



PSICANÁLISE E TELEVISÃO: DAR IMAGEM AO MOVIMENTO¹

PSICHOANALYSIS AND TELEVISION: GIVE AN IMAGE TO THE MOVEMENT

André Lucas Guedes de SOUZA²

Susane Vasconcelos ZANOTTI³

RESUMO

A imagem televisiva é criada a partir de um espaço contínuo e disperso, condensado em uma de suas criações mais férteis: os *reality shows*. Nestes, a lógica do fascínio das imagens impera na relação entre tela e espectador. Este artigo discute o estatuto da imagem na televisão a partir de um diálogo entre autores da filosofia da imagem, da comunicação visual e da psicanálise. Na perspectiva psicanalítica lacaniana, o fascínio da imagem é produzido não somente pelo espaço televisivo, mas, sobretudo, pelo olhar do espectador. Com esse referencial teórico, aborda-se a imagem televisiva para além de um paradigma representacional pautado no realismo, ancorando-se em outra forma de materialidade, encarnada no próprio olhar. O fascínio é interpretado como uma cena própria da relação do sujeito com as imagens, produzindo uma ruptura que as endereça para um outro lugar, fora do campo perceptivo. A partir dessa outra cena do olhar, apresenta-se um modo de fundamentar a investigação com imagens televisivas em psicanálise.

¹ Este artigo é um dos resultados da dissertação de André Lucas Guedes de Souza, realizada no Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal de Alagoas (PPGP/Ufal), sob orientação da coautora.

² Mestre em Psicologia pela Universidade Federal de Alagoas. E-mail: andregsouza96@gmail.com.

³ Doutora em Psicologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor Associado da Universidade Federal de Alagoas. E-mail: susane.zanotii@ip.ufal.br.



PALAVRAS-CHAVE:

psicanálise; imagem; realismo; televisão.

ABSTRACT

The television image is created from a continuous and dispersed space, condensed in one of its most fertile creations: reality shows. In these, the logic of the fascination of the images prevails in the relationship between the screen and the viewer. This article discusses the status of image on television from a dialogue between authors of the philosophy of image, visual communication and Lacanian psychoanalysis. In the Lacanian psychoanalytic perspective, the fascination of the image is produced not only by the television space, but by the viewer's gaze. It is argued that research in psychoanalysis approaches the television image beyond a representational paradigm based on realism, anchoring itself in another form of materiality, embodied in the gaze itself. The fascination of images is interpreted in Lacanian psychoanalysis as a scene specific to the subject's relationship with them, producing a rupture that addresses them to another place, outside the perceptive field. It is in this other place that research in psychoanalysis focuses on television images.

KEYWORDS:

Psicoanalysis; image; realism; television.

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste artigo é discutir o estatuto da imagem na televisão a partir do diálogo entre os estudos sobre a imagem televisiva e a psicanálise lacaniana. Esse aspecto mostrou-se fundamental no percurso metodológico de um estudo psicanalítico sobre o amor na atualidade, a partir do *reality show* “*Catfish: The TV Show*” (2012-). Privilegiamos Baudrillard (2011) e Bucci (2021), nessa interlocução com a psicanálise, a partir de um fio condutor: o espectador, este que visualiza imagens nas telas, em sua própria casa, e se entretém com elas. Iniciamos discutindo a noção de



“instância da imagem ao vivo”, de Bucci (2021), para evidenciar a sua lógica nos *shows* televisivos.

2. AS IMAGENS TELEVISIVAS E A ‘INSTÂNCIA DA IMAGEM AO VIVO’ EM EUGÊNIO BUCCI

Eugênio Bucci, jornalista e pesquisador de comunicação visual, elabora, em 2004, a noção de “videologia”. Bucci (2004) entende a televisão como um lugar que constrói narrativas, não somente reproduz. As “videologias” têm como principal fundamento a teoria dos aparelhos ideológicos do Estado, de Althusser. Bucci (2004, p. 38) faz uma digressão apontando que a televisão alcançou a dimensão de um aparelho ideológico que, pela centralidade do olhar, se torna videológico:

Como nos sonhos, como na ideologia em geral, como no inconsciente, o passado e o futuro deságuam um no outro; não há começos encadeados a meios e fins; as narrativas lógicas se dissolvem numa pasta que, não obstante, tem um sentido profundo: o sentido integrado pelo olhar. O sentido não é apenas ideológico, mas videológico. É a (v)ideologia que interpela os indivíduos enquanto sujeitos.

O termo “videologia”, que Bucci (2004) propõe, coloca em pauta não só a televisão, mas qualquer objeto audiovisual como produtor de uma tessitura simbólica que, em nossa época, implica a visibilidade como um espaço de subjetivação. O lugar criado na televisão “[...] não se resume ao que está na tela, mas se completa quando sua luminescência banha os olhos do telespectador” (BUCCI, 2004, p. 33). O olhar do espectador está incluso nesse conteúdo fascinante, que extrai do sujeito sua capacidade reflexiva (BUCCI, 2004).



Interpreta-se que a televisão vincula o olhar do espectador à própria estrutura de seus conteúdos. O espetáculo é a ordem do olhar: “Alguém já disse que ‘nós somos seres olhados no espetáculo do mundo’. Eis aí como se consoma o lugar em si da TV, um lugar do olhar: que nos olha, que nos interpela, que nos designa e nos localiza antes de que para ele nós olhemos” (BUCCI, 2004, p. 33). Assim, para Bucci (2004), não só um voyeurismo funciona nessa lógica, mas também um exibicionismo, pois o que se olha é o que se exhibe para o olhar do mundo.

