

OS REFLEXOS DA MÍDIA NA SUBJETIVIDADE DO HOMEM CONTEMPORÂNEO

Rauster Ribas da Silva
Vagner Vainer T. Braz
Vladimir Gomes Silva*

RESUMO: O objetivo deste trabalho é analisar de maneira crítica o modo como a mídia influencia na constituição do sujeito. A pesquisa é feita a partir de leituras que problematizam a temática, tendo como foco principal a uniformização da consciência coletiva através da mídia. Busca-se com este trabalho pensar no sujeito contemporâneo que acompanhando o processo de urbanização, de massificação dos corpos nas cidades, também coletivizou a sua subjetividade, e o principal aparelho para uniformizar a mente deste homem passam a ser a mídia, com advento da revolução tecnológica. A pesquisa busca lançar luzes sobre os meios pelos quais as ideologias vão constituindo silenciosamente o sujeito através da mídia, e procura também, problematizar o modo como a mídia tenta curar em um divã coletivo, as patologias que diferem de sujeito para sujeito. Os resultados alcançados na pesquisa não foram de cunho pragmático, não há um apontamento de direções, mas apenas levantamentos de algumas questões para reflexão sobre alguns “perigos” aos quais os indivíduos ficam expostos ao ter sua formação enquanto sujeito influenciado pela mídia.

PALAVRAS-CHAVE: Sujeito, Coletividade, Subjetividade, produção.

ABSTRACT: The aim of this paper is to analyze critically how the media influences the constitution of the subject. The search is made from readings that problematize the issue, focusing mainly on the uniformity of the collective consciousness through the media. We seek to work with this contemporary thinking on the subject following the process of urbanization, the mass of bodies in the cities, also collectivized their subjectivity, and the main unit to standardize the mind of this man become the media, with the advent of technological

* Rauster Ribas da Silva (letras10224@gmail.com), Vagner Vainer T. Braz (vagnert11@gmail.com) e Vladimir Gomes Silva (vlady_119@hotmail.com), graduandos do curso de Licenciatura Plena em Letras na Universidade do Estado de Mato – UNEMAT, *Campus* Universitário de Pontes e Lacerda-MT.

revolution . The research seeks to shed light on the ways in which ideologies will silently constitute the subject through the media, and demand also to discuss how the media tries to heal on a couch collective pathologies that differ from subject to subject. The results achieved in the research were pragmatic slant, there is a note of directions, but only surveys some questions for reflection on some "dangers" to which individuals are exposed to have his training as a subject influenced by the media.

KEYWORDS: Subject, Collectivity, Subjectivity, production.

Este estudo se inscreve no campo da Psicologia e tem por objetivo detectar alguns dos fatores que concorrem na construção da vida do sujeito na sociedade, mostrando como a mídia se interage com a sociedade em relação à subjetividade do indivíduo. Abordaremos nesse artigo resultados que encontramos em todo decorrer da pesquisa, a respeito das estratégias de interpelações dos sujeitos de distintas camadas sociais, evidenciadas em diferentes objetos da mídia.

Tais resultados apontam para o fato de que estão em grande disputa o processo de comunicação através da mídia, múltiplas e complexas questões relacionadas às formas pelas quais se produzem sentidos e sujeitos na cultura. Assim sendo, os rumos da análise aqui anunciada teve sua origem em nossos interesses pela mídia e estão pautados nas teorias de Macluhan (1964), Kehl (1995), Leite (1995), Sant’Anna (2001) e Fischer (2000).

A história da humanidade é marcada por acontecimentos que diferenciam gerações. Fatos como o Renascimento, o Iluminismo, a Revolução Francesa, a Revolução Industrial, as duas guerras mundiais, etc., certamente sacudiram o espaço e tempo alcançados por eles, corroendo culturas e dando vida a outras. Em todos estes momentos o indivíduo reaprendeu a enxergar o mundo. Novos parâmetros de comportamentos foram estabelecidos para o social e a constituição do sujeito não fugiu à regra silenciosa da ideologia vigente no momento. A revolução tecnológica, especificamente a digital, não fugiu a essa regra, ela também alterou o comportamento humano e passou a ser um canal usado para a constituição do sujeito.

