia afetiva às vezes considerável. Mas enquanto na psicologia social a energia afetiva será utilizada para permitir o aprofundamento da informação, e/ou para ajudar a pessoa a viver, a energia afetiva, na entrevista de rádio e televisão ou de cinema, será captada para ser projetada sobre um espectador, para lhe fornecer emoções, às vezes na mesma medida que informações.

Tocamos aqui na maior oposição entre a entrevista de ciências humanas e a entrevista telecomunicante: a primeira terá um círculo não-público, até mesmo secreto; se existe exibição de sentimentos, ela é feita diante unicamente do investigador, e é de seu uso exclusivo. A segunda se dirige a todos; situa-se no fórum telecomunicativo moderno.

Mas, o veremos, a oposição maior entre a entrevista em psicologia social e a entrevista telecomunicada pode tornar-se a maior proximidade, precisamente no ponto em que uma e outra são mais intensas.

Com efeito, elas se aproximam quando o problema da amostra representativa perde todo sentido em psicologia social. Pois a segunda diferença radical entre a entrevista de psicologia e a entrevista nos modernos meios de comunicação é que a primeira dedica o maior cuidado metodológico e técnico a sua preparação, e procura fazer com que o indivíduo da entrevista seja representativo de uma dada população. A entrevista dos veículos de massa é uma arte que não conhece nenhuma regra, mas que conhece seus artistas; a representatividade que ela procura é uma pseudo-representatividade. Por exemplo, nos «panels» ou entrevistas de homem da rua, far-se-á uma amostra de idades, profissões, opiniões, buscando antes a variedade e o pitoresco que o rigor, procurando mais não lesar as grandes famílias espirituais ao que recolher a opinião não-conforme aos esquemas de uns e de outros.

Além do que, é preciso não esquecer, as pressões políticas e econômicas que limitam o campo e a liberdade da entrevista. Enquanto o campo da entrevista é ilimitado em ciências humanas, nos veículos de massa o campo da entrevista sofre as limitações e os tabus que reinam sobre o campo da palavra (limitações que variam segundo os países e os problemas).

Portanto, tudo opõe a entrevista «comum» dos veículos de massa à entrevista comum da psicologia social. Uma visa o pitoresco, o divertido, o espetacular, e se preocupa pouco com a validade da informação recolhida, a outra procura a fidelidade e se funda num método. Todavia, há um encontro quando uma e outra se aprofundam.

Tipos de entrevistas

Sem entrar aqui na pesquisa de uma tipologia exaustiva da entrevista, proponho distinguir 4 tipos de entrevistas, segundo seu grau de comunicabilidade.

1) A entrevista-rito. Trata-se de obter uma palavra, que de resto não tem outra importância senão a de ser pronunciada *hic et nunc*. O exemplo perfeito é o: «Estou muito contente por ter ganho», do campeão esportivo. A entrevista-rito marca acontecimentos, cerimônias, encontros oficiais. Seu objetivo verdadeiro é de fazer ouvir a voz, de autenticar o acontecimento pela voz-imagem (televisão, noticiário cinematográfico), de revelar e comunicar a presença subjetiva. As próprias palavras da entrevista-rito são «rituais». Elas completam a cerimônia. Mas pode acontecer que o rito seja subvertido por alguma coisa inesperada, e que é a irrupção das forças selvagens da vida: um olhar, uma palavra, um grito traem o sentimento sob a pose. Há toda uma arte da entrevista, que tenta captar a vida sob o rito — ou quebrar o rito.

2) A entrevista anedótica. Muitas, a maior parte sem dúvida, das entrevistas de vedetes são conversações frí-

volas, ineptas, complacentes, onde o entrevistador busca a anedota picante, faz perguntas tolas sobre as alterações e os projetos, onde entrevistador e entrevistado permanecem deliberadamente fora de tudo que possa comprometer. Esta entrevista se situa no nível dos mexericos.

