

Mídia e controle: implicações para a subjetividade contemporânea

PAULO ROBERTO DE CARVALHO*

Resumo: Analisando a contemporaneidade capitalística, Deleuze entrevê a emergência histórica das sociedades de controle que poderiam ser chamadas também de sociedades de comunicação. Uma característica dos meios de comunicação abordada é a preponderância do *marketing* na elaboração da programação televisiva e sua função: vinculação do desejo ao consumo. Outro aspecto abordado é a naturalização de determinados procedimentos como a premiação por rendimento em programas de auditório, aparentemente inocentes que cria condições para adoção dos regimes de remuneração variável nos ambientes de trabalho. A competição e o consumo, elementos estratégicos da ordem capitalista são então veiculados sistematicamente no controle pela via da comunicação. Seguindo as linhas do dispositivo de controle, Deleuze assinala o ponto de contato entre a mídia e as práticas da psicologia e da psicanálise, avaliando que estas disciplinas estão se expandindo à medida que se inscrevem no dispositivo como agentes de uma normalização preventiva.

Palavras-chave: mídia; controle; normalização.

Media and control: implications for contemporary subjectivity

Abstract: Analyzing the contemporary capitalística, Deleuze marks historical emergence of societies control that could be also called communication companies. A feature of the media addressed is the preponderance of marketing in the development of television programming and its function: binding of desire for consumption. Another aspect discussed is the naturalization of certain procedures such as the award for performance in programs of auditorium, seemingly innocent that creates conditions for adoption of variable remuneration schemes in work environments. The competition and consumption, strategic elements of the capitalist order is then conveyed via the control systematically the communication. Following the lines of control device, Deleuze marks the point of contact between the media and the practice of psychology and psychoanalysis, evaluating these disciplines are expanding as falling within the device as agents of a preventive standards.

Key words: media; control; normalization.



* **PAULO ROBERTO DE CARVALHO** é Docente do Departamento de Psicologia Social e Institucional da Universidade Estadual de Londrina. Mestre em Psicologia Social e Doutor em Psicologia Clínica pela PUC/SP.



A sociedade de controle, expressão presente nas obras dos últimos anos de vida de Gilles Deleuze, ganha relevância como um diagnóstico político da contemporaneidade

capitalística. As referências sobre ela distribuem-se em livros como “Diálogos” (1988) e “Conversações” (1992) acompanhadas, como veremos, das referências à obra de Michel

Foucault. Mas, o que seria a sociedade de controle? Se utilizarmos a proximidade entre Deleuze e Foucault, é possível caracterizá-la como um regime de poder em vias de implantação e cujos indícios Deleuze assinala ao analisar o cotidiano da contemporaneidade. Um domínio em particular ganha destaque como uma espécie de emblema da atualidade ao mesmo tempo em que se vincula à sociedade de controle: a presença maciça dos meios de comunicação, o que também chamou a atenção de Deleuze. Para ambos os autores, a problemática do impacto dos poderes midiáticos se inscreve num movimento mais amplo, em direção a uma análise das transformações em curso na contemporaneidade. Para Deleuze, o que está em perspectiva na obra foucaultiana é “a formação do novo, a emergência ou o que Foucault chamou de ‘a atualidade’” (DELEUZE, 1992, p. 109). Trata-se, então, de uma atenção dirigida para o emergente histórico, para aquilo que está em vias de se constituir enquanto atualidade. De modo particular, Deleuze assinala a existência, em Foucault, de uma ênfase nos processos de subjetivação que estão em curso, a partir dos quais se dá a constituição dos sujeitos. “Foucault era fascinado pelos movimentos de subjetivação que se delineiam hoje em nossas sociedades: quais são os processos modernos que estão em vias de produzir subjetividade?” (Idem, p. 189).

Em certo momento, as referências de Deleuze a Foucault colocam em destaque um acontecimento que marca decisivamente o contemporâneo e cujos efeitos se fazem sentir na vida de todos nós. Tal acontecimento pode ser caracterizado como uma mudança no regime de poder vigente, uma mudança que pode não estar sendo reconhecida em suas múltiplas implicações. Deleuze

observa: “São as *sociedades de controle* que estão substituindo as sociedades disciplinares. ‘Controle’ é o nome que Burroughs propõe para designar o novo monstro, e que Foucault reconhece como nosso futuro próximo” (Idem, p. 220).

