



O olhar da mídia e a violência*

Maria Izabel Oliveira Szpacenkopf**

Resumo – Neste artigo, pretende-se abordar a questão do olhar e do poder da mídia, num recorte que diz respeito à informação e à divulgação de notícias, em especial via televisão, destacando sua relação com a violência.

Palavras-chave: mídia; violência; formas de subjetivação; lógica do consumo e do espetáculo.

Introdução

A cultura, nela incluída a mídia, inserida na lógica de mercado e consumo, é apresentada como oferecendo um amplo mercado de modelos identificatórios com enorme influência nas subjetivações do mundo atual. A adoção de tais modelos, no entanto, bem como dos comportamentos a eles atrelados fazem com que indivíduos funcionem de forma vazia e desprovida de sua capacidade de fantasiar e de criar.

Além disso, é indiscutível a destacada influência que a mídia pode representar na formação e produção de sentido e na construção do imaginário social.

Mesmo assim, a idéia aqui apresentada não trata de uma condenação da mídia, muito menos da televisiva, já que é inegável seu efeito positivo no que diz respeito às próprias funções de entretenimento, comunicação e informação.

Trata-se, então, muito mais de compreender suas relações e possíveis interferências na sociedade e no mundo atual por meio de uma análise das atividades mediáticas, visando a um maior conhecimento de como funciona a mídia, em especial a televisiva. A proposta dirige-se à possibilidade de tornar mais clara a sua interferência nas subjetivações e nas manifestações destas, destacando-se a violência.

Mídia e subjetivação

Violência e mídia são ingredientes fundamentais que freqüentam a vida contemporânea de forma maciça e intensa.

A relação que se estabelece entre elas é estreita e muitas vezes considerada de dependência, principalmente quando se defende que os níveis de violência aumentam em função de uma

* Este artigo é baseado no livro da autora intitulado *O olhar do poder: a "montagem branca" e a violência no espetáculo telejornal*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

** Psicanalista, Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ, Pesquisadora da FAPERJ-LPP/UERJ com a pesquisa "A Imagem da Violência no Rio de Janeiro" e Membro do Espace Analytique de Paris. E-mail: izaszpa@uol.com.br.



interferência mediática direta. Discussão antiga que suscita variadas conclusões, sabemos, no entanto, que os resultados das pesquisas nem sempre apontam afirmativamente nessa direção. Ainda que não fique configurada a relação direta entre violência e mídia, em algumas situações, entretanto, parece existir uma quase dependência entre elas. Vamos procurar desenvolver um pouco mais a discussão para entender seus meandros.

As relações do sujeito com o mundo, com o espaço e com o tempo atualmente são marcadas por modificações fundamentais, com destaque a velocidade da informação e o avanço tecnológico. A comunicação desempenha um papel central no movimento de globalização, dela fazendo parte a disseminação da informação em redes de forma cada vez mais eficiente e rápida. A mídia, com atuação destacada na comunicação nos dias de hoje, influencia a vida política e social e as possibilidades de interferência no processo de simbolização.

Longe de considerar a mídia como a grande causadora de muitos dos males da humanidade e que, por isso, deve ser eliminada, defendendo a posição de que não só é impossível como até desnecessária sua eliminação. Se a mídia, por um lado, desempenha inúmeras funções, entre as quais educativa, social, de utilidade pública, entretenimento, informação, por outro, ela acaba navegando por outras vias, sobre a produção de sentido e a disseminação dos imaginários cultural e social, elementos fundamentais na construção da opinião pública. A homogeneização e a cultura

de massa, conceitos que podem ser considerados ultrapassados por alguns teóricos, sob a alegação de que o espectador tem pleno direito e inúmeras opções para uma escolha que o desobrigaria do submetimento à manipulação da produção mediática, atuam no vasto mercado de imagens que a mídia oferece, pela via da fascinação e identificação, marcando a produção de subjetividades, como as que denomino “sujeitos-imagem” (Szpacenkopf, 2003a, p.145).

O campo oferecido pela mídia, no que diz respeito à rápida e maciça circulação de modelos identificatórios e de formas de comportamentos que atuam em alguma medida na existência de cada um, é nada desprezível; um leque de performances e de possibilidades pode ser alcançado, de forma quase imperceptível.

Lembramos que não só os processos psíquicos participam na formação do sujeito, mas também as interferências e as influências do meio. A possibilidade e o efeito de fascinação e de sedução, via imagem, são instrumentos da comunicação quase insuperáveis na disseminação desses modelos e de comportamentos.

