



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Produção de sentidos a partir das imagens midiáticas do conflito na Cracolândia¹

Guy Pinto de Almeida Jr.²

ESPM

Resumo

Este artigo apresenta uma análise de discurso das imagens veiculadas na mídia do conflito na Cracolândia em São Paulo, em maio de 2017. Nosso objetivo é compreender as possibilidades de leituras de fenômenos urbanos e, para tal, analisamos a produção de sentidos das imagens midiáticas da operação policial, observando especialmente a relação entre o significante e o significado. Em nossa investigação, consideramos a urbe pós-moderna como espaço de atuação do capital e suas dinâmicas de reprodução, em especial a especulação imobiliária. Apoiaremos a análise nos referenciais teóricos de Michel Foucault, David Harvey e Milton Santos. Como resultados temos que as imagens de conflitos urbanos põem em marcha uma investida discursiva para defesa dos interesses privados em relação ao espaço público. Isso se dá a partir de uma lógica de espetacularização que evidencia a produção de um sentido de guerra, favorecendo, assim, grupos hegemônicos em detrimento a grupos diferentes.

Palavras-chave: Comunicação e consumo; discurso imagético; corpos diferentes; representações; pós-modernidade.

Introdução: São Paulo, 21 de maio de 2017, 6 horas da manhã...imagens da guerra

“A Cracolândia aqui acabou, não vai voltar mais. Nem a Prefeitura permitirá nem o governo do Estado. Essa área será liberada de qualquer circunstância como essa. A partir de hoje, isso é passado”, foi assim que, ainda na manhã do domingo, 21 de maio de 2017, o então prefeito de São Paulo, João Dória Jr., anunciou à população da cidade que a Cracolândia, famoso espaço onde dependentes de crack se aglomeram para fazer uso da droga no centro de São Paulo, estava encerrada. Segundo suas palavras, ao menos naquele espaço – no quadrilátero formado pela rua Helvétia, as alamedas Dino Bueno e

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Discursos da Diferença e Biopolíticas do Consumo, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Mestre e doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM). Pesquisador do Grupo de Pesquisa CNPq Comunicação, discursos e biopolíticas do consumo da ESPM. Professor dos cursos de Rádio, TV e Internet, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda na Faculdade Paulista de Comunicação. guyalmeidajr@gmail.com.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Cleveland, e a Praça Júlio Prestes –, ela não voltaria. Pouco antes de sua fala, cerca de 900 homens das polícias Civil e Militar do Estado de São Paulo e da Guarda Civil Metropolitana da capital paulista tomaram de assalto as ruas da região, em uma operação digna das cenas de guerra vistas no noticiário internacional e prenderam 38 pessoas. O foco da operação: combater traficantes e acabar com o espaço de consumo da droga. A Cracolândia, tal como era conhecida, não existiria mais a partir daquele momento. Será? O que seriam daqueles corpos diferentes que lá habitavam?

O assunto foi noticiado durante muitos dias em diversos veículos de imprensa e imagens do conflito pululavam e se replicavam aos montes pelas redes sociais digitais. A cada clique, uma tese; a cada comentário, um suposto especialista em dependência química, assistência social ou urbanismo; e a cada manifestação de ódio, a exposição de cada um dos lados do fanatismo ideológico. Todos esses fenômenos são muito comuns no contexto da midiaticização da sociedade, no qual os processos sociais se desenvolvem a partir da lógica da mídia (BRAGA, 2012).

Porém, antes de quaisquer juízos de valor sobre essas manifestações, perguntamo-nos: como essas práticas de produção e consumo das imagens midiáticas do conflito são efetivadas na sociedade de consumo ou, mais precisamente, na pós-modernidade? Diante deste questionamento e da repercussão midiática do assunto em um contexto como é o da pós-modernidade, este artigo busca compreender como produção e consumo midiático na contemporaneidade, em especial o de imagens midiáticas, apontam para representações e possibilidades de leituras de fenômenos urbanos.

Primeiramente precisamos conceituar o que é a pós-modernidade. Ela pode ser lida como um período pós-industrial, de acumulação flexível de capital, no qual a compressão espaço/tempo acelera o giro do capital e fluxo da mercadoria, e diminui a distância entre produção e consumo (HARVEY, 2014, p. 257). É neste contexto que a produção e o consumo das imagens se fazem. A questão-problema deste estudo é: como se dão essas duas instâncias?