3) A entrevista-diálogo. Em certos casos felizes, a entrevista torna-se diálogo. Este diálogo é mais que uma conversação mundana. É uma busca em comum. O entrevistador e o entrevistado colaboram no sentido de trazer à tona uma verdade que pode dizer respeito à pessoa do entrevistado ou a um problema. O diálogo começa a aparecer no rádio, na televisão (um Desgraupes, um Stéphane, um Chalais, entre outros, podem ser verdadeiros dialogadores). Foi necessário tempo para que a palavra humana se descongelasse diante do micro e da câmara.

4) As neoconfissões. Aqui, o entrevistador se apaga diante do entrevistado. Este não continua na superfície de si mesmo, mas efetua, deliberadamente ou não, o mergulho interior. Alcançamos aqui a entrevista em profundidade da psicologia social. Tal entrevista traz em si sua ambivalência: toda confissão pode ser considerada como um striptease da

alma feita para atrair a libido psicológica do espectador, quer dizer, pode ser objeto de uma manipulação sensacionalista, mas também toda confissão vai muito mais longe, muito mais profundamente que todas as relações humanas superficiais e pobres da vida cotidiana e mesmo no cinema, onde ela constitui finalmente a alma do «cinema verdade» (as «confissões» em *Chronique d'un été*, *le Joli Mai*, e talvez sobretudo em *Hitler connaît pas*).

Os entrevistados

O entrevistado pode ser uma vedete ou um homem da rua. Mas pode ser, simplesmente, o outro.

Linguagem da... E 2448 — 9

130

As vedetes ou os grandes atletas são os piores e os melhores entrevistados. Os piores: possuem um admirável sistema de defesa, pois ser atleta, político, homem do mundo, estrela de cinema, escritor, etc., é estar em constante representação no mundo. Nesse sentido, o desportista continua a desempenhar um papel diante da entrevista, sobretudo quando ele sabe e sente que o público quer de si uma determinada imagem. Os melhores: os desportistas, atores, escritores, são ao mesmo tempo personalidades exibicionistas-narcisistas, cujo gosto de falar de si pode levar a que falem profundamente deles próprios. Os escritores, sobretudo, podem ser bons entrevistados. Alguns dentre eles demonstraram na entrevista um verdadeiro engajamento pessoal, um esforço tenso na elucidação de si (penso nas conversações com Gide, d'Amrouche, nas conversações com Léautaud, de Mallet, no rádio, num diálogo Mauriac-Stéphane na televisão).

Do homem da rua, geralmente não se espera ou não se retém mais que uma reação instantânea. É a entrevista-relâmpago, que quer desordenadamente a opinião da rua.

Outrem, é o entrevistado considerado como ser humano a conhecer, e não na qualidade de representante de tal profissão, tal classe, tal idade. A outrem corresponde evidentemente a entrevista profunda. Outrem pode ser escolhido por ter vivido uma experiência particularmente intensa (uma fuga de um campo de concentração), mas pode ser também uma mãe de família a quem se interroga sobre a felicidade...

Os entrevistadores

Enquanto a entrevista nas ciências humanas é inteiramente dirigida na direção do entrevistado, a personalidade do entrevistador de rádio e televisão pode-se tornar a vedete. Ele pode ser a própria vedete da entrevista (o que pôde ser visto com F. Chalais entrevistando as *starlettes* no festival de Cannes).

De toda maneira, a profissão de «comunicador» é, nos sistemas de rádio privado, e notadamente nos Estados Unidos, extremamente bem retribuído. Os «performés» da entrevista são verdadeiros artistas, e como tais enormemente cotados e igualmente raros. Devem ter o dom enfático, suscitar a simpatia, ao mesmo tempo, do entrevistado e do público. Eles próprios são vedetes. O entrevistador de rádio e televisão, à diferença do entrevistador das ciências sociais, não conhece as classificações rígidas dos tipos de entrevista. Ele é também espontaneamente, ora não-diretivo, ora, pelo contrário, provocante ou polêmico. Algumas entrevistas (as confissões) requerem particularmente que se ouça; outras requerem a provação.