O destaque em relação à mídia televisiva deve-se à ilusão de completude que a imagem comporta, como se nela nada faltasse. Além disso, por ser um veículo que dá maior autenticidade e realidade ao que é mostrado, guarda um poder inegável: o alcance imediato do que é transmitido atinge milhares de pessoas ao mesmo tempo.





As informações veiculadas pela mídia, em especial pela televisão, circulam pelos mais diversos pontos do mundo; sem fronteiras e de forma global, aproximam cotidianos que habitam terras distantes. Fatos, acontecimentos, conflitos, pessoas são divulgados ao vivo ou quase no momento em que acontecem.

O olhar e o poder dos noticiários televisivos

No mundo globalizado, cada um pode, por exemplo, assistir ao vivo e a cores uma guerra. São transmitidas imagens, opiniões, entrevistas, com pontos de vista de alguns daqueles que estão no ar.

Nem tudo que acontece no mundo será noticiado e muito menos com os detalhes que levem à “verdade dos fatos”. Sabemos, no entanto, que só aconteceu o que foi noticiado. Se não foi noticiado, é como se não tivesse acontecido. O que é noticiado passa por uma seleção que faz parte do trabalho jornalístico e que exclui, intencionalmente ou não, o que não foi, o que não pôde ser ou o que não interessava ser noticiado. Ou seja, ainda que fazendo parte da própria estrutura dos meios de informação, a exclusão de uma boa parte do que aconteceu no mundo, no país, na cidade, no bairro já mostra algum poder de um noticiário.

No campo das informações internacionais, estas são fornecidas por agências especializadas que distribuem e divulgam as notícias para todo o mundo: da mesma forma e com as mesmas imagens.

Qualquer cunho diferencial dado às notícias em cada noticiário vai depender muito mais do tratamento de cada emissora ou editor.

Assim, uma notícia quando é levada ao ar já passou por seleção que envolve inúmeros interesses, sejam políticos, sociais, culturais, contratos de leitura, contratos de emissoras ou até contratos publicitários e de mercado.

O olhar do telejornal não é ingênuo. Entretanto, a recepção, o público não tomam conhecimento disso, ao contrário, podem receber o que está sendo divulgado como a totalidade do que aconteceu no mundo, quer dizer, podem tomar a parte como um todo.

O poder de fazer-saber, de fazer-criar e o de saber-fazer é inerente à atividade da comunicação e da informação. Nesse sentido, a comunicação já detém um poder ao noticiar, que pode estar ainda acrescido de outros poderes que transcendem ao da atividade de informar.

O poder olha e faz olhar. Dá poder a quem é olhado, mas também pode tirá-lo justamente porque alguém ou algo foi olhado. (Szpacenkopf, 2003)

Além de informar, o telejornal atende também à meta de vender notícias, é sustentado pela credibilidade que o público lhe devota e pelos patrocinadores que o escolhem. Dessa forma, os índices de audiência são fundamentais no controle da captação do público, na escolha da programação e no fornecimento de referências que servirão, entre outros objetivos, para indicar a base de preço a ser cobrada dos patrocinadores.



O olhar suscitado no telejornal, acompanhado de uma escuta, configura-se em função de outros olhares que já localizaram e selecionaram determinados fatos, transformados em acontecimentos através de imagens e narrações.

A “montagem branca”

O telejornal não mostra a realidade, mas apresenta uma montagem da realidade. A notícia é fabricada. Seja escrita, falada, televisivada, ela é fruto de montagem que inclui a escolha do fato, do assunto, do que dele vai ser aproveitado, da oportunidade exata para sua divulgação, atendendo, portanto, a determinados parâmetros como localização, tempo e modo.

Montagem é uma atividade inerente ao telejornalismo e aos profissionais envolvidos nesta atividade. Como não é possível apresentar tudo o que foi gravado, mesmo porque o programa tornar-se-ia enfadonho e extremamente longo, monta-se a notícia de forma a fazer passar o essencial. Aí está a montagem específica do telejornal, nela estando envolvidos dispositivos e estratégias que dão poder ao fato para se tornar um acontecimento. Preferimos adotar o sentido de que um fato transforma-se em acontecimento via notícia, ou seja, se virou notícia é porque aconteceu.