Nosso objeto de estudo será o discurso imagético e a produção de sentidos de guerra nas imagens midiaticizadas do conflito (entre dependentes químicos e polícia) ocorrido durante a operação citada acima. Essa produção de sentido servirá de base para emprendermos uma reflexão sobre o acontecimento, considerando seus aspectos espetacular, político e bélico.

Podemos apreender essas imagens enquanto informações, ou como produtos dos acontecimentos? Imersos em uma sociedade informacional, entendemos, a partir do que assinala Jean



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Baudrillard (1992, p. 30), que as imagens produzem os acontecimentos e não mais o contrário, daí a pertinência em pensar como a produção de imagens é diretamente relacionada à produção de sentidos na contemporaneidade midiática.

Um espaço em disputa na pós-modernidade

Antes de analisar o consumo midiático das imagens do conflito, falemos um pouco da Cracolândia. Localizada no centro da cidade de São Paulo e próxima ao bairro da Luz (um dos mais antigos da capital), o espaço notabilizou-se a partir dos anos 1990 por conta da aglomeração de dependentes de crack que iam lá para consumir e terem acesso facilitado à droga. Embora seja o primeiro espaço desse tipo na cidade, hoje há outros semelhantes em outras regiões. Visivelmente os usuários representavam corpos diferentes em relação à dinâmica do urbano.

De lá para cá, a aglomeração original já esteve em vários lugares, sempre na região da Luz, e não é possível pensá-la apenas como um local estático, mas como um fluxo. Esse pode ser caracterizado como um intenso movimento não somente dentro de si – com a atividade ininterrupta dos usuários consumindo a droga –, mas também um fluxo de si, com o contingente se deslocando por vários âmbitos da cidade. O conceito de heterotopia, de Michel Foucault, nos ajuda a pensar esse duplo fluxo. O filósofo francês pensa o trem como um exemplo de heterotopia, pois há um conjunto de relações, onde se vai e por onde se vai. Em outras palavras, podemos compreender a heterotopia como um espaço outro em relação à dinâmica que está fora dele. (FOUCAULT, 2009)

Diante de seus paradoxos e contradições, é pertinente tomarmos a região central da cidade de São Paulo como um retrato fiel daquilo que o geógrafo brasileiro Milton Santos defende para as grandes cidades do chamado mundo subdesenvolvido: “repositórios ao mesmo tempo dos elementos da modernidade e de uma grande massa de deserdados gerados, em boa parte, como função dessa mesma modernização que, assim, vê acentuado seu caráter perverso” (SANTOS, 1994)

A Cracolândia seria uma fotografia perfeita dessa conceituação de Santos. Paradoxalmente, ao mesmo tempo em que temos lá uma ótima infraestrutura (transporte rodoviário e ferroviário, este último especialmente por conta das estações Luz e Júlio Prestes; equipamentos culturais, como a Sala São Paulo; comércio efervescente, como as ruas Santa Ifigênia e José Paulino, ali próximas;



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

saneamento básico, etc.), temos a divisão do espaço com a degradação e com aqueles corpos deserdados e indesejados para a composição do urbano.

Naturalmente, um local com uma infraestrutura privilegiada como essa, torna-se objeto de desejo da especulação imobiliária que, conforme defende a arquiteta Ermínia Maricato (2015), necessita de um espaço asséptico e higienizado para seus empreendimentos, pois com a pobreza nas adjacências as áreas perdem seu valor de mercado das áreas.

No intuito de valorizar a região, foi lançado, em 2005, o projeto de revitalização chamado Nova Luz, “que previa a utilização de um novo instrumento: a concessão urbanística. Por meio dela, seria concedido à empresa vencedora do processo de licitação o direito de desapropriar e demolir cerca de 30% do perímetro previsto no projeto” (MARTIN, BRITO, *et al.*, 2017, internet). Ou seja, o projeto, embora política pública, era nitidamente voltado para a iniciativa privada e não previa quaisquer ações inclusivas com a população pobre da região, muito pelo contrário:

O Projeto Nova Luz parece ser a ponta de lança dessa gigantesca operação urbana. Mas ainda resta um obstáculo a ser removido: os pobres que se apresentam sob a forma de moradores dos cortiços, moradores de favelas, dependentes de droga, moradores de rua vendedores ambulantes... Com eles ali, a taxa de lucro que pode ser obtida na venda de imóveis não compensa (MARICATO, 2015, p. 60)

Ainda segundo Martin, Brito et al. (2017), a “proposta era anunciada pela Prefeitura como uma forma de devolver à cidade aquele território ocupado pelos frequentadores da Cracolândia”, ou seja, suas premissas eram higienistas.

