

Máquinas de dar a ver e fazer falar: jornalismo e subjetividade em nossa época¹

Patrícia Burrowes

A tevê ligada captura o olhar e o fascina. De todas as mesas, os rostos se voltam para o mesmo ponto do salão. Entre uma garfada e outra, mastigando automaticamente, quase sem olhar para o prato e mantendo um curioso ar de alheamento à balbúrdia em torno de si, as pessoas nesse restaurante a quilo no Centro da cidade do Rio de Janeiro se deixam levar, segundo o programa sintonizado, pelas notícias, pela voz da apresentadora, pelas cenas de velhas novelas, pelas curiosidades e anedotas acerca da vida dos artistas da telinha.

Quanto tempo faz que a televisão tornou-se parte do mobiliário de bares e restaurantes? Em outros bairros, outros restaurantes, outros momentos do dia, a cena se repete. Variam a rede emissora e o programa sintonizados, mas pouca é a variação nos assuntos apresentados. No jornalismo, os noticiários repetem quatro vezes ao dia, em todos os canais abertos, as mesmas notícias que se encontram nos jornais impressos e em suas versões *on-line*, nas rádios e nas revistas semanais.

Não só os fatos, mas as abordagens se repetem. No estudo que originou este artigo (Burrowes, 2002), detenho-me na cobertura do primeiro Fórum Social Mundial, que ocorreu em Porto Alegre em 2001, feita por quatro grandes jornais brasileiros – JB, Folha de S. Paulo, O Dia, O Globo. São assombrosas a afinação do coro e a coincidência de pontos de vista.

O campo jornalístico, segundo Bourdieu

A análise feita por Bourdieu da estrutura do campo jornalístico demonstra que homogeneidade e redundância são frutos, por um lado, das características in-

ternas do campo e, por outro, das pressões que sofre de campos sociais adjacentes. É preciso lembrar que os campos sociais de Bourdieu são “microcosmos com leis próprias” que compartilham um mesmo espaço social e se definem uns em relação aos demais. Segundo o sociólogo, o espaço social é atravessado por duas linhas de diferenciação: na sociedade ocidental são elas “capital econômico” e “capital simbólico” (Bourdieu, 1994).

O campo jornalístico se organiza na Europa por volta do séc. XIX com a expansão da imprensa e, aponta Bourdieu, assim como os outros campos de produção cultural, se estrutura em torno de fluxos de pressões e sanções externas e internas. Dentre as externas estão anunciantes, leitores, autoridades públicas (e privadas). Pressões e sanções internas são aquelas exercidas por jornalistas e por características do campo num determinado contexto, como o estado de concentração da mídia e a concorrência. O grau de autonomia de um veículo de comunicação varia segundo sua maior ou menor sujeição às pressões: quanto mais resistir, mais autônomo há de se manter. Essa tensão entre subordinação e autonomia constitui dois pólos do campo: o comercial, atravessado pela lógica do mercado, e o intelectual, regido primordialmente pela lógica profissional; pólos esses que se relacionam com dois princípios de legitimação diferentes – pela maioria ou pelos pares (Bourdieu, 1997).

O aparecimento da televisão e sua ascensão a uma posição dominante afetam o conjunto do campo. Sua enorme capacidade de difusão ultrapassa em muito os números atingidos pelo jornal, mesmo em sua época de ouro. E com a introdução e consolidação da publicidade como principal modo de financiamento, a TV pende progressivamente para o pólo comercial, tornando-se dependente da legitimação pela maioria, medida pelo índice de audiência. A vocação para atingir simultaneamente um grande número de pessoas das mais diversas origens, que a princípio seria uma potencialidade, torna-se uma necessidade vital, pois é a porcentagem de público atingida que garante o afluxo das verbas de publicidade. Assim, o critério de legitimação pela maioria passa a afetar a escolha do que se vai mostrar: é preciso evitar tudo o que possa causar desconforto e dificultar ou interromper a circulação. Como fazê-lo? Simplificando-se as questões, aparando-se as arestas, oferecendo-se informações digeridas.

