

# Os maus-tratos de crianças e a excitação dos *media*\*

Moisés de Lemos Martins\*\*

## **Media e violência**

Os meios de comunicação social são hoje o nosso principal canal de informação e para uma grande parte da população constituem uma importante forma de distração e de descontração. Apresentam-se-nos, além disso, como insubstituíveis mapas culturais e constituem guias de referência que nos permitem enquadrar as interpretações que fazemos do mundo. Em consequência, afectam a nossa experiência e acompanham-nos nas respostas que damos às infundáveis exigências do quotidiano. No entanto, pese embora o facto de poderem atingir-nos psicologicamente de maneira violenta, ao afectar as nossas percepções da realidade, não está inteiramente esclarecida a responsabilidade dos *media* como fautores e promotores da violência. Têm-se revelado contraditórios, aliás, os resultados de múltiplos estudos realizados no sentido de fazer este apuramento.

Sendo o campo mediático, todavia, um dos principais sistemas estruturadores da sociedade, não podemos deixar de nos interrogar acerca das representações que os *media* fazem da realidade. O tema deste Colóquio, “os maus-tratos de crianças na comunicação social”, remete para notícias e reportagens sobre uma realidade, que sem dúvida nos choca e nos perturba. E remete igualmente para uma realidade que o mercado valoriza e torna rentável, dado o facto de atrair a atenção e o interesse públicos. Ao reflectir sobre as narrativas mediáticas da violência infligida nas crianças, este Colóquio convoca-nos a todos, académicos, jornalistas, educadores e estudantes, no sentido de interrogarmos uma realidade que é feita, no dia-a-dia, ao ritmo veloz das redacções dos jornais, das rádios e dos canais de televisão.

## **Media, emoção e capitulação**

As crianças como objecto de notícia não têm sido alvo de particular atenção por parte dos *media*, como documenta a tese de doutoramento de Cristina Ponte (2004).

\* Comunicação na abertura do Colóquio realizado em Maio de 2006 sobre “Os maus-tratos de crianças na comunicação social”, uma realização conjunta do Centro de Estudos da Criança e do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, ambas unidades de investigação da Universidade do Minho. Agradeço à Professora Felisbela Lopes as sugestões que me deu para a elaboração desta reflexão.

\*\* Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. moiseslmartins@gmail.com

Todavia, os casos de maus-tratos configuram, neste contexto, uma excepção, valendo pois a pena interrogá-la enquanto tal. Porque é que, durante dias, os *media* centraram a atenção no desaparecimento da menina Joana, no Algarve, e também no presumível homicídio da menina Vanessa, encontrada a boiar no Douro? A meu ver, são duas as ordens de razões que explicam este fenómeno. Por um lado, está o facto de estes casos serem caracterizados, acima de tudo, pelo valor-notícia da transgressão, da anormalidade e do mistério. Por outro lado, está também a emoção, que serve em pleno a lógica mediática da actualidade e que está no centro desses acontecimentos. A emoção é uma mola de mobilização do público, seja ele leitor, ouvinte ou telespectador. Por essa razão, o recurso à emoção provocada pelos factos convocados inscreve-se na concepção clássica de espectáculo, teorizada por Guy Debord nos anos sessenta. A exposição pública da dor privada, seja consentida, ou seja feita à revelia dos direitos individuais, assim como o recurso frequente a formas de discurso intimistas e o estímulo da proximidade e da comoção, configuram uma espécie de inflação do emotivo, própria de um tempo que sentimos como melancólico (Martins: 2002). O horror transmitido pelos *media*, um horror que, em muitos casos, é mesmo por eles fomentado e produzido, situa-se na fronteira entre a informação e o espectáculo. E o espectáculo é uma excitação e uma euforia, que sendo uma sensibilidade hoje socialmente dominante, é todavia o reverso de uma sociedade apática e capitulacionista. Nas palavras de Debord (1991: 16), “a sociedade moderna acorrentada [...] apenas exprime o desejo de dormir”. E o espectáculo, que não passa de uma excitação e de uma euforia, “é o guardião deste sono” (*ibidem*).

A emoção, até há pouco erradicada do discurso jornalístico pelo desejo de objectividade, regressa agora como uma intimação, não apenas da imprensa tablóide, como também da imprensa dita de referência. É, aliás, de uma informação que faz “o elogio da razão sensível” (Maffesoli, 1996), uma informação trespassada pelo *pathos*, pela paixão da vida, pela emoção das coisas, pela fruição da parte mais sensível dos acontecimentos, que o jornalismo se refunde hoje numa profissão, por vezes irreconhecível. Ao discurso distante, racional, objectivo, referencial, opõe-se hoje um discurso sensível, comovido, apaixonado, enfim, um discurso comprometido emocionalmente. São, com efeito, três os níveis de emoção que marcam a narrativa jornalística do sofrimento: por um lado, a emoção arrancada aos próprios actores da notícia; por outro, a emoção dos jornalistas, justificada pela impossibilidade de se furtarem à dimensão sentimental da condição humana; finalmente, a emoção desencadeada no público/audiência.