Com a chegada ao período atual, da contemporaneidade capitalista, no entanto, o que se observa é que todo circuito institucional dá sinais de inadequação. Multiplicam-se os indicadores de disfuncionamento nos diferentes contextos institucionais, o que leva Deleuze a sugerir que está em curso uma “agonia” (Idem, *Ibidem*) institucional, delineando-se nas sociedades atuais. Deleuze considera, no entanto, que é possível “compreender melhor o que se entende por crise nas instituições, isto é, a implantação progressiva e dispersa de um novo regime de dominação” (Idem, p. 225).

A sociedade de controle, ou ainda o novo regime de poder, é então o acontecimento no qual estamos imersos, às voltas com os modos de dominação ainda desconhecidos, mas provavelmente muito mais eficientes que os anteriores. Não seria a publicidade, veiculada pela mídia, um dos instrumentos destes poderes emergentes? É necessário, também, ampliar este questionamento: que posição ocupa a mídia no contexto de uma sociedade de controle? As observações de Deleuze nos permitem considerar que os meios de comunicação têm um papel estratégico nas formas de controle que estão se consolidando hoje. No limite, o autor propõe duas denominações possíveis para o atual estágio das sociedades capitalistas: “sociedades de controle ou de comunicação” (Idem, p. 217). E deriva daí, desta proximidade entre

comunicação e controle, a possibilidade de se engendrar formas de resistência, de se contrapor aos poderes emergentes e à sua pretensão de gerir a vida dos indivíduos: “O importante talvez venha a ser criar vacúolos de não-comunicação, interruptores, para escapar ao controle” (Idem, Ibidem). Fica evidente nesta colocação que, por mais que os procedimentos de controle busquem administrar toda a existência, resistir a eles é efetivamente possível. Assim, os poderes que ora incidem sobre as sociedades são muito eficientes mas nem por isso podem ser caracterizados como absolutos, ou seja, em uma trajetória de ascensão irreversível. É o que considera também Felix Guattari, ao assinalar que “o problema da escalada de poder com o auxílio da mídia não é um fenômeno linear” (GUATTARI; ROLNIK, 1993, p. 104).

De qualquer modo, os efeitos do controle midiático começam a se tornar evidentes nos diferentes contextos da vida cotidiana. A organização do trabalho é, sem dúvida, um dos alvos de sua intervenção. Como todo dispositivo de poder, o controle se orienta em direção a uma exploração máxima do trabalho que se traduz numa rentabilidade crescente. Na empresa moderna, por exemplo, pode significar a adoção do princípio da remuneração variável que altera o valor recebido pelo trabalhador de acordo com a produtividade individual, criando um sistema de premiação como forma de fazê-lo trabalhar sempre mais. No entanto, há a necessidade de se naturalizar esta nova situação e é aí que a mídia televisiva intervém, introduzindo na sua programação situações similares àquela vivida nas relações de trabalho. Assim, nos programas de auditório, os sujeitos são premiados de acordo com suas

performances e isso contribui para a naturalização e também para a aceitação passiva deste procedimento de controle. Nas palavras de Deleuze:

Sem dúvida, a fábrica já conhecia o sistema de prêmios, mas a empresa se esforça mais profundamente em impor uma modulação para cada salário num estado de perpétua metaestabilidade, que passa por desafios, concursos e colóquios extremamente cômicos. Se os jogos de televisão mais idiotas têm tanto sucesso é porque exprimem adequadamente a situação da empresa (DELEUZE, 1992, p. 221).

A vida nas sociedades capitalistas segue, então, sendo transformada pelos poderes vigentes, pelo imperativo de uma produção que não reconhece limites. O regime de poder atual, o controle, não se restringe ao tempo e ao espaço dedicados ao trabalho, ou ainda à preparação para o mesmo. O controle se ocupa de toda a existência. É que, para o bom funcionamento da ordem social capitalista, os humanos além de trabalhar têm de consumir. Assim, as operações de promoção das vendas, aquilo que genericamente denominamos *marketing*, são também estratégicas. É importante observar que o *marketing* é uma operação de natureza subjetiva ou psicológica e se caracteriza pela produção de uma subjetividade capitalística que tem como valor a aquisição e posse das mercadorias. Isso implica reconhecer que a sustentação da ordem social capitalista se dá em bases psicossociais. Deleuze não somente reconhece esta situação como chega a assinalar que aqueles que se ocupam do *marketing* são hoje os nossos senhores o que evidencia o quanto estamos submetidos a estes novos poderes.

O marketing é agora o instrumento de controle social, e forma a raça

impudente de nossos senhores. O controle é de curto prazo e de rotação rápida, mas também contínuo e ilimitado, ao passo que a disciplina era de longa duração, infinita e descontínua. O homem não é mais o homem confinado, mas o homem endividado (DELEUZE, 1992, p. 224).