Parece, freqüentemente, que nas entrevistas de personalidades, o melhor é a dosagem, ou antes a alternância, entre o estilo provocador, e mesmo polemista, e o estilo ouvinte. É conveniente, de fato, ora quebrar a comédia, a máscara, fazer o entrevistado sair de sua reserva, forçá-lo em suas trincheiras, ora, ao contrário, deixá-lo falar e calar-se... O entrevistador completo é um polivalente apto a ser ao mesmo tempo provocador e ouvinte. Podemos perguntar se esse modele de dialogador (provocador-ouvinte) não foi até o presente desconhecido nas ciências sociais.

O fenômeno microcâmara

Há um instrumento que é parcialmente utilizado na entrevista cm ciências sociais: o microfone. As entrevistas profundas são geralmente gravadas. É possível observar que a força inibitória do micro é igual a sua força exibitória. Isto quer dizer que se o micro aumenta a tendência defensiva contra a entrevista (pois ela significa se entregar a um instrumento que grava as palavras, que assim deixam de ser voláteis), ele aumenta também nas pessoas a tendência a se exprimir, lançar sua mensagem ao mundo. O micro de rádio desempenha o mesmo papel ambivalente, quer dizer, se a ambiência é boa e o en-

trevistador inspira confiança, as necessidades de expressão são sobreativadas. O microfone de rádio, da televisão e do cinema registra «para todos e para ninguém», segundo a fórmula de Nietzsche. Nesse sentido, seria possível de micro-estilo. O micro não é apenas um ouvinte, é também o instrumento daquele que não sabe escrever, e que pode se servir dele para se exprimir. O ouvinte é o entrevistador, e mais além o público anônimo, os outros, que tranqüilizam porque confundidos na indeterminação anônima.

A televisão, o cinema, trazem, além do micro, a câmera. Como falei de micro-estilo, é possível falar de câmara-ouvido. Num sentido, a câmara permite ao mundo (aos, espectadores), ao mesmo tempo, ouvir nossa conversação e ver nossa imagem...

Mas a câmara é também um olho, e mais ainda: um olhar, de natureza ainda mal-conhecida, mas de uma intensidade sem dúvida prodigiosa. Como o micro, ele aumenta as potências inibitórias, mas também faz crescer os poderes exibitórios. Ele dispõe de um potencial «extralúcido», e pode «intimar» os entrevistados, induzindo-os a dizer a verdade. O que pode se traduzir por uma comédia mentirosa, pois é quando temos a vertigem no limite da verdade que nos lançamos de corpo e alma na fabulação.

Assim, graças ao poder do micro e da câmara, a televisão e o cinema, reis da falsa comunicação ou da comunicação imaginária, detêm imensas possibilidades de comunicações mais ricas que na vida real.

O micro e a câmara de rádio, televisão ou de cinema já trazem em si o público. A grande originalidade da entrevista dos veículos de massa é que a energia afetiva que alia libera não se resolve na conversação, mas passa para o público, e atinge cada ouvinte ou espectador.

Ou a comunicação pode ser absorvida como espetáculo, quer dizer, digerida como o é um filme de ficção, transposta em emoção estética, e então se perde o conteúdo real da comunicação, a energia afetiva toma a forma de satisfação por ter visto um belo e interessante espetáculo.

133

Ou pode ser recusada, e o espectador apresenta as razões justificativas de sua recusa: «É falso»; «Está truncado»; «É um bluff»; quer dizer, ele acredita ser alvo de uma farsa; é difícil imaginar uma sinceridade pública.

Ou ainda poderá ser liberadora, para aqueles que se reconhecerem e se sentirem menos sóis, ou reveladora, para aqueles que descobrirem o outro.

De faro, em nossa sociedade, a comunicação da entrevista profunda é o mais freqüentemente desvitalizada no campo estético espectatorial; ou repelida como mentira; raramente ela conduz a uma compreensão nova.

A entrevista numa política da comunicação

O êxito global da entrevista ritual e da entrevista anedótica nos veículos de massa, o fracasso humano (ainda que muitas vezes acompanhado de êxito espectatorial) da entrevista profunda, tudo isto merece reflexão para uma política da comunicação.

A entrevista nas ciências humanas, a entrevista nos veículos de comunicação de massa, desde que abandonam a zona da frivolidade, revelam uma e outra uma extraordinária necessidade de comunicação. Esta necessidade, será ela reforçada pela individualização crescente, que, ao mesmo tempo, isola o indivíduo, e o faz desejar expor o seu ser (que ele acredita ou quer acreditar) autêntico?