Há, porém, neste “fazer-se sentir” dos *media*, nesta “experiência do presente, da fragrância do nascimento” (Perniola, 1993: 104), uma espécie de desespero, uma avidez e voracidade, que resultam numa “confusão entre informação e sensacionalismo” (Oliveira, 2005). Estimular sentidos com o fervor da actualidade é, todavia, um sortilégio que, no início do século XX, Karl Kraus reconheceu à imprensa, dada a sua vocação para transformar “emoções e paixões moderadas em histeria e folia, [...] o orgulho nacional em delírio nacionalista e em xenofobia e [...] o medo em pânico” (Bouveresse, 2001: 51).

## A produção da notícia

Estamos aqui perante uma lógica de produção da notícia que nos impede de encarar o discurso dos *media* como um espelho fiel da realidade, ou como uma representação objectiva da realidade factual. E nestas circunstâncias, porque o discurso dos *media* tem uma natureza preponderantemente inter-subjectiva e interpretativa, mais necessário e urgente se torna o desafio de reflectir sobre os acontecimentos sociais passíveis de maior mediatização.

O pequeno ecrã, a rádio e os jornais não nos dão nunca o acesso pleno àquilo que acontece. No entanto, são os ângulos de observação e os pontos de vista neles reflectidos que constroem parte do saber comum em que consiste o quotidiano partilhado que nós constitui em comunidade. A meu ver, o ensaio de Peter Berger e Thomas Luckmann sobre *A Construção Social da Realidade*, apesar de não se ocupar, directamente, da comunicação mediática, apresenta um conjunto de conceitos centrais, que permitem perceber os *media* exactamente neste sentido, como lugar de transmissão e (re) construção de conhecimento. Também os estudos da comunicação que adoptam uma matriz cognitiva, nomeadamente aqueles que se centram nos efeitos dos *media*, de acordo com a teoria do “agenda setting”, por exemplo, permitem perceber a que ponto os meios de comunicação social são instâncias de (re) produção de informação, que orientam as audiências para aquilo que interessa pensar e debater.

Dado este enquadramento, a questão que eu gostaria de colocar é a seguinte: afinal, o que é que os *media* querem que pensemos? Quando estão em causa os maus-tratos de crianças, qual é o ângulo de observação e a perspectiva escolhidos? Quanto tempo esses casos permanecem na agenda mediática? Quem está autorizado, ou melhor, quem é convidado a falar sobre eles? Que protecção têm os menores nessa noticiabilidade? Quem defende as crianças que são notícia? Quem protege o seu direito ao bom-nome?

Os *media* constroem um “mundo comum”. E constroem-no sobretudo através de relatos, o que significa que a sua realidade social é essencialmente discursiva. Estes actos de linguagem (mental, oral ou escrita), por sua vez, são construções sociais, cuja natureza simbólica ganha sentido na comunicação. Podemos, então, concluir que não existe uma evolução natural da realidade. Existe, sim, um desenvolvimento convencional. E é exactamente esse desenvolvimento convencional que é urgente interrogar. Os discursos mediáticos são construídos de acordo com uma gramática jornalística. Quero dizer, são influenciados pela sociedade que os envolve, são objecto de múltiplas negociações no interior de um sistema que possui regras e linguagens específicas, um sistema que é alvo de influências diversas de múltiplos campos sociais e que é o ponto de partida para diferentes leituras por parte de quem os recebe. Ou seja, os discursos mediáticos entram numa rede de semiose social, que estruturam, sendo, por outro lado, estruturados por essa mesma rede.

## A performatividade dos media, por acção e omissão

É por causa desta capacidade para tornar visíveis as orientações colectivas e para fazer chegar as suas mensagens a múltiplos públicos, que a realidade social configurada pelos *media* se fortalece, na exacta medida em que se apresenta como um espelho que reflecte o mais possível o quotidiano. Dado este entendimento, seria importante questionar o tipo de identidade narrativa da nossa sociedade que é construída pelos *media*. Bem insistiu Michel de Certeau (1980) neste aspecto: a maneira como se descreve e narra o mundo tem influência decisiva nos nossos modos de ser, e também nos modos de actuar no mundo.

Referi-me de passagem ao “agenda setting”, uma teoria que delimita um conjunto de conhecimentos que se tornam do domínio público, e que nos ajuda a pensar, em consequência, o poder dos *media*, de igual modo presente na construção de uma agenda mediática, como na orientação dos indivíduos na sociedade. Todavia, mais do que os efeitos que as mensagens mediáticas têm nos indivíduos, a investigação de McCombs e Shaw (1972) vem demonstrar que os *media* podem estabilizar opiniões dominantes, estabelecer prioridades, marcar a importância dos acontecimentos e limitar opções. Esta é uma dimensão da análise que se situa ao nível daquilo que é dito e mostrado pelos *media*. Mas importa ir mais além, nomeadamente quando falamos de uma realidade tão sensível quanto a da mediatização dos maus-tratos a crianças.