Com todos esses ingredientes, não restam dúvidas que a região da Luz é um espaço de lutas. Por conta disso, retóricas distintas serão postas em circulação nos ambientes midiáticos para que a opinião pública apoie ou refute determinadas ações.

Irônica e metaforicamente, ao contrário da ótima estrutura rodoviária e ferroviária do local, que faz com que as pessoas circulem rapidamente pela região, o capital (em especial o da especulação imobiliária) não consegue vazão suficiente ali para ter seu fluxo acelerado no contexto flexível de acumulação da pós-modernidade (HARVEY, 2011). Em outras palavras, a especulação imobiliária não consegue a fluidez necessária para lucrar com a exploração do espaço.

Alguns empecilhos, legais, históricos e sociais, são responsáveis por isso e fazem da região da Luz um espaço de luta: (1) por ser um dos bairros mais antigos da cidade, muitos imóveis são tombados



pelo patrimônio histórico e, a menos a princípio, proibidos de serem demolidos; (2) muitas das propriedades não possuem a divisão de patrimônio (espólio) concluída; (3) presença da população de baixa renda; e (4), como já colocado, a existência da Cracolândia no local. (MARTIN, BRITO, *et al.*, 2017). Assim, qualquer passo da especulação imobiliária e da indústria da construção civil, no sentido de tornar o espaço lucrativo, é dificultado e, para que tenha êxito, requer ampla, irrestrita e contínua interferência do poder público. Para entendermos isso, vamos acionar o conceito “nexo Estado-financeiras”, utilizado pelo geógrafo inglês David Harvey. Guardadas as devidas proporções, esse conceito é essencial para compreendermos a lógica de disputa que está em jogo na região, a saber:

No coração do sistema de crédito está um conjunto de acordos que constitui o que chamo de “nexo Estado-financeiras”. Isso descreve a confluência do poder estatal e das financeiras que rejeita a tendência analítica de ver o Estado e o capital como claramente separáveis um do outro. Isso não significa que o Estado e o capital tenham constituído no passado ou agora uma identidade, mas que existem estruturas de governança (como o poder sobre a confecção da moeda real no passado e os bancos centrais e ministérios do Tesouro hoje) nas quais a gestão do Estado para a criação do capital e dos fluxos monetários torna-se parte integrante, e não separável, da circulação do capital (HARVEY, 2011, p. 47)

Inseparáveis, Estado e financeiras trabalham de forma simbiótica, seja em situações macroeconômicas, seja em situações pontuais como a criação de políticas públicas em função do benefício privado. Diante disso, o geógrafo nos ensina que “o nexos Estado-financeiras funciona há muito tempo como o ‘sistema nervoso central’ da acumulação do capital” (HARVEY, 2011, p. 52). Porém, o mesmo autor critica a falta de transparência desse modelo, especialmente por suas negociações escusas e seu caráter antidemocrático:

O nexos Estado-financeiras tem todas as características de uma instituição feudal, repleta de intrigas e passagens secretas, exercendo um poder estranho e totalmente antidemocrático, não apenas sobre como o capital circula e se acumula, mas sobre quase todos os aspectos da vida social. A fé cega nos poderes corretivos residentes no nexos Estado-financeiras é consistente com a confiança e as expectativas que Keynes considerou tão cruciais para a sustentação do capitalismo. (IDEM)

Para o ambiente urbano em questão, é interessante trazer ainda o conceito de “urbanização corporativa”, no qual, conforme nos ensina Milton Santos, a modernização do meio ambiente favorece somente as grandes empresas, pois “parcela importante dos recursos públicos se dirige a um equipamento urbano seletivo, do interesse da economia hegemônica e das camadas sociais hegemônicas”. (SANTOS, 1994, p. 143)

Para o caso do bairro da Luz, podemos afirmar que, diante dos empecilhos colocados acima, é praticamente impossível que a iniciativa privada consiga algo de lucrativo por lá sem acionamento do



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Estado, seja no âmbito jurídico (com liminares e decisões), político-institucional (com a criação/alterações de leis), ou bélico (a partir do uso da força para remover a população não desejada). Milton Santos fala dessas “regras” como instrumentos dos interesses do capital:

O funcionamento dos espaços hegemônicos supõe uma demanda desesperada de regras; quando as circunstâncias mudam e, por isso, as normas reguladoras têm de mudar, nem por isso sua demanda deixa de ser desesperada. Tal regulação obedece à consideração de interesses privatísticos. Já o cotidiano supõe uma demanda desesperada de Política, resultado da consideração conjunta de múltiplos interesses. (SANTOS, 2012, p. 62)