Uma outra característica do campo jornalístico – a concorrência pelo público – faz com que o sucesso de números da TV contagie os demais meios. Bourdieu demonstra como, ao contrário do que se afirma correntemente, o ambiente de concorrência nos meios de comunicação produz mais homogeneidade do que diferenciação. Jornalistas são obrigados pela profissão a estar cientes “do que acontece no mundo”: por um lado para buscar furos, por outro, para evitar levá-los. Isso significa que jornalistas assistem-se, ouvem-se e lêem-se uns aos outros diariamente. E se ninguém pode permitir que o outro mostre nada sozinho, então todos mostrarão as mesmas coisas. Acrescente-se a isso o treinamento para reconhecer o “fato jorna-

lístico”: a distinção entre o que “interessa” e o que “não interessa” obedece a certas categorias perceptivas que, longe de serem inatas ou evidentes, são construídas pelo próprio campo. O resultado é que sob diferenças superficiais se estende uma assombrosa similitude. Situação essa chamada por Bourdieu de “circulação circular da informação” e por Ramonet de “mimetismo mediático” (Ramonet, 1999 e Bourdieu, 1997).

Particularidades brasileiras

No Brasil, a influência da televisão se agrava. O jornal impresso, segundo Werneck Sodré, nunca chegou a ser um veículo de massa em nosso país. As máquinas rotativas que imprimiam 15 mil exemplares por hora e, em meados do século XIX, ajudaram a revolucionar a imprensa na Europa e nos Estados Unidos chegaram ao Brasil no início do século XX (1902). O diário com melhor equipamento gráfico na época, o Jornal do Brasil, tirava 62 mil exemplares. Cerca de 80% da população não era alfabetizada (o índice de analfabetismo chegava a 84% em 1890). Tampouco existia uma malha de transportes desenvolvida que permitisse o escoamento rápido dos jornais para diversos pontos do país. Por isso, embora aponte uma transição da imprensa artesanal para a industrial já no início do século XX, o autor marca uma diferença entre as pequenas e médias empresas jornalísticas daquela época e as grandes empresas de hoje (Werneck Sodré, 1999).

Renato Ortiz e Fernando Lattman-Weltman localizam na década de 1950 o verdadeiro estabelecimento do jornal como empresa no Brasil, pois só então, com a industrialização, surgiu o contexto econômico – constituição do público, modos de distribuição, integração do mercado – que permitiu o seu desenvolvimento. A década de 1950, no entanto, viu também o aparecimento da televisão: novo e celebrado veículo de comunicação recebido como avatar da modernidade, que era vivida em nosso país como projeto, uma utopia da modernização, segundo Ortiz, pelas mais diversas correntes de pensamento. Além disso, não havia o desenvolvimento econômico que permitisse o funcionamento da TV como meio de massa, a implantação das primeiras TVs foi local, por iniciativa de famílias de industriais, e o alto custo dos aparelhos limitava o acesso: era um meio “de massa” para um público restrito. Esse contexto explica a recepção acrítica da nova tecnologia, mesmo nos meios intelectuais. Ortiz salienta, no entanto, que a programação não refletia nem fazia jus ao rótulo de meio “de elite” que a TV recebeu na década de 1950. Ao contrário, exibiam-se sobretudo programas de auditório e humorísticos, telenovelas e música popular, anteriormente consagrados pelo rádio (Lattman-Weltman, 1996 e Ortiz, 2001).

De toda forma, a coincidência histórica entre a consolidação da imprensa empresarial, o surgimento da televisão e expansão do capitalismo em nosso país afetou

o campo jornalístico como um todo e levou ao desenvolvimento do pólo comercial em detrimento do pólo intelectual. A imprensa não tinha ainda conquistado sua autonomia quando foi deslocada pelo peso crescente do meio de comunicação de massa por excelência. Na corrida pela audiência, movida pela disputa pelas verbas da publicidade, a imprensa necessariamente ficou para trás. Mas, curiosamente (ou talvez devido à formação de conglomerados), no lugar de forjar seu próprio espaço, colou-se ao modelo TV perseguindo público segundo a lógica comercial dos grandes números. O desequilíbrio de forças não se amenizou com o tempo: no ano de 2003, jornais brasileiros filiados ao Instituto Verificador de Circulação (IVC), somaram circulação de 3 milhões, 335 mil exemplares, sendo que o jornal de maior tiragem, Folha de S. Paulo, tirou em 2002 a média de 314,9 mil jornais/dia. Enquanto isso, a TV está presente em 44 milhões e 100 mil lares, ou seja, 98% dos domicílios brasileiros, sendo a que a rede mais potente, Globo, chega a 99,86% dos lares, atingindo 5.444 do total de 5.507 municípios. Esses dados se refletem na distribuição das verbas de publicidade, cuja maior parcela – 60% – se concentra na TV aberta (Grupo de Mídia, 2004).