O triste estado da comunicação entre os homens se mede por nossas conversações, desajeitadas trocas de palavras convencionais, pontilhadas de sorrisos polidos e de risos espasmódicos, solilóquios cruzados, entre' os quais por vezes brota uma pobre faísca. Na vida cotidiana, a comunicação está bloqueada, atrofiada, desviada, e esta é a razão do sucesso da comunicação imaginária dos filmes, dos romances...

Mas nesse mundo moderno de pobre comunicação (talvez os tempos antigos tenham sido mais pobres ainda, mas então o homem acreditava comunicar-se com o Cos-

134

mós ou a Transcendência), a civilização técnico-científica oferece novos meios. A psicologia social de sua parte, os meios de comunicação de massa da sua, elaboraram, cada um à sua maneira, meios de comunicação. Pode-se tentar conjugar as aquisições de um e outro setor, conjugá-los em alguns princípios que seriam precisamente os princípios da política da comunicação:

. Procurar a comunicação profunda com o outro.

- *Procurar formular uma atitude dialogante.* O dialogador, que já existe intermitentemente no rádio e na televisão, é como o herdeiro do provocador e do não-diretivo. Ele deve provocar as situações para favorecer a comunicação, provocar o interlocutor, mas sob a condição de também poder ouvi-lo.²

- *Procurar transformar a assimilação espectatorial em compreensão.* O espectador pode facilmente abandonar seu egocentrismo e seu etnocentrismo no imaginário: aí então ele se interessa pelo amor ao vagabundo, ao negro, ao outro. Mas logo é tomado pelo etnocentrismo, o egocentrismo, os demônios mesquinhos na vida real. Não haverá na televisão e no cinema uma falha entre o imaginário e o real pela qual poderia introduzir-se a entrevista, que se tornaria plenamente operatória se permitisse, ao mesmo tempo, a objetivação e a subjetivação?

Objetivação: permitir ao espectador objetivar-se com relação a si mesmo, quer dizer, distanciar-se de si, segundo um desdobramento que permita a auto-análise, e mesmo a autocrítica..

Subjetivação: temos a tendência a considerar o outro como objeto; enquanto que a entrevista nos traz sem cessar, à consciência e ao sentimento, a presença subjetiva do outro.

Por outro lado, o. diálogo fecundo é o diálogo no qual o estranho se torna minha própria imagem, minha própria imagem estranha volta a ser eu mesmo e eu me

2 Não seria errado procurar, no modelo do dialogador moderno, um herdeiro marginal da atitude socrática; Sócrates, dialético da ágora, questionador (provocador) e ouvinte, procurando o diálogo que caminha, fazendo emergir (maiêutica) a verdade inconsciente de seu interlocutor.

135

torno estranho a mim mesmo, processo múltiplo e contraditório que tece a própria dialética da comunicação com outrem, apenas possível pelo intermédio da comunicação do indivíduo consigo mesmo. A imagem do vídeo e da tela permite relancear esta dialética de maneira vertiginosa . . Estamos somente no princípio de um cinetelecomunicação.

- *Dar uma dimensão existencial nova à democracia.* A psicologia social, em sua tendência não-diretiva (e aqui seria necessário reunir os diversos setores não-diretivista, esboçar uma teoria do não-diretivismo, o que tenta um George Lapassade), traz em si um princípio democrático *literal*, que se estende bem além da zona, hoje demasiado estreita, da vida política: *dar a palavra*. Graças à técnica da televisão, pela primeira vez a palavra pode ser dada a um desconhecido, anônimo, e repercutir, transmitida a milhões de seres humanos. Não estamos ainda nos princípios do que poderia ser, nesse domínio, o pensamento de uma política da telecomunicação, cujo objetivo seria de fazer brotar a palavra profunda de um indivíduo, de uma camada, de um grupo, no limite de uma sociedade.

EDGAR MORIN

*Centre National de la Recherche Scientifique
Communications n. 7/1966*