Imagens como os próprios acontecimentos e nossa relação com elas

"The people will not revolt. They will not look up from their screens long enough to notice what's happening"³

George Orwell

Em 23 março de 2017, um atentado terrorista em Londres vitimou fatalmente quatro pessoas e deixou outras 40 feridas⁴. A tragédia em si foi um acontecimento midiático potente, entretanto, uma foto do evento roubou a atenção nos dias subsequentes e se tornou o próprio acontecimento. Na imagem, produzida pelo fotógrafo Jamie Lorriman, uma mulher com um *hijab* (véu muçulmano) passava diante do atendimento a uma das vítimas do atentado, manuseando seu celular, enquanto outras pessoas desesperadas tentavam prestar socorro (veja Imagem 1).



Imagem 1: Mulher de hijab passa por vítima no atentado em Londres. Foto: Jamie Lorriman

³ “ As pessoas não se revoltarão. Elas não verão além de suas telas o suficiente para notar o que está acontecendo” (tradução livre)

⁴ Para conhecer mais detalhes do atentado ocorrido em 23 de março de 2017 em Londres acesse: http://brasil.elpais.com/brasil/2017/03/22/internacional/1490194314_103355.html. Acesso em 9 de junho de 2017.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Desdém ou desespero da moça? O que ela estaria visualizando na tela de seu smartphone? Recorrendo ao que postula Simmel (1967, p. 18), estaria a moça em uma atitude *blasé*, dado o alto nível de ativação de seus sentidos causados pela metrópole moderna e pelos dispositivos pós-modernos (celular)? Poderíamos, ao analisar a cena, atribuir à moça a condição de *flâneur* ou *voyer*, a partir da comparação feita por Norval Baitello Jr. (2012, p.83): “(...) o flâneur era aquele que caminhava para ver, descobrir desvelar os mais diversos cenários e objetos da cidade, e deixar para trás, enquanto o *voyeur* é aquele que quer comer a imagem, apropriar-se dela secretamente”? A partir dessa imagem e com essas conceituações é possível inferir o que realmente ocorria naquele momento? Ou a imagem seria apenas um recorte distante da realidade? Todos esses questionamentos pouco importam. Fato é que o consumo da imagem repercutiu a partir da mídia e produziu diversos sentidos em relação à cena, daí sua potência enquanto acontecimento contemporâneo. Comentários mais preconceituosos chegaram associavam o suposto desdém da moça ao fato de ela ser muçulmana. A repercussão foi tamanha que o próprio fotógrafo chegou a sair em defesa da mulher.⁵

A situação descrita serve de ilustração para a nossa análise sobre o consumo de imagens na pós-modernidade. Para compreendê-lo, partiremos do entendimento de algumas condições listadas por Baitello Jr. (2010): a colonização do mundo pelas imagens; o excesso de imagens técnicas; a cultura da visualidade; máquinas de reprodução, conversação, projeção e transmissão de imagens; hegemonia dos *medias* visuais em detrimento da escrita; e deslocamento da produção de imagens do âmbito artístico para o midiático. Podemos explicar essas condições em nossa proposta de estudo considerando que vivemos em uma cultura imagética na qual o mundo e todas as nossas relações estão tomados pelas imagens, em detrimento a outras formas de comunicação, como a escrita. E não são quaisquer imagens, mas as técnicas e midiáticas, pois além de dependerem de máquinas, são produzidas e consumidas rapidamente neste contexto de compressão espaço/tempo e acumulação flexível que vivemos. Ao serem deslocadas do ambiente artístico para o midiático, as imagens não mais estão em uma ambiência de culto, mas de exposição, assim temos o que o autor define como a alteração de função e motivação para o uso das imagens. (BAITELLO JR., 2010, p. 86)

⁵ Disponível em <https://oglobo.globo.com/mundo/muculmana-em-atentado-de-londres-vira-alvo-de-acusacoes-na-internet-21108644>. Acesso em 9 de junho de 2017.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Em relação ao consumo, vale refletir sobre o que o antropólogo Néstor Garcia Canclini enfatiza: “o consumo se mostrará como um lugar de valor cognitivo, útil para pensar e atuar significativa e renovadoramente, na vida social” (CANCLINI, 2010, p. 72). Assim, o consumo das imagens midiáticas não são outra coisa senão um local de significação e conscientização, que também ordena politicamente a sociedade.