Delinear a configuração do campo permite que observemos o estado das forças em ação num determinado momento, numa sociedade determinada e a aplicação desse modelo busca compreender o princípio de construção do espaço social em questão e apreender os mecanismos de sua reprodução. É como fazer um retrato de uma situação de jogo: as forças aparecem congeladas naquele instante e pode-se, a partir da distribuição flagrada, prever, ou melhor, inferir movimentos passíveis de ocorrência. Esse esquema, no entanto, dá impressão de tal equilíbrio que nada foge. Mesmo as transformações são vistas como efeitos das contradições geradas pela distribuição de forças do campo.

Mas, podemos pensar: se as estratégias individuais se baseiam em avaliações de situações objetivas de acordo com coordenadas perceptivas dadas no campo; se elas se desenvolvem num determinado sentido graças a ações e escolhas, pensadas ou não, mas limitadas também a um número de possibilidades, geradas pela posição relativa do “agente” dentro do campo; cabe perguntar: como se instalam e mantêm instaladas tais coordenadas perceptivas? Por que e como são limitadas as escolhas? Ou: como se escapa do “senso prático”? Todas essas indagações ecoam a questão que Foucault põe ao estruturalismo, ou seja, como se pode pensar o acontecimento na estrutura? (Foucault, 1979).

Uma força ativa de reprodução

São encruzilhadas a cada passo que constituem a vida: a qualquer momento pode incidir uma fagulha de inesperado, há forças que fogem ao controle e mesmo aos interesses objetivos que as geraram. Quando observamos um campo onde os

movimentos acontecem precisamente nos lugares esperados, repetindo padrões que lhes são anteriores, ou seja, quando a reprodução é a constante, não será também esta uma produção do campo? Quero dizer, não haverá nisso um trabalho efetivo, uma produção de reprodução? (A reprodução, a que se refere Bourdieu, não deveria a meu ver, portanto, ser entendida como força inercial, mas como força ativa).

Em *Micropolítica: cartografias do desejo*, Felix Guattari aponta a “produção de uma subjetividade em escala planetária”. Uma “subjetividade capitalística” que se engendra dentro do mesmo processo de produção de sabão, eletrodomésticos, carros, hambúrgueres e filmes enlatados. A noção de subjetividade em processo proposta por Guattari se opõe às noções de um sujeito fundamental, ou de um indivíduo centrado no ego, ou de uma subjetividade recipiente, um vazio a ser preenchido. É a noção de uma subjetividade dinâmica, coletiva, imersa no cotidiano e que supõe a articulação de múltiplos elementos heterogêneos. Participam dessa produção materiais semióticos (linguagem, escolas, artes, ciência, religião, etc.) e também corpos (natureza, arquitetura, ferramentas, máquinas, equipamentos, etc.) – o que Guattari chamou, no conjunto, de “ambiente maquínico”. Sendo que tal processo é duplamente descentrado em relação ao nível pessoal, pois inclui instâncias que o ultrapassam, por um lado, na direção dos grandes sistemas sociais e, por outro lado, na direção de percepções e afetos, sistemas biológicos e orgânicos. A conexão entre a diversidade dos elementos tanto se pode realizar de forma reprodutiva de modelos, como de forma criativa, singular e, como veremos adiante, será largamente ditada pelos agenciamentos coletivos de enunciação (Guattari e Rolnik, 1986).

A subjetividade capitalística aparece como efeito do investimento em um tipo de conexão – centrada no consumo, submetida à lógica do lucro –, entre os elementos tão heterogêneos. Nos braços dos negócios, ou nas asas dos meios de comunicação (mas sobretudo na união de ambos), a subjetividade capitalística vai cada vez mais longe, atravessando países, regiões, cidades, aldeias, e se impõe, por sua redundância, como uma subjetividade referencial, um modelo ou padrão de desejo e comportamento.