Além da montagem técnica, característica do telejornal, existe uma outra, que denominamos *montagem branca*, por ser invisível, dificilmente percebida ou detectada pelo espectador.

A função da *montagem branca* é a de seduzir a atenção do público, por meio de um conjunto de estratégias que atuam no sentido de manter elevado o nível de audiência. Mesmo nas transmissões ao vivo, a *montagem branca* pode estar presente nas tomadas, nos closes, na iluminação, por exemplo.

O uso e funcionamento da *montagem branca* têm aplicação na mídia em geral, mas foi estudando o telejornal que formulamos este conceito. A utilização desse conjunto de estratégias pode se dar de forma automática, sem consciência e premeditada. Ficam salvas guardadas a dedicação, o esmero e o perfeccionismo, características dos profissionais das emissoras que pudemos observar, destacando que a utilização da *montagem branca* não se vincula à questão da desonestidade dos jornalistas e dos profissionais envolvidos na atividade telejornalística. Evidentemente, pode haver a manipulação da notícia na prática dos profissionais ligados à comunicação, mas não é disso que se trata na formulação da *montagem branca*. Na verdade, o *habitus* (Bourdieu, 1989) do jornalista pressupõe não só fabricar espetáculos, como também funcionar inserido na própria lógica do espetáculo, do consumo e do lucro, sujeitos portanto, a contratos que podem algumas vezes até definir seu modo de atuação.

As estratégias, como dispositivos dentro de uma engrenagem, são derivadas dos traços encontrados na perversão social e estrutural e que, dessexualizados, compõem a *montagem branca*.





São elas: renegação, dessubjetivação, sedução, pulsão de dominação, leis próprias, contrato, cenário. Essa montagem é inerente também ao exercício dos que trabalham na edição e produção midiáticas, justamente por sua inserção na lógica de mercado.

Sabe-se que o poder do telejornal está acima do próprio telejornal e dos seus profissionais. Assim, o mercado de informações é, também, influenciado pelos interesses, políticos e econômicos, muitas vezes atuando na maneira como a notícia é veiculada.

Na época em que estivemos observando as atividades do telejornalismo da TV Globo, o então Governador do Estado do Rio de Janeiro, Leonel Brizola, travava grandes discussões e levantava acusações ao presidente da Rede Globo de Televisão, Roberto Marinho. Era decidido, então, que o nome do governador não seria veiculado nos noticiários, mas somente o seu cargo.

Outro exemplo é o da invasão do Iraque em 2003: assistindo aos noticiários ou mesmo às informações ao vivo, as opiniões e as declarações variavam, dependendo da emissora sintonizada. A guerra existia, mas nem sempre as informações dadas pelos EEUU/Inglaterra coincidiam com as divulgadas pelo Iraque. Na verdade, não precisávamos chegar a tanto: já havia diferença nítida entre o material apresentado pelas emissoras francesas e a CNN, embora muitas vezes fazendo uso das mesmas imagens. Tanto é que esta guerra foi definida muito mais como “guerra de informações”.

Violência e sedução

A violência é um dos temas que mais interesse desperta no espectador. A supremacia do narcisismo, a obrigação de gozo como saída para a circulação do desejo são aspectos do psiquismo provocados e valorizados pelo mundo atual. A produção de formas de subjetivação emerge como tentativa de responder às problemáticas que marcam o mundo contemporâneo, entre elas a lógica do espetáculo, do mercado e do consumo.

A violência sempre existiu. Pode ser encarada como excesso de pulsão de morte sem simbolização possível, como forma de gozo, como resistência na produção de subjetivações, como resposta a situações de domínio. Ainda assim, atualmente a violência é atuada, alardeada e mostrada por meio de uma difusão quase em tempo real, via veiculação midiática.

São consideradas violências manifestações em direção ao outro, visando à dominação física ou simbólica (Bourdieu, 1990), de um indivíduo sobre o outro e revestida de um gozo narcísico.

As teorias sobre a violência tentam apontar causas que vão desde comportamentos inatos, passando pelas produzidas por questões socioculturais, até as que são baseadas num nível macro, relacionadas com a globalização, a modernização e as políticas estabelecidas pelos governos internacionais. Ainda que a ênfase possa estar mais em uma do que em outra das causas, uma não exclui a outra.