A descrição de um humano endividado, capturado na esfera da produção assim como na do consumo, exprime a abrangência dos novos modos de dominação. As efetuações do poder, no regime de controle, tornam-se visíveis nos diferentes contextos da vida cotidiana. O trabalho, assim como o consumo, inscreve-se numa dinâmica que ocupa todo o tempo de vida do sujeito. Em diferentes momentos a ação estratégica dos meios de comunicação, este instrumental privilegiado da sociedade de controle, pode ser reconhecida. Esta ação por um lado intervêm nos modos de vida dos sujeitos e por outro transforma os conteúdos que veicula, fazendo com que estes se inscrevam na forma-mercadoria. Por isso, Guattari busca realizar uma crítica em diferentes direções, resgatando a complexidade dos processos que se desencadeiam a partir da difusão midiática: “A noção de mídia, enquanto exposição de produtos, como numa espécie de super-mercado, é algo que determina não só as formas de consumo da literatura, da arte, etc., mas também modeliza as formas de produção artística e literária” (GUATTARI; ROLNIK, 1993, p. 113). Esta modelização, por sua vez, cumpre funções associadas ao controle, selecionando cuidadosamente o que será veiculado tendo em vista os interesses de mercado. Assim, “Os sistemas de difusão da produção literária, artística, etc. são sempre concebidos como pertencendo ao domínio de uma

pirâmide de controle e seleção” (Idem, p. 115).

A promoção das vendas, que ocupa uma parcela significativa da programação televisiva intervêm nos processos de subjetivação do conjunto da sociedade produzindo, como efeito, a adoção de um estilo de vida caracterizado pelas operações de mercado: Venda da força de trabalho e compra de bens ou serviços. Se para muitos a vida, de fato, pode ser descrita assim, isso acontece porque os processos de subjetivação em curso na contemporaneidade produzem sujeitos “sob medida” para a ordem social capitalista. É o que Guattari pretende colocar em destaque quando afirma: “A mídia sempre atua através de mediação de processos de subjetivação” (Idem, p. 120).

Nas sociedades contemporâneas, ao que parece, a vida se resume em trabalhar e consumir mercadorias. Não há espaço para qualquer tipo de reflexão ou de pensamento que desvie desses imperativos ou ainda, que faça questionamentos e críticas. Daí porque também a Filosofia acaba sendo deslocada de suas funções e compareça, na contemporaneidade, como algo desnecessário e suprimível. Tal como observa Deleuze,

Hoje é a informática, a comunicação, a promoção comercial que se apropriam dos termos ‘conceito’ e ‘criativo’, e estes ‘conceituadores’ formam uma raça atrevida que exprime o ato de vender como o supremo pensamento capitalista, o cogito da mercadoria. A filosofia sente-se pequena e só diante de tais potências, mas, se chegar a morrer, pelo menos será de rir (DELEUZE, 1992, p. 170).

Os poderes exercidos pela mídia, nas sociedades contemporâneas e de controle, absorvem e neutralizam tudo o

que se contrapõe ao mercado. A filosofia, no entanto, só sobrevive como “um estado clandestino do pensamento, um estado nômade” (Idem, p. 192). Esta clandestinidade, porém, mantém-se em risco permanente. Está sempre em vias de ser cancelada, particularmente pela mídia, que pode requisitá-la para a esfera mercadológica e fazer dela, da filosofia, aquilo que faz com tudo o mais, ou seja, transformá-la em suporte para venda de mercadorias. Deleuze considera mesmo que isto talvez já esteja acontecendo:

Seria preciso um mínimo de controle sobre os meios de expressão. Se não, logo nos vemos na televisão respondendo a perguntas idiotas, ou em vias de ‘discutir um pouco’ num face a face ou num costas contra costas. Então, participar na produção do programa? É difícil, é um ofício, nem mesmo somos nós os clientes da televisão; os verdadeiros clientes são os anunciantes, os famosos liberais. Não seria divertido ver os filósofos serem patrocinados, vê-los com um monte de marcas no blusão, mas, talvez já aconteça (DELEUZE, 1992, p. 192).

Com frequência, ao analisar a contemporaneidade capitalista, destaca-se a onipresença da mídia radiofônica, televisiva e outras. Coube a Deleuze, no entanto, descrever este momento histórico dando visibilidade a novas formas de poder, que não são imediatamente reconhecidas. Tal controle publicitário, cuja função é a produção do desejo inscrito na ordem do consumo. Como todos os modos do exercício do poder, o controle emergente é identificado pelos seus efeitos positivos, pelos modos de vida que produz nas populações sobre as quais ele se exerce. Nada neste processo sugere a repressão. A efetuação se dá antes por incitação ao consumo, uma

incitação eficiente por se apoiar na captura do desejo. Uma questão colocada por Deleuze a partir deste ponto é a presença da psicanálise neste circuito. Que efeitos se produzem sobre a vida das pessoas em função da incitação ao consumo? Quais os impactos sobre a vida das populações são provocados pela veiculação midiática?