A grande mídia, que passa por um processo de intensa concentração, formando conglomerados gigantes em que a lógica comercial, com seu objetivo de obter o maior lucro possível, se sobrepõe à lógica profissional, é um elemento importante na produção da subjetividade capitalística. As informações que circulam ao redor do mundo nos circuitos dominantes da comunicação são como que filtradas por uma lente, que não distorce propriamente a realidade, mas através de um jogo de luz e sombras brinca de esconde-esconde com os fatos. Insisto: a mídia não é a própria lente, à qual poderíamos chamar, como faz Guattari, por seu nome próprio: Capitalismo Mundial Integrado. A mídia é, no entanto, um dos lugares privilegiados de amplificação e reprodução desse ponto de vista sobre a vida que se desenvolve num ambiente mais amplo, incluindo elementos tão heterogêneos como meios

de transporte, modos de habitação, modelos de lazer e métodos de educação, para mencionar apenas alguns.

Mesmo o avanço da informática, o desenvolvimento das redes e a febre de interatividade que contagia toda a mídia, embora abram brechas interessantes que podem ser exploradas, não são soluções garantidas para o problema. A idéia geral é que a interatividade tiraria o espectador de seu silêncio, re-introduziria o diálogo na comunicação de massa. As condições técnicas desse diálogo são dadas pelas tecnologias de digitalização da informação (som e imagem) e pelas novas vias de transmissão de dados. E também é certo que diferentes usos se podem fazer dessas possibilidades. Mas quanto à relação de grandes empresas de comunicação com o público, a celebrada interatividade merece um olhar mais demorado, que encontramos em *La Red* de José Luis Cebrián (1998).

Uma das principais características da rede mundial de computadores, e seu principal encanto, é ter um crescimento horizontal: os discursos provêm de todos os lados e se cruzam sem nenhuma hierarquia, sem nenhuma ordem aparente, no que se desconsidere o poder de filtro exercido pelos portais, servidores e mecanismos de busca. Vozes e informações nos chegam de toda parte. Porém, tamanha disponibilidade torna impossível distinguir procedência, pertinência e confiabilidade do que se ouve-lê-vê. Ou seja, escolha tão farta produz confusão. Tende-se então a abrir mão da escolha e delegar a seleção a outrem; o que significa um duplo fortalecimento dos “nomes” mais reconhecidos – no seu poder de seleção e na sua autoridade (Cebrián, 1998). Mais reconhecidos nesse caso, são os mais vistos e aqui entramos no âmbito do *marketing*, conseqüentemente do poder econômico. Daí, as grandes empresas de comunicação se verem investidas de grandes poderes de seleção (do que é ou não importante) e de aval (em que discursos se deve ou não confiar).

O burburinho de fundo

Impossível, a essa altura, não recorrer a Bakhtine: por toda parte ouvimos vozes: as vozes do tempo, que fazem com que toda enunciação seja, desde o princípio, diálogo, ainda que interior. Nunca estamos diante da página em branco (já uma voz que retorna: qual foi mesmo o artista que disse isso?); é ao contrário, um palimpsesto que guarda sempre os vestígios de suas múltiplas, infinitas utilizações.

Bakhtine procurava explicar os fenômenos ideológicos de um outro ponto de vista, que não o da consciência individual, ou seja, fugindo ao âmbito da psicologia. Não a consciência produzindo ideologia, mas um amplo ambiente ideológico produzindo consciência. Para Bakhtine, a palavra é o signo por excelência e, como tal, ideológico; se a consciência é estruturada pela palavra, então, a consciência é constituída com a ideologia. Esse raciocínio propõe um processo ininterrupto de comunicação, toda uma corrente histórica de enunciados que antecede, atravessa

– e forma – as consciências em cada momento, sempre em contato com o contexto social. Fabulosa inversão, pois exatamente aqui caem as barreiras erguidas por Saussure, em sua preocupação de delimitar a lingüística como nova ciência, e que protegiam a língua de todas as impurezas das circunstâncias, relegando-as à fala (*parole*), excluía dos domínios da disciplina.