Freqüentemente associada à idéia e prática do poder, dificilmente a violência se dissocia dele. Neste sentido, a teoria sobre o poder de Foucault (1979, 1997) nos dá inúmeras coordenadas sobre o funcionamento em rede e a utilização de estratégias que dizem respeito a uma forma muito atual de estar no mundo. Se violência e poder referem-se à dominação, para Foucault significa que estão eliminadas as chamadas relações de poder, nas quais encontram inseridas as formas de resistência. (Foucault, 1984)

Encontramos em Freud, em resposta a uma carta de Einstein, a solicitação para “substituir a palavra ‘poder’ pela palavra mais nua e crua ‘violência’”. (Freud, [1933])

Além da substituição da força muscular pela intelectual, através do uso das armas, do aproveitamento dos adversários como escravos e do princípio da ‘união faz a força’, a violência algumas vezes toma ainda o lugar da lei, seja porque a própria lei foi suspensa, seja para que a própria lei possa ser mantida.

Apesar de Freud não se mostrar muito otimista quanto ao desaparecimento das guerras e da violência, acreditava na esperança utópica de que o tempo e os processos civilizatórios conseguiriam frear os impulsos destrutivos da humanidade. A ação do superego cultural e do princípio do ‘ama o próximo como a ti mesmo’, não garante a satisfação nem a felicidade para aqueles que obedecem a estas exigências e, não raro, leva vantagem quem as desobedece. (Freud, [1930])

A “violência fundamental” (Bergeret, 1995) primitiva diz respeito aos primeiros elementos estruturais, caracteriza-se como instinto de vida e não corresponde à destrutividade. A sua negociação com os modelos imaginários parentais e da cultura é o que possibilitará que esta violência não se transforme em problemas comportamentais. Caso contrário, os elementos estruturais invadem o imaginário e por não encontrarem respaldo nos elementos simbólicos edi-pianos, na família e na cultura, transformam-se em agressividade e destruição.

Se a sedução serve como alargamento das possibilidades de cada um, fazendo com que os limites sejam transpostos, ela também horroriza justamente pela possibilidade desta ultrapassagem. O “ponto de horror” (Sibony, 1983) representa a dualidade com que a sedução atua. Ao mesmo tempo em que nos sentimos seduzidos por caminhos que ainda não foram percorridos, por receio de enfrentar abalos em nossos alicerces, existe a tentação de sermos arrastados por esses mesmos caminhos que, apesar de causarem horror, podem nos colocar à disposição deles. Encontramos aí uma articulação entre sedução e violência, que, embora causando horror, é sedutoramente apresentada em suas ilimitadas variáveis.

Mesmo horrorizando, a sedução apresentada ultrapassa os códigos estabelecidos, alarga os limites, oferecendo um espetáculo em que os atos foram praticados por outros e não por cada um de nós.





Violência: seduz e vende

A identificação a um mundo de violência espetacular, no qual estão inseridas imagens tanto de entretenimento, quanto de informação, faz circular também o medo e a impotência.

Dois fatores auxiliam no exercício da sociedade do espetáculo: (1) o medo é um dos elementos fundamentais a ser comunicado pelo espetáculo. Funciona como possibilidade de ordem social e é o mecanismo principal de controle da sociedade do espetáculo (Hardt e Negri, 2000). Assim, o espetáculo se serve de ameaça ou quando menos procura muitas vezes manter um clima de ameaça, subentendida, velada ou mesmo explicitada para a manipulação da opinião pública ou mesmo política; 2) o valor de tudo, principalmente o lucro, gerencia, sustenta e defende interesses, nem que para isto o preço e a cotação estabelecidos pelo mercado sejam a vida de milhares ou milhões de pessoas. As guerras são a prova e a dobradinha violência-medo.

A violência não só freqüenta filmes, desenhos animados, documentários, história em quadrinhos, *videogames*, como ainda faz parte do banco de imagens oferecido no qual os modelos proliferam e se encontram ao alcance de todos.

A própria performance, elemento fundamental e valorizado no mundo atual, muitas vezes é mais bem acatada se tiver como ingrediente a violência, ou pelo menos uma violência

inscrita como resposta ou defesa adequada. Violência é uma mercadoria rentável.