Na mesma linha de raciocínio, Rose de Melo Rocha defende que consumo, imagem e mídia estão inseparáveis na contemporaneidade:

Consumir, hoje, é consumir cultura midiaticamente mediada, digitalmente interligada, imaginariamente compartilhada, imagetivamente realizada. No mar das visualidades nos vemos navegando, mas, agora, fluxos bottom-up de significação efetivamente ganham legitimidade e força decisória nas negociações simbólicas e nos enfrentamentos políticos que compõem a agenda global. E o ganham porque, essencialmente, se podem fazer visíveis. Políticas da visibilidade percorrem e reestruturam o campo das materialidades. (ROCHA, 2009, p. 269)

Esse consumo das imagens midiáticas não se faz do acaso. Nossa sociedade contemporânea certamente é a que mais produz e acessa imagens de forma extracorporal. Dessa dependência cognitiva da imagem temos o nosso duplo, conforme postula Arlindo Machado:

Nenhuma civilização é mais tautológica que a nossa. Nós fazemos proliferar duplos de nós mesmos, multiplicamos ao infinito as imagens e os sons dos fenômenos e, em seguida, atribuímos a esses duplos o estatuto de realidade. A vida humana (...) é cada vez mais uma vida vicária, uma vida delegada às imagens que povoam os chamados meios de codificação audiovisual. (MACHADO, 2001, p. 238)

A partir dessas conceituações da imagem e de como se dá o consumo imagético, partiremos a pensar o nosso caso de estudo: as imagens do conflito na Cracolândia.

Consumo de imagens de uma guerra construída na mídia

A operação na Cracolândia, realizada no dia 21 de maio de 2017, foi tratada desde o início como um grande espetáculo. Além do número excessivo de homens envolvidos (900), a operação contou com um aparato midiático para ser apresentada ao consumo da população. A premissa de acabar com a criminalidade estava em todos os pontos da comunicação, especialmente nas imagens. O site oficial do governo do Estado de São Paulo publicou, ainda no mesmo dia, a cobertura oficial do evento. Sob o título ‘Polícia faz megaoperação na Cracolândia contra o tráfico’, a matéria traz além do texto explicativo, vídeos e fotos da ação, que inclusive contou com as presenças *in loco* do governador do



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Estado de São Paulo Geraldo Alckmin e do prefeito da capital João Dória Jr.⁶ Por toda a publicação não faltam imagens que alimentam o imaginário dos consumidores em relação ao assunto. A começar pela associação da figura dos governantes como gestores e estrelas midiáticas. Em uma contemporaneidade na qual as imagens são hegemônicas e (talvez) a principal forma de produção de sentidos, essa associação e, mais que isso, a dissociação do governante da figura do político tradicional fazem parte de uma estratégia retórica para transformar o político em um produto a ser consumido. A produção da imagem do político-gestor vai de encontro ao que o sociólogo Richard Sennet (2006, p. 150) defende, quando diz que a política necessita de “laminadas a ouro” ou estratégias de diferenciação, para ficar facilmente palatável ao cidadão-consumidor. Essa é uma das primeiras imagens que é ofertada ao consumo no episódio. Harvey fala sobre essa relação entre a imagem e os líderes políticos, destacando a relação em mídia e política e, conseqüentemente, o consumo da imagem:

(...) as imagens têm de desempenhar outras funções. Tanto as corporações como os governos e os líderes intelectuais e políticos valorizam uma imagem estável (embora dinâmica) como parte de sua aura de autoridade e poder. A mediatização da política passou a permear tudo. Ela se tomou, com efeito, o meio fugidio, superficial e ilusório mediante o qual uma sociedade individualista de coisas transitórias apresenta sua nostalgia de valores comuns. A produção e venda dessas imagens de permanência e de poder requerem uma sofisticação considerável porque é preciso conservar a continuidade e a estabilidade da imagem enquanto se acentuam a adaptabilidade, a flexibilidade e o dinamismo do objeto, material ou humano, da imagem. Além disso, a imagem se torna importantíssima na concorrência, não somente em torno do reconhecimento da marca, como em termos de diversas associações com esta – “respeitabilidade”, “qualidade”, “prestígio”, “confiabilidade” e “inovação”. (HARVEY, 2014, p. 260)

Falemos, então, sobre a nossa proposta inicial, as imagens do conflito. Selecionamos algumas fotos que foram mediatizadas na imprensa e em redes sociais digitais. A primeira foto do conflito (imagem 2) mostra o avanço das tropas pelas ruas da Cracolândia. Notem que há um senhor sentado que sequer foi considerado pela polícia.