Bakhtine, em sua releitura crítica, abre a língua para o social. A idéia de um *continuum* de comunicação que se estende no tempo, antecedendo o indivíduo, compreende as condições de produção dos enunciados, dentro dos quais se dobram as inflexões de classe, o ambiente técnico e as situações culturais. Como toda enunciação se baseia no discurso indireto – falamos e escrevemos sempre de ouvido, de ouvir dizer – a enunciação deixa de ter caráter individual, para se tornar fato social; e todo enunciado é desde o início réplica. A linguagem não tem origem na concretude das coisas, os enunciados afloram do burburinho de fundo, constituindo em sua passagem as consciências e atualizando-se no contexto social, onde há de se dar uma renovada compreensão.

As teses de Bakhtine sobre o discurso indireto são retomadas, mas também deslocadas, levadas mais adiante, por Deleuze e Guattari (Deleuze e Guattari, 1995, vol.2). Sim, pensar que nos movemos de um a outro dizer. Mas escapar da ideologia como forma do contato entre linguagem e mundo, ou entre enunciados e corpos. A mediação pelo signo nos aprisiona ao âmbito da representação, que traz em seu bojo o problema da fidelidade ou falsidade em relação a um mundo concreto que seria primeiro. Para Deleuze e Guattari, a questão é toda outra: duas ordens independentes e heterogêneas, a dos signos e a das coisas, convivem e se articulam de certo modo, sem que haja de uma a outra subordinação, mas interferência mútua.

Com base na investigação de Austin sobre os performativos, que apontou a existência de atos que se realizam nas ou pelas palavras, Deleuze e Guattari propõem ser o discurso, além de sempre indireto, coalhado de palavras de ordem. “Palavra de ordem”, para esses autores, é a relação interior entre todos e quaisquer palavras e enunciados com os atos ilocutórios, ou pressupostos não discursivos, ou pressupostos implícitos. Seria portanto necessário ficar atento ao que se diz por dentro do que se diz. Quando cada enunciado é ato, não existe pura transmissão de informação, a língua não tem essa faculdade. O mais importante, porém, é que por sua ligação com os pressupostos implícitos, os enunciados ficam ancorados nas circunstâncias de enunciação. O que permite afirmar que é impossível separar a língua de sua realização (Deleuze e Guattari, *idem*).

Estamos, portanto, em plena pragmática: sujar a língua de social, de política, de variáveis; devolver a língua aos agenciamentos. Não existe a Língua como campo separado, isolado; a língua está desde sempre atravessada das matérias orgânicas e inorgânicas que constituem a sociedade. Toda uma situação de corpos, toda uma história de contingências, valida o enunciado. Novamente é Bakhtine quem apon-

ta o caminho: a palavra sozinha, o parágrafo sozinho são apenas possibilidades da língua, mas não formam uma enunciação completa: são os pressupostos não discursivos – essa âncora da situação social – que fazem deles uma enunciação completa (Bakhtine, 1977).

Ou seja, só o agenciamento coletivo dá conta da enunciação: um enunciado não parte de uma consciência individual, um sujeito primeiro ou mesmo uma subjetividade isolada; é, ao contrário, um efeito, uma linha que se destaca de toda a trama que forma uma sociedade a cada momento. E o agenciamento inclui componentes heterogêneos, elementos de expressão (sopas de signos) e segmentos maquínicos (as misturas de corpos). Um e outro não são fechados em si mesmo, não estão apartados, mas se implicam mutuamente, se ativam, atritam, atçam. É por isso que Deleuze e Guattari afirmam que a linguagem de modo algum reflete o real, até porque ela tem sua realidade própria; a relação é de interferência. A maneira como os expressos se atribuem aos corpos é dada pela palavra de ordem — essa variável que determina o pertencimento a um regime de signos.

Multiplicidades que se entrecruzam

De um lado, mistura de corpos, de outro lado, trama de signos: isso parece ainda bastante estanque. Não há, na verdade, um lado e outro lado, mas multiplicidades que se conectam. Uma espécie de *continuum* (como o de Bakhtine), porém expandido para acolher elementos heterogêneos: variáveis de expressão e de conteúdo. “Há nisso como que duas multiplicidades que não cessam de se entrecruzar, ‘multiplicidades discursivas’ de expressões e ‘multiplicidades não discursivas de conteúdo’” (Deleuze; Guattari, 1995, vol.1).