Com todo o progresso tecnológico alcançado pelo homem (especificamente o da mídia nessa discussão), o mundo de fato se tornou uma “Aldeia Global” como previa o filósofo canadense Marshall Macluhan, e nessa aldeia o social começa a ter a sua subjetividade uniformizada, de maneira

que o corpo, o comportamento, a sexualidade, a ideologia passam a ser apenas um para todos. O que se percebe é a escravização da consciência coletiva, ditando regras, padrões, tendências, comportamentos, terapias, relativizando credos e valores. Isso é feito como lei para um todo sem levar em conta a subjetividade de cada indivíduo, desconsiderando as limitações psíquicas de cada um. A liberdade de existir e pensar como um sujeito independente se torna cada vez mais pálida na sociedade hodierna.

A maneira que o sujeito reage a essa força esmagadora vinda de fora influenciará a saúde interior e o posicionamento deste indivíduo em relação ao meio em que está inserido. O Papa Pio XII já se preocupava com o futuro da humanidade pensando em como ela reagiria a esse contingente de informações. Dizia ele, em 17 de fevereiro de 1950 (apud MACLUHAN (1964)), que “não é um exagero dizer-se que o futuro da sociedade moderna, bem como da estabilidade de sua vida interior, dependem em grande parte da manutenção de um equilíbrio entre a força das técnicas de comunicação e a capacidade de reação do indivíduo” (MACLUHAN, 1964, p. 36).

Basicamente o motivo das preocupações de Fisher e do Papa Pio XII, seria a capacidade de pensar, refletir, questionar e se posicionar diante dessa força das técnicas de comunicação, que consequentemente corrobora para a constituição do sujeito. Interditando o pensamento do homem, tira dele a percepção de si mesmo e do outro, de tal modo que ele não consegue refletir sobre a formação social a qual vem sendo submetido, pois isso seria experimentar o pensamento diferente deixando-o com a irritante sensação de estar descontextualizado de sua realidade, mal vestido psicologicamente. Todavia, essa submissão da consciência não tira do sujeito a necessidade de existir fora do coletivo, dono de suas próprias emoções, impulsos, percepções, gerando um vazio existencial e ao mesmo tempo doenças psicológicas (patologias típicas do homem contemporâneo), que irão se projetar em inúmeras maneiras de emancipar a sua subjetividade. Esse sujeito que só pensa a partir do coletivo passa a buscar uma alma fora de si para si. Segundo Fischer (2000, p. 110), seria “uma prótese de alma para uma subjetividade amputada”.

Conforme Macluhan (1964), a TV é definida da seguinte forma:

O efeito da TV, a mais recente e espetacular extensão elétrica de nosso sistema nervoso central, ainda não se deixa apreender em toda a sua profundidade por razões variadas. Como ela afeta a totalidade de nossas vidas — pessoal, social e política — seria utópico tentar uma apresentação “sistemática”, ou visual, de sua influência. É mais praticável “apresentar” a TV como uma gestalt complexa de dados colhidos quase que ao acaso. (MCLUHAN, 1964, p. 356)

McLuhan (1964), não tem como objetivo tratar das questões ideológicas que giram ao redor da temática da mídia, seu propósito é mostrar a extensão do corpo nas várias invenções humanas e a nova maneira de se perceber e sentir o mundo por meio destas extensões que pode ser tanto a TV quanto uma peça de roupa. Todavia, podemos extrair de seu discurso as implicações dessa extensão elétrica, que como ele mesmo diz “afeta a totalidade de nossas vidas – pessoal, social e política” (MCLUHAN, 1964, p. 356). Inerente ao recorte feito pelo Filósofo está a maneira como se dá a constituição do sujeito através da mídia.

Novos valores passam a sobrescrever os antigos, paradigmas são quebrados. Porém, até onde isso é possível sem o caos social? Se valores antigos são substituídos por outros, certamente não teremos este problema! Todavia aí está a falha do processo, pois acontece uma desconstrução de alicerces milenares, no entanto não há novos para substituí-los, e quando há, são frágeis e instantâneos como quase tudo nos dias de hoje. Segundo Fischer (2000):

(...) valores sólidos e estáveis (dados antes pela religião, pelas tradições culturais) são hoje substituídos por ideais de liberdade e igualdade sem referências estáveis, o que provocaria um estado de insegurança. Deixam de existir os limites, as impossibilidades, aquilo que orienta o desejo. (...) a regra é a alteração diária da regra; a regra é a ausência de história; a regra é o presente em estado permanente (...). (FISCHER, 2000, p. 112 a 113)

Segundo, Macluhan (1964):