A cena, como era de se esperar, se assemelha às imagens de uma guerra. Afinal, aquele espaço precisa ser tomado de volta, resgatado. Tentou-se com o projeto Nova Luz um artifício político-institucional, que não obteve êxito, pois foi interrompido na Justiça (MARTIN, BRITO, *et al.*, 2017). Sem possibilidade nas esferas da justiça e política, restou aos interesses imobiliário e da construção civil a intervenção do poderio bélico do Estado. Uma ação militar requer um inimigo à altura e o

⁶ Disponível em <http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/ultimas-noticias/policia-faz-megaoperacao-na-cracolandia-contra-o-traffic-de-drogas/>. Acesso em 9 de junho de 2017.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

escolhido é o tráfico de drogas. Assim, as imagens estavam prontas para o consumo da população, com o poder de polícia do Estado assumindo a imagem de libertador da cidade daquela situação.

Disso podemos depreender que, assim como a revitalização pode servir de mote para um Projeto de Urbanização, que na realidade visa só a atender a iniciativa privada, o combate às drogas serve de alibi para uma operação militar, que também tem como fim somente a especulação.



Figura Imagem 2: Sem-teto no meio da investida policial na Cracolândia. Foto: Werther Santana/Estadão⁷

Fumaça, sujeira, armas em punho, posição de ataque nas ruas da região da Luz. Ao consumirmos essas imagens entramos em uma espécie de transe com um presente absoluto. Fredric Jameson defende que, ao se transformar a realidade em imagens, essas colaborarão para a fragmentação do tempo em presentes perpétuos, sem a possibilidades projetos. Não há nas imagens do conflito da Cracolândia (imagem 3) ou qualquer projeção, há apenas um inimigo no aqui e agora e ser superado. Ao vivenciarmos apenas o presente, olhamos apenas o primeiro plano e somos incapazes de relacionarmos tempo e história:

(...) como se, por alguma razão, fôssemos hoje incapazes de focalizar nosso próprio presente, como se tivéssemos nos tornado inaptos para elaborar representações estéticas de nossa própria experiência corrente. Se for este o caso, trata-se de uma terrível incriminação à própria sociedade capitalista de consumo — ou, quando menos, de um sintoma alarmante e patológico de uma sociedade que se tornou incapaz de se relacionar com o tempo e a história. (JAMESON, 1985, p. 21)

⁷ Disponível em <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/em-12-anos-prefeitura-lancou-3-projetos-diferentes-para-cracolandia.ghtml>. Acesso em 9 de junho de 2017.



Imagem 3: Policiais em formação de ataque na Cracolândia. Foto: Sato do Brasil/Jornalistas Livres⁸

Mas, e quanto ao signo imagético? O consumo das imagens midiáticas na contemporaneidade desloca significante e significado. Ao consumir esse discursos imagéticos, as dissociamos de seus contextos e assim negligenciamos a realidade. Para debater sobre isso podemos usar o conceito de esquizofrenia, a partir do qual Jameson relaciona a pós-modernidade a uma dissociação do significante com o significado, na qual a articulação da linguagem é esvaziada, vivendo-se apenas do presente imediato, do mesmo modo que uma pessoa que sofre com a doença.

(...) o esquizofrênico não chega a conhecer dessa maneira a articulação da linguagem, nem consegue ter a nossa experiência de continuidade temporal tampouco, estando condenado, portanto, a viver em um presente perpétuo, com o qual os diversos momentos de seu passado apresentam pouca conexão e no qual não se vislumbra nenhum futuro no horizonte. Em outras palavras, a experiência esquizofrênica é uma experiência da materialidade significante isolada, desconectada e descontínua, que não consegue encadear-se em uma sequência coerente. (JAMESON, 1985, p. 22)

No fluxo pós-moderno, não o Cracolândia, mas o das imagens técnicas, o consumo imagético dissocia as duas partes do signo, o significante fica em evidência em detrimento do significado. Tem validade apenas o que se vê, não o que se pode abstrair da cena. O caso da moça com o véu islâmico no atentado em Londres pode nos dar uma pista disso. Não que o significado inexista, porém ele é acionado para além da imagem. Nas imagens do conflito na Cracolândia, o que temos é a massiva representação de uma guerra. Mas é uma guerra sem guerra. A guerra não está ali, pois por mais que se defenda a tese de que era um confronto contra o crime organizado, o significado não está ali. Há apenas um significante construído por uma lógica capitalista para expansão do capital e um significado externo a tudo aquilo.