Violência e onipotência: uma estratégia de ação

A onipotência atualmente apresenta-se não mais só como uma marca do pensamento dos obsessivos ou mesmo reduzida à condição de fantasias mágicas infantis. Parece ter crescido em importância e sua aplicação encontra-se ligada ao agir, ao atuar, seja em pequena ou em grande escala, seja no nível individual ou coletivo. Apresenta-se também nas chamadas negociações entre os estados internacionais quando submetidas ora à ameaça do horror dos ataques terroristas, ora à ameaça de ataques de horror das potências que abraçam o projeto de salvar o mundo e manter a paz.

Estamos falando de onipotência funcionando como estratégia de ação, que se manifesta exatamente como nos filmes e seriados de televisão inundados de violência, em que a ação está sempre presente corroborando raciocínios rápidos que fazem com que qualquer defesa se torne ineficaz, já que a surpresa e a ousadia são também ingredientes que funcionam com alcance imediato. Aliás, rapidez, ação e imediatismo e não ter medo de nada fazem parte das páginas de jornal e dos noticiários televisivos que não param de nos informar sobre as novas estratégias de ação frente ao mundo. (Szpacenkopf, 2004)



Repetição na realidade

No mundo atual, sob a égide do consumo, do prazer, do imediato, do substituível, da imperiosa necessidade de sucesso, a frustração, ou o que é vivido como impossibilidade, é insuportável.

Podemos perceber que após uma determinada notícia que tenha chocado a todos, muitas vezes aquele comportamento noticiado passa a freqüentar durante algum tempo os noticiários, com outros casos semelhantes.

Assim, a notícia de uma mulher que resolve cortar o pênis do homem com quem ela mantém relações pode passar a funcionar como opção de saída para vinganças que girem em torno do tema sexo-ciúme.

Isso não quer dizer que nenhuma outra mulher jamais tivera esta idéia, ou mesmo que nunca este ato tenha sido concretizado. Só que, a partir do momento em que ele é noticiado e em grande escala, já que este é um assunto que atrai a atenção do público, esta forma de vingança deixa de ser uma fantasia para existir em ato.

A subsequente repetição desse ato praticado por outras mulheres não chega a alcançar o nível de uma epidemia, embora os mecanismos que envolvem a projeção e a identificação ao que foi noticiado já o tornam plausível.

Tanto assim que, após notícias de estudantes que atiram em colegas nos colégios, ou mesmo dos filhos e netos que matam seus pais ou avós, observamos a presença de outras de conteúdo semelhante nos noticiários.

Se a notícia deflagrou comportamentos semelhantes ou se, por ter sido noticiado, aquilo

que já acontecia começou a aparecer, pode ser discutido. Curiosamente, depois de algum tempo, tais notícias desaparecem. A explicação para este fato pode residir na questão de que o próprio interesse e agendamento de novas informações e de novos assuntos que seduzam a atenção do público fazem com que aquele se torne banalizado, sendo por isso retirado de circulação.

Negação do luto

Assistir à morte de alguém na televisão implica um certo desmentido dessa morte, uma vez que é possível ver aquilo que já aconteceu, aquilo que não foi visto.

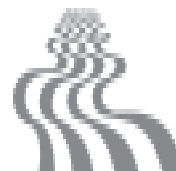
As cenas são de morte contada e, mais do que isto, de mortes mostradas. A morte que já aconteceu é substituída por outra que passa a ser assistida pelos espectadores.

As notícias de violência, constantemente repetidas, acabam colaborando para a negação do luto daquilo que é assistido.

A transgressão de limites, que envolve a violência, mostra a morte ou mesmo a morte dos limites. Pela repetição, a própria imagem noticiada entra no lugar da morte mesma, que passa a ser negada, já que ela está na tela, substituindo o que já não mais existe. Ultrapassagem de limites repetida convida para a suspensão de um luto de nós mesmos, fazendo surgir depressão, impotência, melancolia, ou seja, os impedimentos ao deslizamento do desejo e à possibilidade de sonhar.

Se não há luto é porque não houve perda, e se esta não aconteceu não é preciso fazer nada.





Impotência do Estado e da sociedade

Os sentimentos de impotência, de desamparo e de perda estão presentes e exacerbados, mesmo que inconscientemente, numa população confrontada com notícias sejam de impunidade, sejam as que envolvem o desconforto de ver apresentados na mídia seus dirigentes perplexos diante de fatos que sempre parecem maiores que eles mesmos, ou ainda os surpreendidos em flagrante impotência e incompetência quanto aos negócios do Estado.