São signos e corpos desterritorializados que entram em contato. Desterritorializar: sair de seu território; bulir com os limites; esfumçar o contorno; fazer uma área de transição, onde as formas são indiscerníveis e algo diferente pode se conformar. E em seguida já ocorrerá uma reterritorialização, mas não será no mesmo lugar, a mudança é irreversível.

A produção de subjetividade se dá com os agenciamentos, não é anterior a eles. E os agenciamentos coletivos de enunciação não são eles mesmos fixos, estão ao contrário em constante variação, pois estão sujeitos às circunstâncias – exteriores (de conteúdo), bem como interiores (de expressão) – que o validam. Em Deleuze e Guattari, o termo, *continuum*, é utilizado no sentido de uma linha de variação contínua que atravessa os estratos e põe para variar todos os elementos do agenciamento.

Se os agenciamentos aglomeram elementos heterogêneos e se a produção de subjetividade se dá com os agenciamentos, devemos considerar que a subjetividade é também atravessada e produzida por essa heterogeneidade. Não só diversas vozes, portanto aspectos lingüísticos significantes, participam da produção de subjetividade,

mas também ferramentas, máquinas, matérias diversas – o que Guattari chamou de elementos a-significantes – têm uma participação direta nesse processo (Guattari, 1992). Mas por que tantas variáveis haveriam de se articular em um modelo único de subjetividade, a subjetividade referencial capitalística, como vimos acima?

Pensemos com Guattari em termos de “vetores de subjetivação” – elementos que disseminam “germes de produção de subjetividade”, sugerindo a direção, ou direções, em que se vão desenvolver as linhas de subjetivação (Guattari, *idem*). Note-se que vetores de subjetivação trabalham no nível anterior à separação entre sujeito e objeto. Desse modo, não se pode separar, por exemplo, o leitor do texto que lê, o observador da imagem que observa, o ouvinte da música ou história que ouve, pois ambos são arrastados pelo mesmo movimento de constituição.

É verdade que Guattari distingue duas tendências de produção de subjetividade simultaneamente presentes em nossa época: uma heterogenética, que aposta na variação, favorecendo as singularidades e outra homogeneizante, redutora dos universos de possíveis. Somente através de uma tomada de poder é que certos territórios existenciais são ativados em detrimento de outros: reduzindo-se as variáveis a uma constante. Relacionando-se todas as coisas a uma significância central, de modo a não deixar nenhum espaço para medrar o mistério, a dúvida e o insignificante.

Essa é a tarefa da redundância: aprisionar os sentidos. Tentar deter ou dirigir as variações, pois elas são perigosas: interferem na substância das coisas. O agenciamento capitalístico, após a desterritorialização inicial dos elementos, reata-os à significância central do valor do capital e apresenta como constante esta variável, que atrai sobre si as demais. Impor a subjetividade capitalística como modelo dominante é uma necessidade vital do capitalismo que não prescinde da expansão para se reproduzir. O objetivo é sempre o mesmo: ampliar mercado, vender mais, ter mais lucro; é apenas isso; mas isso é a própria tomada de poder.

O conjunto de enunciação da grande mídia, ao difundir vetores de subjetivação capitalística, engrossa com seu coro o agenciamento do capital de tal forma que ele passa a parecer o único possível. O fundo de consistência sobre o qual se apóia a maior parte da informação circulante é o das relações capitalísticas. Eis uma das funções que a grande mídia cumpre: construir e organizar o mundo dentro de um sistema apreensível, fornecer coordenadas de entendimento, facilitar uma ordenação dos fluxos numa narrativa que, embora fragmentária, se amarra cada vez mais fortemente ao nó central, formando uma rede de malhas finas de onde a fuga é difícil (mas não impossível) e pode ser parcial, momentânea, para em seguida recair na captura.