⁸ Disponível em <https://jornalistaslivres.org/2017/05/doria-e-aleckmin-na-cracolandia-violencia/>. Acesso em 9 de junho de 2017.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Podemos estudar isso considerando a ideia de legado que as imagens de conflito trazem. A partir do étimo da imagem (morfema) é concedida à imagem uma pós-vida, que perpassa culturas. De maneira simplista podemos pensar: todos sabemos o que é uma imagem de guerra, assim, ao vermos uma imagem com homens armados, fumaça, formação de ataque, por conta de seu étimo sabemos que se trata de uma guerra. Cabe a indagação: seriam os étimos esse significado externo acessado pelo consumo das imagens? Acreditamos que sim, pois são eles que concedem a pós-vida das imagens, conforme nos ensina Norval Baitello Jr.: “E que esta pós-vida confere às imagens um enorme potencial de captura do olhar, da atenção, em suma da recepção; portanto, uma enorme expressividade, uma carga energética que não se pode ignorar ao se lidar com qualquer tipo de comunicação”. (2010, p. 60)



Imagem 4: A guerra por dentro do fluxo. Foto: Werther Santana/Estadão⁹

Ao visualizarmos a terceira imagem do conflito (imagem 4) fica evidente que há uma guerra ali? Não, não vemos o inimigo em si. Porém, é necessário que essa guerra seja produzida, ainda que exclusivamente na esfera imagética. Como pontuado anteriormente, é urgente que se domine aquele espaço partindo para a guerra. Entretanto, dificilmente a opinião pública, por mais conservadora que seja, defenda um ato de violência assim. As cenas de guerra são disponibilizadas para o consumo trazendo significados que estão para além do significante, anestesiando os consumidores. As imagens de conflito trabalham em função de uma retórica na qual o Estado-bélico mostra sua força. Não vemos

⁹ Disponível em <http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,relembre-as-principais-operacoes-na-cracolandia-nos-ultimos-anos,70001801980>. Acesso em 18 de junho de 2017



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

os dependentes como vítimas, mas como também inimigos (assim como os traficantes) e a eles a intervenção pela força é necessária.

Quanto mais imagens de guerra, mais anestesia e maior êxito, pois ao consumirem as imagens as pessoas acabarão naturalizando e defendendo a postura do Estado daquela maneira. A proliferação de imagens responde, de certo modo, a um momento em que a sociedade demanda por comprovação dos fatos em detrimento da credibilidade. Contar uma história não possui o mesmo valor que ver a história acontecer. As imagens não precisam de mediação. Se antes pensávamos em uma mediação a partir das instituições democráticas, como o jornalismo, hoje podemos pensar que vivemos em uma sociedade muito mais da vigilância que do espetáculo (MACHADO, 2001, p. 226). Tudo vira um grande mercado das imagens, prontas para serem consumidas. Harvey problematiza a questão dos sistemas de produção e comercialização de imagens, os quais entendemos como estratégias do capitalismo.

Na realidade, os sistemas de produção e comercialização de imagens (tal como os mercados da terra, dons bens públicos ou da força de trabalho de fato exibem algumas características especiais que precisam ser consideradas. O tempo de giro do consumo de certas imagens com certeza pode bem curto (perto do ideal do "pisar de olhos" que Marx viu como ótimo da perspectiva da circulação do capital). Do mesmo modo, muitas imagens podem ser vendidas em massa instantaneamente no espaço. Dadas as pressões de aceleração do tempo de giro (e de superação das barreiras espaciais), a mercadificação de imagens do tipo mais efêmero seria uma dádiva divina do ponto de vista da acumulação do capital, em particular quando outras vias de alívio da superacumulação parecem bloqueadas. A efemeridade e a comunicabilidade instantânea no espaço tomam-se virtudes a ser exploradas e apropriadas pelos capitalistas para os seus próprios fins. (HARVEY, 2014, p. 260)

Considerações – as imagens que consumimos

A partir de nossa observação das imagens do conflito na Cracolândia, chegamos a algumas considerações para o entendimento do consumo de imagens midiáticas. Não se trata de uma consideração generalizante, porém nossa mirada específica de um caso nos dá indícios em relação a uma observação mais ampla desse fenômeno de consumo.

Em primeiro lugar, podemos depreender que a produção e o consumo midiático das imagens de conflitos urbanos põem em marcha uma investida discursiva para defesa dos interesses privados em relação ao espaço público. Verificamos isso ao constatarmos que a retórica do conflito nas imagens ganha força e evidência ao passo que questões político-institucionais e jurídicas se esvaziam do âmbito midiático. Disso, concordamos com Rose Melo Rocha (2009, p. 273), quando a autora fala em uma



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

política de visibilidade enquanto “visualidade portadora de legibilidade”. As imagens do conflito ganham não somente visibilidade midiática, mas legibilidade, dando potência a sua retórica.