Violência e impunidade repetidas formam um binômio que conduz à vivência de impotência. Pelo menos esse é o material que o próprio telejornal apresenta sob a forma de denúncia, via depoimentos emocionados de pessoas que se vêem espoliadas e ultrajadas por acontecimentos desonrosos.

Quando o Estado não consegue cumprir com seus deveres para com o cidadão, entre eles o de garantir segurança, e quando seus dirigentes e as autoridades que se dizem competentes se declaram frente ao telejornal sem condições de resolverem os problemas, parece que todos passam a estar envolvidos no clima de impotência. Justamente por isso, é a própria imprensa e o telejornalismo que passam a funcionar fiscalizando e denunciando aquilo que não está sendo cumprido pelo Estado.

A força espetacular da violência não raro surpreende essas autoridades que são apresentadas no noticiário perplexas e confusas ao

tomarem conhecimento de determinadas ocorrências por meio do próprio telejornal.

Se o Estado mostra-se incompetente e impotente, é natural que o povo desprotegido se veja e se sinta identificado também à impotência. Pelo menos assim parece no salve-se quem puder.

A impunidade, em si mesma, já é uma violência oferecida pelo Estado, seja porque seus dirigentes não têm a necessária competência, seja porque o descaso fica mais facilmente encoberto e melhor aceito se substituído pela confissão de impotência. Além disso, a impunidade já demonstra um desrespeito ao cidadão, que desamparado sente-se atingido na própria imagem e na imagem que faz do Estado. Assim, a impunidade pode levar à quebra da reciprocidade entre Estado e cidadão. (Szpacenkopf, 2004)

Se antes as notícias do telejornal pareciam constranger as autoridades, atualmente estas já fazem uso de um distanciamento de suas obrigações, acusando muitas vezes a mídia de estar superfaturando tais notícias.

Mídia e terrorismo

Acoplam-se à função de noticiar outras, conforme falamos acima, para além das que se dirigem ao objetivo precípua de informar e atuando de forma diversa à esperada: por exemplo, é a mídia que autentica os ataques terroristas.

A mídia pode ser entendida como fazendo parte da própria atividade do terrorismo. O terrorista define-se mais como aquele que mata gente inocente, sem motivo. Ainda que alguns



sejam considerados heróis, é o caso de alguns homens-bomba fundamenta-listas, o objetivo parece estar mais ligado à intenção de inscrever o seu ato como sua forma de pensar sobre a “verdade”. Seu ato não é por ele encarado como um crime, mas muito mais como um pedido de “sua atenção, por favor!” (Sibony, 1987, p. 17). Sua identidade é apresentada pelo vazio criado pelos mortos inocentes e, além disso, deixa a todos impotentes, sobretudo porque as vítimas nada têm a ver com o que pretende provar como sendo a verdade.

Os próprios atentados já são planejados de forma que a mídia possa dar visibilidade ao que acontece. Para tanto, é fundamental não só o horário, como as circunstâncias envolvidas e o tipo de pessoas inocentes que serão atingidas, no sentido de que o horror esteja praticamente ao alcance de todos: os ataques ao World Trade Center foram planejados e executados pela manhã, de forma que as estações de televisão pudessem entrar no ar e fazer o mundo parar para assistir. Também as explosões dos trens em Madrid aconteceram pela manhã, o que não só arregimenta um maior número de inocentes que vão para o trabalho, como ainda facilita a divulgação mediática do terror. De certa forma, a autoria do ato terrorista passa também por uma autenticação via mídia.

Se ao noticiar, a mídia oferece visibilidade nacional e internacional aos fatos, ela acaba dando reconhecimento e suporte simbólico que falta aos atos terroristas. A mídia é a “matéria mole, onde o terrorista grava seu ato, o coloca em cena, lhe dá razão e ressonância...”. (Sibony, 1987, p.14)

A violência na mídia está banalizada?

Pelo excesso de exposição na mídia, argumenta-se que a violência está banalizada. Tal afirmação, no entanto, é incompatível com a proposta que defendo, de que a violência seduz e vende.

Na sociedade de consumo, a violência é vendida como produto que atrai atenção, que seduz audiência, que interessa a muitos; tem valor comercial e, portanto, é vendável e rentável.

Enquanto manifestação da pulsão de morte, e por não ter representação que a simbolize, a violência corre por conta do excesso. Este excesso é apresentado e explorado pela cultura e pela própria mídia.