Durante séculos, o fracasso da Humanidade a esse respeito tem sido característico e total. A aceitação dócil e subliminar do impacto causado pelos meios transformou-os em prisões sem muros para seus usuários. Como observou A. J. Liebling em seu livro *The Press* (“A Imprensa”), um homem não consegue ser livre se não consegue enxergar para onde vai, ainda que tenha um revólver para ajudá-lo. Todo meio ou veículo de comunicação também é uma arma poderosa para abater outros meios e veículos e outros grupos. Resulta daí que os tempos que correm se têm caracterizado por numerosas guerras civis, que não se limitam ao mundo da arte e do entretenimento. Em *War and Human Progress* (“A Guerra e o Progresso Humano”), o Prof. J. U. Nef declara: “As guerras totais de nosso tempo têm resultado de uma série de erros intelectuais...” (MACLUHAN, 1964, p. 36)

Esse condicionamento subliminar nos remete ao que Freud chamou de “Inconsciente”, pois é nele que estão os muros que parecem não existir para o consciente. Como o próprio McLuhan diz: “a aceitação dócil e subliminar do impacto causado pelos meios transformou-os em prisões sem muros para seus usuários” (MACLUHAN, 1964, p. 36), o sujeito se torna passivo, e mesmo que pareça tão simples romper com essa passividade na prática não é tão simples, pois no inconsciente desse sujeito a inúmeras correntes que o prende.

A pergunta que fica é onde este homem está curando as suas doenças psicológicas. Pois uma das marcas do homem contemporâneo é a solidão em meio a tantas pessoas. A vida urbana aglomera pessoas, mas ao mesmo tempo as separa, um sistema fordista se instala nas relações tirando do eu o contato com o outro, deixando a eles apenas a sensação de corpo presente. O que se nota é uma cura coletiva das patologias sociais, pois a mesma mídia que produz um sujeito uniforme, dá a ele uma cura uniforme.

Em rede pública, um só viciado em drogas se torna o protótipo dos milhares que existem no país. O trauma de um garoto vítima de abuso sexual é tratado diante das várias vítimas que leem um jornal, ou assistem a um programa de televisão, ou leem um site na internet. A sexualidade do adolescente é decidida nas novelas diante dos milhões de adolescentes que assistem. E nesse processo cada um se encontra na pluralidade dos eus presentes nessa rede formadora de opinião, segundo Fischer (2000), como:

(...) a solidão e a privacidade de cada um, em sua casa, tornada pública nas imagens de tantos eus que se multiplicam nas telas da TV, nas páginas dos jornais, nas fotos de revistas. Cuidar de si é um tema que ultrapassa o espaço restrito das salas de aconselhamento psicopedagógico, por exemplo, ou o recolhimento à média luz do consultório do psicólogo ou do psicanalista, ou mesmo a rotina do cotidiano familiar (FISCHER, 2000, p. 111).

O problema desse divã público é que nele não são consideradas as particularidades de cada um. As confissões íntimas do eu que está sozinho em casa não são confessadas a ninguém, e ele vai reprimindo e somando traumas de tal modo que em algum momento ele passa a ter sintomas no próprio corpo. Um só psicólogo para milhares de pessoas uniformes no social, mas únicas enquanto pessoas. Os resultados são comportamentos estranhos e uma sociedade que cada vez mais não sabe discernir a si mesma.

Os meios de comunicação que nos envolvem é simplesmente um modo de atrair as

peças para interesses comerciais, ou muitas vezes para ensinar o público como agir em determinadas situações, por exemplo, como os pais devem educar seus filhos, como se por diante de uma situação perigosa; em outras palavras podemos dizer que o público é guiado pela mídia, principalmente a televisão.

A televisão, principalmente, pelo uso de imagens produz significações, enfim saberes de que alguma forma se dirigem à educação das pessoas, isto é, ensinar as pessoas de como ser e estar dentro da cultura em que vivem. Nossa intenção neste trabalho é abordar como estão em jogo no processo de comunicação por meio da TV, questões relacionadas às formas de como produz o sujeito na cultura.

Verificamos que, ao mesmo tempo em que o sujeito está sempre, de alguma forma, submetido às relações de controles e dependência, está também imerso a inúmeras práticas nos diferentes espaços institucionais, o sujeito também tem um olhar para si mesmo, ou seja, de como conhecer a si próprio, ao modo como se constroem verdades a partir de suas próprias experiências de vida, mas devemos levar em conta qual é a cultura que o indivíduo está inserido, pois é a cultura que forma os cidadãos.

Tal possibilidade nos permite dizer que os processos de subjetivação são sempre históricos, e que, portanto, devem ser vistos em sua ampla diversidade, nos modos de existências que produzem, conforme a época e o tipo de formação social que estejam sendo considerados.