As delimitações não são assim tão precisas, há certamente rupturas e conexões transversais entre máquinas de expressão, universos referenciais e territórios existenciais; não é propriamente o meio ou o estilo que determina a produção deste ou daquele estado, mas o que Deleuze, numa comparação entre TV e cinema, cha-

mou de função: enquanto a TV estaria colada a uma “função social”, fascinada pela perfeição técnica, o cinema estaria na “função estético-poética” onde há espaço para experimentação e invenção (Deleuze, 1992). Ou seja: não é o bastante constatar a heterogeneidade dos elementos em ação, é necessário fazer com que ela funcione (heterogênesse). Uma certa prática é que faz com que os componentes tomem sua própria consistência, desenvolvam suas virtualidades.

As afirmações quanto aos poderes do jornalismo parecem oscilar entre a onipotência – é o 4º poder, o que não está na mídia não existe, ela ergue e destrói mitos –, e a impotência: a mídia não inventa nada, apenas acompanha tendências, o jornalismo retrata somente a realidade. Como fugir a esses dois pólos? Nem uma coisa, nem outra. O jornalismo, e os meios de comunicação como um todo, estão inseridos num agenciamento maior, no qual, entretanto exercem um papel importante: como atratores, repetidores e aceleradores de fluxos de desejo.

Já Guattari apontava:

O capitalismo pós-industrial que, de minha parte, prefiro qualificar como Capitalismo Mundial Integrado (CMI) tende, cada vez mais, a descentrar seus focos de poder das estruturas de produção de bens e serviços para as estruturas produtoras de signos, de sintaxe e de subjetividade, por intermédio, especialmente, do controle que exerce sobre a mídia, a publicidade, as sondagens etc. (1993: 31).

Foucault ajuda-nos a pensar esse deslocamento dos mecanismos de controle: as relações entre formas de poder e formas de saber são centrais às suas análises. Formas de poder fazem germinar e florescer formas de saber que lhes servem de suporte. Mas não se trata de um poder que emane de um foco central. O poder é, em Foucault, entendido como a correlação entre forças presentes, múltiplas, locais, internas que percorrem a sociedade – famílias, grupos, instituições, aparelhos de produção – e se ligam por uma linha de força geral que as atravessa, formando uma estratégia ampla e anônima.

Certa ocultação de mecanismos faz parte do funcionamento das relações de poder. O segredo lhes é mesmo vital e isso explica, segundo Foucault, a preponderância, nas análises de poder, de um modelo jurídico, baseado no esquema legislação-interdição-obediência. Pois esta é a forma sob a qual se torna tolerável. Mas o poder, propõe Foucault, é mais criativo, mais sutil, mais produtivo. A face da justiça seria apenas a máscara mais aceitável sob a qual se apresentam as relações de poder – que se limitem os espaços, que se regulem os limites, que se intermediem os interesses, que se faça a justiça. O segredo que não se revela, porém, é que o novo embate de forças se dá no domínio da técnica, do controle, fora dos aparelhos de Estado, embora também dentro deles. O saber, por sua vez, se articula com o poder

nos discursos de um modo que é melhor compreendido através da seguinte pergunta: quais enunciados se aceitam como verdadeiros? (Foucault, 1979 e 1988).

É preciso admitir um jogo complexo e instável em que o discurso pode ser, ao mesmo tempo, instrumento e efeito de poder, e também obstáculo, escora, ponto de resistência e ponto de partida de uma estratégia oposta. O discurso veicula e produz poder; reforça-o mas também o mina, expõe, delimita e permite barrá-lo (Foucault, 1988).

Discursos múltiplos e descontínuos se encaixam de diferentes modos em estratégias de poder diferentes, das quais fazem parte não só o que se diz, segmentos de discursos, mas também o que se cala, as zonas de silêncio. O problema seria descobrir quais são as relações de poder presentes dentro de um tipo historicamente localizado de discurso – “em tal forma de extorsão de verdade que aparece historicamente” (idem).

“*Ce sont des machines à faire voir et à faire parler*”, aponta Deleuze (1989) em *Qu’est-ce qu’un Dispositif?* Máquinas de dar a ver e fazer falar. Trata-se não de uma luz que se lança sobre todas as coisas revelando-as, mas de um “regime de iluminação”, que produz as próprias figuras, o visível e o invisível, como parte de si. Regime, reger, regência. Mas também, um regime é a maneira como se produzem certos movimentos e fenômenos – meteorológicos, hidráulicos – um conjunto de variações na forma de escoamento de um líquido. Estamos então diante de um regime de enunciação, um certo modo de formação, escoamento, distribuição de enunciados: como nuvens no céu, como se forma uma tempestade.