A este nível, as propostas de Elisabeth Noelle-Neumann (1984), mais precisamente a sua “teoria da espiral do silêncio”, para além de reforçar a ideia do poder das mensagens mediáticas, ajudam-nos a pensar outras dimensões. Estou a pensar, designadamente, nos efeitos cognitivos dessas mensagens, e também na lógica de espiral em que os *media* operam. Tendo presente a natureza gregária do homem, Noelle-Neumann defende que cada um de nós tende a aproximar-se daquilo que pensa ser a opinião maioritária em determinado momento. Nestas circunstâncias, ao reproduzirem a ordem dominante, os *media* contribuiriam para impedir o isolamento social do indivíduo.

Talvez possamos discutir a nossa capacidade individual para nos darmos conta das opiniões dominantes que circulam sobre um tema qualquer. Mas o que importa aqui salientar são os efeitos cognitivos que os discursos dos *media* têm nos seus destinatários. Entretanto, a teoria de Noelle-Neumann insiste num outro dado de particular interesse. Refiro-me ao facto de os meios de comunicação social poderem operar em espiral. Com efeito, ao centrarem-se nas opiniões dominantes, os *media* deixam de fora do *plateau* da notícia não apenas importantes fenómenos sociais, como também muitos dos seus actores, uns e outros condenados deste modo ao silêncio. Neste entendimento, é tão importante interrogar os “maus-tratos de crianças na comunicação social” como discutir aquilo que os jornais deixam de fora das suas páginas e os jornais radiofónicos e televisivos não inserem nos seus alinhamentos. Estou a pensar nas fontes que não são ouvidas, nos ângulos de observação que não são tidos em conta e, sobretudo, tenho em atenção o desenvolvimento de casos que, de um momento para o outro, saem da agenda mediática sem chegarem a ter qualquer desfecho no espaço público.

## Fechamento e abertura do espaço público

Na perspectiva em que me coloco, pode dizer-se que é indiscutível o contributo dos *media*, tanto pelas suas encenações, simulacros e euforias, como pelos seus silêncios, esquivas e evasivas, para um fechamento da democracia. É sem dúvida de uma grande equivocidade o papel que os *media* hoje desempenham, com o país real e os seus problemas concretos a não terem correspondência com a encenação mediática que deles é feita. E os reguladores dos *media*, assinalados por alguns autores, por um lado o dinheiro (ou seja, o Mercado), por outro lado a política (isto é, o Estado), não me parecem estar à altura de explicar a actual estetização da política e do Espaço Público, convertidos num espaço agitado, excitado, sobreaquecido, que se esgota em sensação e emoção.

Também no sentido de um fechamento democrático muito concorrem, nos nossos dias, a profissionalização da opinião e a vedetização dos opinionistas. Mas não vou concluir a minha intervenção sem dedicar uma palavra final aos efeitos emancipadores que também residem nos *media* como possibilidades. Estando nós hoje privados de normas universais que nos destinem, vivemos um tempo em que os *media* não podem deixar de dizer a crise desta época, o seu mal-estar e a sua melancolia, embora também não possam deixar de figurar o horizonte de uma comunidade partilhada, que sonhe com a redenção do humano, no combate por uma “democracia a vir”.

## Referências

- Berger, Peter & Luckmann, T. (1985) *A construção social da realidade*, Petrópolis: Vozes.
- Bouveress, J. (2001) *Schmock ou le triomphe du journalisme – La grande bataille de Karl Kraus*, Paris: Seuil.
- Certeau, M. (1980) *L'invention du quotidien*, Vol. I, *Arts de faire*, Paris: Union Générale d'Éditions.
- Debord, G. (1991) [1967] *A sociedade do espectáculo*, Lisboa: Mobilis in Mobile.
- Maffesoli, M. (1996) *Eloge de la raison sensible*, Paris: Grasset.
- McCombs, M. & Shaw, D.L. (1972), “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, *Public Opinion Quarterly*.
- Martins, M. L. (2002) “O trágico como imaginário da era mediática”, *Comunicação e Sociedade*, 4.
- Noelle-Neumann, E. (1984) *The spiral of silence: public opinion – our social skin*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Oliveira, M. (2005) “Olhando a morte dos outros”, comunicação apresentada ao IV Congresso da Sopcom (Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação), Universidade de Aveiro (policopiado).
- Perniola, M. (1993) *Do sentir*, Lisboa: Editorial Presença.
- Ponte, C. (2004) *Leituras das notícias: contributos para uma análise do discurso jornalístico*, Lisboa: Col. Media e Jornalismo, Livros Horizonte.