Vários são os momentos da análise em que isso aparece. Desde a exposição da imagem do governante enquanto um produto, passando pela dissociação entre significante e significado (esquizofrenia), até a questão de o étimo da imagem conceder um significado apartado do significante. Cremos que tudo isso faça parte de uma estratégia de produção de imagens na qual o conflito vai se justificando para se tornar natural, anestesiando a opinião pública dentro de um ambiente comunicacional (pós-modernidade) que estabelece, antes de tudo, vínculo de sentidos e afetivos, como aponta Baitello Jr.

(...) um ambiente comunicacional constitui uma atmosfera de possibilidades de vínculos de sentido e vínculos afetivos em distintos graus. Será, pois, integrada em seu ambiente que a imagem permitirá entrever sua função (...) Um ambiente comunicacional, portanto, não é apenas o pano de fundo para uma troca de informações, mas uma atmosfera gerada pela disponibilidade dos seres (pessoas ou coisas), por sua intencionalidade de estabelecer vínculos. (BAITELLO JR., 2010, p. 83 e 84)

É natural que as estratégias de produção de imagens midiáticas ganhem evidência e importância no contexto da pós-modernidade, pois é no consumo dessas imagens que se efetiva o jogo de disputas políticas. Assim, apreender as imagens a partir de uma abordagem política não se trata de exagero, tampouco levandade, é o entendimento de uma batalha, como aponta Arlindo Machado:

A batalha que se dá ao nível da circulação dos signos audiovisuais é uma batalha mais ainda acirrada e violenta do que as batalhas que se dão no plano material. E não há dúvidas de que no nível da manipulação das imagens se travam hoje batalhas decisivas. (2001, p. 238)

Em suma, o ambiente imagético em que vivemos no contexto da pós-modernidade tem funções políticas pautadas por seus valores hegemônicos, que muitas vezes não servem à sociedade como um todo, mas ao capital flexível. A imagem é representação absoluta de poder em nosso momento histórico. Para finalizar, ficamos com a ideia de Harvey: “Dominar ou intervir ativamente na produção da volatilidade envolvem, por outro lado, a manipulação do gosto e da opinião, seja tornando-se um líder da moda ou saturando o mercado com imagens que adaptem a volatilidade a fins particulares” (2014, p. 259).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Referências

- BAITELLO JR., N. **A serpente, a maçã e o holograma**. São Paulo: Paulus, 2010.
- BAUDRILLARD, J. **A ilusão do fim ou a greve dos acontecimentos**. Lisboa: Terramar, 1992.
- BRAGA, J. L. Circuitos versus campos sociais. In: JANOTTI JUNIOR, J.; MATTOS, M. Â.; JACKS, N. **Mediação & Miatização**. Salvador / Brasília: EDUFBA/Compós, 2012. p. 31-52.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos**. 8ª. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.
- FOUCAULT, M. Outros Lugares. In: MOTTA (Org.), M. D. B. **Estética: literatura e pintura, música e cinema**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009. p. 411-422.
- HARVEY, D. **O enigma do capital: e as crises do capitalismo**. São Paulo: Boitempo, 2011.
- _____. **Codição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Edições Loyola, 2014.
- JAMESON, F. Pós-modernidade e sociedade de consumo. **Novos Estudos - CEBRAP**, São Paulo, v. 2, n. 12, p. 16-26, Junho 1985.
- MACHADO, A. **Máquina e Imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**. São Paulo: Edusp, 2001.
- MARICATO, E. **Para entender a crise urbana**. São Paulo: Expressão Popular, 2015.
- MARTIN, I. et al. Região da Luz em disputa: mapeamento dos processos em curso. **Le Monde Diplomatique Brasil**, 2017. Disponível em: <<http://diplomatique.org.br/regiao-da-luz-em-disputa-mapeamento-dos-processos-em-curso/>>. Acesso em: 13 Junho 2017.
- ROCHA, R. M. É a partir de imagens que falamos de consumo: reflexões sobre fluxos visuais e comunicação midiática. In: CASTRO, G. G.; BACCEGA, M. A. (Orgs.). **Comunicação e consumo nas culturas locais e global**. São Paulo: ESPM, 2009. p. 268-293.
- SANTOS, M. **Por uma economia política da cidade**. São Paulo: Hucitec - EDUC, 1994.
- _____. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2012.
- SENNETT, R. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967. p. 13-28.