Talvez possa acontecer, em quaisquer dos meios, que um elemento se desprenda produzindo atrito, estranheza, singularidade embora não seja o que presenciamos com mais frequência. O efeito de repetição e redundância, resultante da coexistência de todos os meios de comunicação, uma tremenda balbúrdia, congestionada o espaço e tende a sufocar as pequenas vozes que se poderiam infiltrar nesse ambiente e abrir uma linha de fuga, estabelecer uma ponte para universos e territórios distantes, inusitados. Seria necessário para isso que se fizesse um pouquinho de silêncio; um pequeno silêncio a partir de onde algo se poderia fazer ouvir.

Patrícia Burrowes
Professora da PUC-Rio

Nota

1. Este artigo se origina da tese de doutorado *Le Monde diplomatique: um jornal para pensar* (ECO/UFRJ-2002), desenvolvida com bolsas no país e sanduíche da CAPES.

Referências bibliográficas

- BAKHTINE, M. *Le Marxisme et la philosophie du langage*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1977.
- BOURDIEU, P. *Raisons pratiques, sur la théorie de l'action*. Paris: Ed. Seuil, 1994.(a)
- _____. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BURROWES, P. *Le Monde diplomatique: um jornal para pensar*. Tese de doutorado. Escola de Comunicação, UFRJ, 2002.
- CEBRIÁN, J. I. *La red*. Buenos Aires, Ed. Taurus, 1998.
- DELEUZE, G. *Conversações*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- _____. e GUATTARI. *Mil Platôs, capitalismo e esquizofrenia*, v. 1 e 2. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.
- FOUCAULT, M. Verdade e Poder. In: *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Ed. Graal, 1979.
- _____. *História da sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Ed. Graal, 1988.
- GRUPO DE MÍDIA. *MídiaDados 2004*. Disponível em: www.gm.org.br. (Acessado em agosto de 2006.)
- GUATTARI, F. *Caosmose*. Um novo paradigma estético. São Paulo: Ed. 34, 1992.
- _____. *As três ecologias*. Campinas: Ed. Papirus, 1993.
- GUATTARI, F e ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1986.
- LATTMAN-WELTMAN, F. Imprensa carioca nos anos 50: os “anos dourados”. In: Alves de Abreu, Alzira (org.) *A imprensa em transição*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2001.
- RAMONET, I. *A tirania da comunicação*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.
- SODRÉ, N. W. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

Resumo

Desenvolvimentos da tecnologia nas últimas décadas criaram condições para que os meios de comunicação assumissem dimensões e penetração impressionantes. A concentração dos veículos em grandes grupos industriais, que dependem do lucro para se manter, embute uma tendência à homogeneização dos conteúdos difundidos. Também o jornalismo perde sua autonomia quando se vê atrelado à lógica do grande capital e acaba participando da difusão do agenciamento dominante de hoje: baseado na conexão entre velocidade de circulação, consumo e lucro. Apoiamo-nos nas teorias de campo social de Bourdieu, do discurso indireto de Bakhtine e de produção de subjetividade, de Deleuze e Guattari para iluminar o funcionamento dos meios de comunicação na sociedade brasileira.

Palavras-chave

Jornalismo; Subjetividade; Agenciamento coletivo.

Abstract

Technological developments in the last decades allowed the media to achieve huge dimensions and an impressive degree of penetration. The concentration of communication means in industrial groups that rely on profits to survive brings with it a tendency of homogenization of contents. Journalism also loses its autonomy when it finds itself attached to the reason of Capital and ends up by taking part in today's dominant arrangement, based on the connection between fast circulation, consumerism and profit. Based on Bourdieu's theory of social fields, Bakhtine's writings on indirect speech and Deleuze & Guattari's ideas of production of subjectivity, this paper tries to bring to light the functioning of means of communications in Brazilian society.

Key-words

Journalism; Subjectivity; Collective Arrangement.