Dizer que está banalizada é a antítese da necessidade de elevação de índice de venda e de audiência. Se ela estivesse banalizada provavelmente não se tornaria uma possibilidade de elevar índices de audiência. Justamente para não ficar banalizada, ela está cada vez mais em ascensão, ou seja, ela precisa se superar cada vez mais, se exceder cada vez mais para continuar seduzindo e atraindo público.

Resistência é poder. É resistindo que se podem fazer mudanças. Se há resistência é porque há liberdade para tal; a dominação não está ocupando todos os espaços, como diz Foucault. Assim, no caso da relação do público com a mídia, resistir é saber que existe uma distância, por exemplo, entre o que vai ser comunicado e a necessidade de medir





índice de audiência. Se esta necessidade existe, a resistência pode entrar justamente aí.

Se o espetáculo não serve, que seja mudado o canal, não como uma expressão de passividade, mas de *palavra ativa* (Boltanski, 1993, p. 35), que no caso nada mais é do que forma de resistência.

Se imperar uma excessiva apresentação de violência na programação, é possível que esteja na mão da recepção fazer ver a necessidade de mudanças naquilo que é proposto pelos dirigentes de espetáculo; se o índice de audiência diminuir, as mudanças certamente terão de vir. Muitas vezes, artigos publicados nos jornais por especialistas, ou mesmo cartas do leitor, já podem funcionar como sinal de não satisfação pelo ao que foi apresentado.

Atualmente, profissionais da mídia já abrem debates ou polêmicas por meio de artigos quando o limite é ultrapassado.

Considero ainda fundamental que a recepção, o público, tendo conhecimento de que a informação veiculada nem sempre é a prova da verdade absoluta, pode aprofundá-la por meio da leitura de jornais ou mesmo assistindo a outros telejornais.

Cabe aos espectadores uma palavra, uma ação, uma reação que os faça sair de uma suposta posição passiva, procurando reverter a situação, já que os produtores do espetáculo dependem do público.

Referências Bibliográficas

- BERGERET, Jean. *Freud, la violence et la dépression*. Paris: Puf, 1995.
- BOLTANSKI, Luc. *La souffrance à distance*. Paris: Métailié, 1993.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difer, 1989.
- _____. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- FREUD, Sigmund. Por que a guerra? *Obras Completas*. Rio de Janeiro: Imago, 1976 [1933], p.237-259, (Edição Standard Brasileira, vol.XXII).
- _____. O mal-estar na civilização. *Obras Completas*. Rio de Janeiro: Imago, 1976 [1930], p.5-171 (Edição Standard Brasileira, vol.XXI).
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- _____. L'éthique du souci de soi comme pratique de la liberté. In: _____. *Dits et écrits*. Paris: Gallimard, 1994 [1984], p.708-729.
- _____. *Il faut défendre la société*. Paris: Gallimard, 1997.
- HARDT, Michael e NEGRI, Antonio. *Império*. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- SIBONY, Daniel. *Sedução, o amor inconsciente*. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- _____. *Perversions, dialogues sur des "follies actuelles"*. Paris: Grasset & Fasquelles, 1987.
- SZPACENKOPF, Maria Izabel Oliveira. *O olhar do poder: a "montagem branca" e a violência no espetáculo telejornal*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.



_____. Violência: efeito de duplo. In : ÁRAN, Márcia (Org.). *Soberanias*. Rio de Janeiro: ContraCapa, 2003a, p.139 a 145.

_____. Omnipotentia, une politique du narcissisme. In: _____. *et al. Pratique et politique de la Psychanalyse*. Ramonville Saint-Ange: Érès, 2004 [no prelo].

_____. Violência: a quebra de reciprocidade entre Estado e cidadão e o efeito de duplo. In: PEIXOTO Jr., Carlos Augusto (Org.). *Formas de subjetivação*. Rio de Janeiro: ContraCapa, 2004. p.135-151.

Abstract – *This article tackles the media's gaze and power, with particular emphasis on its relation to violence. Information and delivery of news - especially via television network - narrow the focus of our discussion.*

Keywords: *media; violence; subjectivities; the logic of consumption and spectacle.*

Resumen – *Se plantea en este artículo la cuestión de la mirada y el poder de los medios de comunicación masiva, en lo que respecta a la información y la difusión de noticias, sobre todo por la televisión, salientándose su relación con la violencia.*

Palabras-clave: *medios de comunicación masiva; violencia; formas de subjetivación; lógica del consumo y del espectáculo.*