Retomando novamente o conceito da mídia a partir desta explicação especificada sobre sujeito e subjetivação, podemos dizer que o trabalho educativo, e a própria análise da mídia em relação à educação e aos processos de subjetivação que são implicados; em tal percepção podemos afirmar que sempre o sujeito está por se fazer. Tentaremos destacar que a mídia é um veículo de informações que está sempre em movimento e que para uma ampla continuidade existem resultados que o público oferece de maneira ingênua.

Segundo a psicanalista Maria Rita Kehl (Apud FISCHER 2000):

O que está interdito é o pensamento, já que nossa cultura estaria privilegiando, através da vivência cotidiana com as pessoas os meios de

comunicação- basicamente com a TV, mas que se estende também a outros setores da vida – um modo de ser e estar no mundo que nega a contradição, em que quase sempre não nos permitimos experimentar o pensamento diferente daquele que é hegemônico, em que não se identifica ou valoriza a temporalidade, em que praticamente “tudo é possível” ou “tudo vale”, em que impera a lei do gozo, sem que se vivencie a falta. (Fischer, 2000, 110)

Consideremos aqui todos os modos de se fazer sentido para si mesmo a partir da TV: na TV, intermitentemente confessam-se erros, confessam-se intimidades, desejos, mínimos detalhes de nossa sexualidade. Da mesma forma, é nesse lugar midiático que somos convidados a expor nossas culpas, e receber lições de moral, exemplos de vida sobre o vivido, em que muitas vezes aprendemos a refletir sobre um determinado fato ou a avaliar, autodecifrar, interpretar e transformar a si mesmos.

Desse modo, a mídia dita normas, nos diz qual corpo devemos ter e viver no mundo do sexo. Segundo Fischer (2000), o objetivo ou caracterização da mídia nos contextos contemporâneos é: “o paraíso dos corpos e do sexo”. O paraíso dos corpos e do sexo é demonstrado pela mídia como alvo, pois eles se tornaram o lugar por excelência de nossa identidade pessoal. Com isso, a mídia fala permanentemente do corpo bonito, ou seja, a mídia tem um grande elemento de responsabilidade nessa deformidade dos conceitos de corpo belo e corpo não belo, como nos programas de televisão ou mídia em geral, que mostram (divulgam) homens e mulheres com seus corpos “perfeitos” em exibição.

Esses meios de comunicação só ajudam a reforçar o narcisismo contemporâneo e a sociedade capitalista, onde tudo está à venda, basta apetecer e poder. Com isso Leite (1995), descreve em seu texto o efeito do narcisismo, como:

O único valor coerente que essa cultura apresenta é o narcisismo. Vivemos voltados para dentro, à procura de mundos interiores (ou mesmo vidas interiores). O esoterismo não acaba nunca – só muda de papa a cada Bienal do livro -, assim como os cursos de autoconhecimento, auto-realização e, espacialização, autopromoção. O narcisismo explica nossa ânsia pela fama e pela posição social (LEITE, 1995, p. 79).

O resultado desse sistema de idéias narcisista é a banalização do corpo na contemporaneidade. Isso requer de nós uma grande responsabilidade, pois somos facilmente assediados por essa pluralidade de convites, com meios para se chegar ao corpo “perfeito”. As altas modas chegam e vão, e acabamos nos tornando fantoches nas mãos das grandes empresas divulgadas pela mídia nesse mundo capitalista, essas empresas de corte e costura que usam a mídia para fazerem suas propagandas, disseminando estilos de vestes de vários modos, no entanto com um único estereótipo de corpo para uso.

Os chamados ‘corpos belos’ ficam nos mostruários dos meios de comunicação social, e acabam por interferir no modo dos indivíduos perceberem seu próprio corpo, assim distorcendo as idéias de amor por si próprio, e acabam se tornando narcisistas exagerados. Assim sendo, o corpo é descrito por Sant’Anna (2001, p. 108), da seguinte forma: “Durante séculos o corpo foi considerado o espelho da alma. Agora ele é chamado a ocupar o seu lugar (...)”.

A mídia é sensacionalista, como se pode perceber pela ampla valorização da aparência atlética que algumas revistas fornecem ao seu público (eu e você), na maior parte das vezes voltadas para as mulheres. Por exemplo, a revista Capricho, por princípio perpetra comparações entre pessoas com relação à aparência física, na diferença dos cuidados que cada pessoa tem com seu corpo. Conseqüentemente, faz com que os indivíduos acreditem que uma pessoa é mais perfeita do que as demais.