A emergência histórica do dispositivo de controle nas sociedades atuais foi marcada por mudanças de diferentes tipos nos modos de exercício do poder. Uma destas alterações, talvez a mais evidente, foi assinalada por Deleuze: o dispositivo de controle efetua-se ao irradiar-se sobre o meio social sem depender, como anteriormente, daquilo que acontece no interior das instituições. Observa-se, assim, uma abertura generalizada dos espaços institucionais e isso também acontece na clínica psicanalítica que, paralelamente ao atendimento em consultório, passa a disseminar-se em diferentes campos de atuação. Como observa Deleuze: “Pois é, entretanto, muita coisa mudou na psicanálise. Ou ela se diluiu, difundiu-se em todas as espécies de técnicas de terapia, de adaptação ou até mesmo de marketing, dando-lhes seu matiz particular em um vasto sincretismo, sua pequena linha na polifonia de grupo. Ou então se endureceu, em um afinamento, um ‘retorno’ à Freud muito altivo, uma harmonia solitária” (DELEUZE, 1998, p. 98).

Trata-se, sem dúvida, de uma mudança profunda uma vez que a psicanálise atravessou todo o século XX com a convicção de que o atendimento clínico em consultório é a única prática efetiva de intervenção. Sua inscrição no *marketing* é emblemática, mas não é a única que ela efetua dentro dos

procedimentos de controle. Deleuze assinala que com a psicanálise “as relações pai e filhos são reguladas por consultas radiofônicas” (Idem, p. 98). Fica evidente, nesse caso, que a psicanálise acompanha toda uma transformação da paisagem referente aos modos de controle. Saem de cena as intervenções entre quatro paredes em proveito de uma efetuação direta massiva e maciça sobre os processos de subjetivação. Trata-se de colocar em funcionamento práticas emergentes de controle a céu aberto, oferecendo parâmetros de saúde e de normalidade. Nesse novo contexto, seria diferente o enfoque dado ao desejo, a desqualificação do mesmo, ora implícita, ora explícita, tal como observa Deleuze? Vejamos. “De qualquer maneira, a psicanálise faz ofertas de serviço. Quando ela interpretava, ou interpreta (busca de um significado), associa os desejos e os enunciados a um estado desviante em relação à ordem estabelecida, em relação às significações dominantes” (Idem, p. 103).

A inserção nas novas práticas de controle tem por efeito acelerar o processo de reconhecimento da psicanálise como mais uma instância legitimadora da ordem social. Uma vez mantido o posicionamento normalizador frente ao desejo, no qual a identificação do mesmo como desvio possibilita justamente mensurar a distância que o desejo guarda em relação aos padrões de normalidade ensaiando, assim, sua recondução à ordem social.

A psicanálise adquire hoje uma penetração em diferentes âmbitos. Conjuntamente com sua inserção na mídia é possível observar a adoção do referencial psicanalítico no contexto da formação profissional. Deleuze observa este processo na formação de uma

categoria profissional que são os trabalhadores sociais. “Acontece que os anos intermináveis de psicanálise dão ‘promoções’ suplementares aos trabalhadores sociais; vê-se a psicanálise penetrar em toda parte no setor social” (Idem, p. 102).

Para além de um complemento na formação “interminável” dos trabalhadores sociais é possível considerar que a psicanálise, nesse contexto, desempenha um papel estratégico dando as garantias de que naquele domínio, bastante sensível do ponto de vista do controle, o desejo não venha imiscuir-se produzindo efeitos imprevisíveis. Enfim, no contexto de uma sociedade de controle, que gradativamente abandona as intervenções entre quatro paredes, a psicanálise conhece uma situação inédita, mas também o desaparecimento do limite temporal de sua intervenção, ou seja, o desaparecimento do contrato que contém uma previsão de término. E se os psicanalistas de hoje não colocam objeção a esse quadro o mesmo não acontecia com Freud, como diz Deleuze: “A psicanálise havia realizado, com efeito, o que causava angústia em Freud no final da sua vida: tornou-se interminável, interminável em direito. Ao mesmo tempo, ela ganhava uma função de ‘massa’” (Idem, p. 100-101).

Assim, ao acompanhar a exposição deleuziana sobre a emergência da sociedade de controle, seguindo os meandros desse dispositivo até seus lineamentos menos visíveis, deparamo-nos com um acontecimento que carecia e carece de uma explicação satisfatória: a extraordinária expansão das práticas profissionais da psicologia e da psicanálise. Não há qualquer dificuldade em analisar ambas num mesmo movimento, uma vez que o próprio Deleuze considera que a

psicanálise se expande em diferentes práticas psicoterapêuticas.

Gilles Deleuze escreveu o prefácio da obra “A Polícia das famílias” de Jacques Donzelot. Trata-se de uma investigação histórica sobre a introdução da psicologia em meio às intervenções voltadas para as populações vulneráveis. O nascimento do “setor social” é apresentado como um processo que tem implicações políticas. Donzelot questiona então: a que serve “essa proliferação dos [profissionais] ‘psi’?” (DONZELOT, 1986, p. 197).

Primeiramente, cabe considerar que, tal como Deleuze, Donzelot atribui à mídia um papel estratégico, de vetor, na difusão das práticas psicológicas a céu aberto. A propagação midiática da psicologia e da psicanálise com sua inserção nas práticas profissionais do setor social é um processo “nem um pouco inocente do ponto de vista político” (Idem, *ibidem*). Se reconhecermos que a política designa, de modo geral, o campo das relações de poder ou, no limite, da dominação, é possível considerar que a “não inocência” assinalada refere-se à participação ativa da psicologia e da psicanálise nas formas emergentes de exercício do controle. Ao que parece, Donzelot e Deleuze convergem para esta constatação.

Quanto às funções exercidas pela psicologia e pela psicanálise no dispositivo de controle, é possível assinalar que ela se dá na vertente “preventiva” que consiste na oferta permanente de parâmetros de normalidade seja para comportamentos, seja para uso da sexualidade ou ainda para as produções do desejo. Para que o controle normalizador se exerça, no entanto, é necessário algo mais do que a difusão midiática dos parâmetros de

normalidade. A operação do controle só se completa se as trajetórias dos sujeitos, referidas à sexualidade bem como suas produções desejantes foram expostas e confrontadas com tais parâmetros de modo a verificar a que distância se encontram do que é considerado normal. Donzelot identifica, nesse ponto, uma contribuição adicional da psicanálise aos procedimentos do controle: a difusão e a naturalização daquilo que ele denomina como confissão. Trata-se aqui do mesmo tipo de discurso que o sujeito enuncia quando na presença do terapeuta. De modo particular, interessam as falas sobre a intimidade e sobre o uso da sexualidade.

Com a psicanálise, observa o autor, aprendemos a falar de nossas vivências mais íntimas. Somente assim torna-se possível contrastar as mesmas com os padrões vigentes. Num sentido mais amplo, é necessário considerar que as práticas da psicologia e da psicanálise, no consultório e fora dele, têm um impacto psicossocial que pode ser caracterizado como uma pedagogia da confissão. Os efeitos desse processo ganham uma visibilidade cada vez maior, com a disposição crescente dos sujeitos para a exposição de sua intimidade, seja sob o modo discursivo, seja com a exposição da imagem, o que começa a se tornar corriqueiro nos meios de comunicação.

Ensaçando uma vertente de resistência à normalização midiático-psicológica, Deleuze propõe dar maior visibilidade ao “aparelho de poder psicanalítico” (DELEUZE, 1998, p. 103), bem como às suas conexões, múltiplas, com os demais pólos do controle emergente. A não inocência assinalada por Donzelot ganha, com Deleuze, uma caracterização mais incisiva no que diz respeito aos objetivos perseguidos pela

psicanálise quando de sua inscrição nos meios de comunicação. Esta é portadora de uma “ambição de participar do controle dos agenciamentos de desejo e de enunciação, ou até mesmo de conquistar um lugar dominante neste controle” (Idem, p. 105).

Mídia e psicologia, quem diria? Uma relação até agora insuspeita feita aparentemente de ligações pontuais e eventualidades revela-se como atravessada pelo empreendimento do controle voltado aos processos de subjetivação. Como parte do dispositivo, este procedimento se dissemina pelo meio social. Que outros efeitos desta conexão podem ganhar visibilidade? Que outras conexões

inusitadas se articulam nos meandros do dispositivo de controle? Que efeitos de poder produzirão sobre nossas vidas? São estas algumas das questões que se colocam de agora para adiante.

Referências

DELEUZE, G. **Conversações**. Tradução de Peter Pál Pelbart. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

DELEUZE, G. **Diálogos**. Tradução de Eloísa Araújo Ribeiro. São Paulo: Ed. Escuta, 1988.

DONZELOT, J. **A Polícia das famílias**. Tradução de Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1986.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 1993.