Podemos perceber ainda que nas edições da revista Capricho, as imagens/figuras são sempre de jovens, magras e “belas”, e não imagens de jovens e gordas, “feias”. Interessante é pensarmos que no passado, a beleza era vista por outro prisma. A mulher um pouco mais “gorda” era considerada bela. Isso pode ser visto na maneira com que os mais famosos pintores retratavam as mulheres mais “gordas”. Magreza era sinônimo de uma mulher não muito saudável. Todavia nos dias hodiernos ser bela é ser magra e sexy.

Por tudo o que foi exposto neste estudo, fica claro que a mídia é constituída de relações de sentido entre um sujeito ou vários sujeitos, da sociedade. Mídia é o ato que deve estar associado para que tenhamos uma vida social comunicativa.

Notamos que o ser humano de um modo ou de outro está interagindo-se com a mídia, ou

as pessoas usam a mídia para atrair as pessoas afim de alguns interesses comerciais, e tem aquelas pessoas que se deixam enganar pela mídia, em outras palavras, dizemos que as pessoas são atraídas pela mídia num modo geral. A mídia altera a quantidade e a qualidade de um determinado produto, somente para enganar o sujeito. Entretanto, o pior não é a mídia enganar o público, mas, sim, o público ser enganado o tempo todo e nunca acordar para ter outra visão crítica para protestar contra essa violência, que, por sua vez, podemos chamar de “violência simbólica”.

Talvez o homem nunca tenha tido uma formação social da mente que neutralizasse tanto a sua subjetividade. A mídia se tornou o canal por onde toda a aldeia da raça humana pode ser submetida a novas ideologias sem sair de casa. Conforme Gutierrez (1978):

O homem do século XX é diferente dos homens de outras épocas mesmo quando, essencialmente, continua sendo o mesmo. Este novo 'habitat' proporciona ao homem uma rede extraordinariamente densa de estímulos, condicionamentos e provocações sensoriais. O homem muda porque tudo muda ao seu redor. Criou-se e continuamos criando um meio (habitat) muito distinto. A civilização moderna, com seus meios técnicos de transporte (trens, automóveis, aviões), seus meios de comunicação (imprensa, rádio, cinema, TV), enfim, com seus meios mecânicos e até eletrônicos de interrelação, está oferecendo ao homem novas formas de perceber, de intuir, sentir e pensar. (GUTIERREZ, 1978, p. 24)

Todos os problemas do indivíduo são tratados de maneira coletiva, impondo a esse indivíduo a sensação de estar entre milhares, mas, ao mesmo tempo, sozinho consigo mesmo. Questões complexas como sexo, beleza foram submetidas a uma tirania que não respeita a individualidade e os limites psicológicos e orgânicos do sujeito. O que precisamos pensar é se essa uniformização da raça não acarretará problemas psicológicos dos mais plurais possíveis, já que uma cultura em alguns casos milenares precede essa nova imposição que chega pela mídia. Talvez hoje seja inseparável mídia e sujeito, mas certamente poderemos pensar em meios para que esse sujeito saiba os limites que há entre sua subjetividade e a subjetividade da massa pregada pela mídia.

Referências Bibliográficas:

BARBEIRO, Jesus Martin. *Dos Meios às Mediações, Comunicação e Hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

FIGUEIRA, Márcia Luíza e GOELLNER, Silvana Vilodre. “A Promoção do Estilo Atlético na Revista Capricho e a Produção de uma Representação de Corpo Adolescente Feminino Contemporâneo”. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 26, n. 2, p. 87-99, 2005.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. “Mídia e Produção do Sujeito: O Privado em Praça Pública”. In: Fonseca, Tania Mara Galli e Francisco, Deise Juliana. *Formas de ser e Habitar a Contemporaneidade*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2000.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade I: A Vontade de Saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1990.

GUZZO, Marina. “Riscos e Desejos de um Corpo Arquitetado”. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 2005.

GUTIERREZ, Francisco. *Linguagem Total: Uma Pedagogia dos Meios de Comunicação*. São Paulo: Summus, 1978.

KEHL, Maria Rita. “O Imaginário e o Pensamento”. In: _____. *Sujeito, o Lado Oculto do Receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

LEITE, Paulo Moreira. “O Império da Vaidade”. *Veja*, agosto. 1995.

MACLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

MELO, Janete Gonçalves da Silva. “Culto do Corpo & Cultura da Televisão”. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. Acesso em: 18 de maio de 2011.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. *Corpos de Passagem: Ensaio Sobre a Subjetividade Contemporânea*. São Paulo, SP: Estação Liberdade, 2001.

SOARES, Ismar de Oliveira, e IRACI, Maria. *O Jovem e a Comunicação*. São Paulo: Loyola, 1992.