É nessa sede pela imagem ao vivo que o fascínio da transparência tem a televisão como um dos principais objetos da cultura contemporânea que sustentam tais ideais (BUCCI, 2021). É nessa ordem que, em 2021, Bucci elabora a categoria de “instância da imagem ao vivo”, em seu livro *A superindústria do imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível*. Nesse livro, Bucci (2021) retoma a noção de videologia para desenvolver uma ideia: o olhar é um objeto de consumo e de trabalho no capitalismo, hoje, e as telas são o principal ordenador subjetivo dessa lógica.

Dessa forma, Bucci (2021) compreende que o capitalismo deslocou a função do olhar de uma atividade de situar o sujeito em relação com um mundo para uma função de valor de mercadoria. O autor sustenta que o olhar é o principal atrativo para compra: estamos trabalhando quando vemos televisão e, no meio de um programa, aparece a imagem de uma marca vendendo a imagem de seu produto (BUCCI, 2021). Assim, na videologia contemporânea, o olhar é o mediador da função alienante do sujeito às imagens na tela, e isso se dá por meio da “instância da imagem ao vivo” (BUCCI, 2021).



Em que se baseia essa instância? Primeiramente, o pesquisador utiliza o termo instância como “um instante que insiste em instar. Mais que um jogo de palavras, essa insistência do instante que insta, que nos apela com sua interpelação e sentido de urgência” (p. 43). Ou seja, o instante é um lugar no qual se produz um sentido, um momento em que se cria uma cadeia associativa de palavras que formam um contorno comunicativo (BUCCI, 2021). A urgência e o movimento rápido são a tônica da imagem ao vivo: não há espaço para um exercício reflexivo.

É um lugar de urgência de sentido, em que a matéria que faz associação e produz um contorno simbólico é a imagem, que toma forma como objeto de consumo (BUCCI, 2021). Essa instância “convoca a plateia por meio das identificações fáceis, quase hormonais, muito mais explícitas; acaricia o olhar com ofertas de prazeres contemplativos: promete deleites gozosos, antropomorfizando e personificando o que lhe passa à frente; do acolhimento prazeroso aos sentidos do corpo” (p. 49). Segundo Bucci (2021, p. 50) esse movimento fascinante é endossado pela “aderência entre um ícone (um amuleto, uma figura, um nome, um logotipo, uma marca) a um sentido imediato (sem mediação da razão), envolvendo estímulos lascivos”.

Então, as imagens televisivas, hoje, garantem a prevalência da instância da imagem ao vivo como uma forma de imputar o próprio olhar de quem vê como um objeto de trocas mercantis (BUCCI, 2021). O efeito dessa lógica é a pobreza simbólica em que uma imagem é reduzida a um sentido imediato, sem um exercício crítico de apreensão da imagem, sem mediação pela palavra (BUCCI, 2021). Inclusive, o próprio pesquisador define esse movimento como



uma espécie de ausência de consciência, ausência de uma dialetização para a apreensão daquilo que é visto (BUCCI, 2021).

Se Bucci (2021) entende a origem do fascínio da imagem televisiva pelo processo de uma consumação do olhar como um objeto mercantil, vemos, em Baudrillard (2011, p. 147), que este tem um fundamento na própria criação da imagem: “A imagem-foto ou a imagem cinema passa ainda pelo negativo (e o projetivo), enquanto a imagem-televisão, a imagem-vídeo, a numérica, a de síntese etc., são imagens sem negativo e, portanto, também sem negatividade ou referência”. Para Baudrillard (2011), essa lógica das imagens fermenta uma espécie de narcose, de anestesiamento do espectador.

Mas por que o teor fascinatório de uma imagem estaria somente em uma questão técnica de sua criação? O fato que Baudrillard (2011) nos convida a refletir é que, na técnica de criação imagética, a “imagem-vídeo” é uma imagem sem um referencial simbólico: está ali, nua e crua, e o espectador seria uma espécie de abutre, à espreita de algo novo em decomposição. Porém, as reflexões feitas por Bucci (2004, 2021) e Baudrillard (2011) apontam para um lugar do espectador em ausência, um mero efeito da imagem que vê nesse *continuum* fascinatório repetitivo.

Não obstante, a conclusão de Baudrillard (2011) sobre a origem do efeito fascinatório da imagem televisiva elide um fator que é determinante para a psicanálise: o espectador. Para além da imagem, há um sujeito que olha. Já Bucci (2021) compreende o movimento fascinatório como uma despossessão da razão em prol de uma lógica mercantil capitalista. Tanto Baudrillard (2011) como Bucci (2021) apostam na destituição do sujeito que olha uma imagem na lógica televisiva. Enquanto Baudrillard



(2011) entende esse movimento como algo próprio da criação da imagem, Bucci (2021) entende que a narcose do espectador está na lógica mercantil que subjaz a sua criação. O que veremos a seguir é um aprofundamento em uma criação da televisão que condensa essa lógica da instância da imagem ao vivo: os *reality shows*.

3. A TELEVISÃO E SEUS REALITY SHOWS

O campo televisivo é vasto, possuindo inúmeras complexidades no que tange às dinâmicas de cada programa. Tal como Jost (2007) postula, a televisão tem uma herança forte do rádio e do cinema, mas isso não faz dela uma panaceia entre essas duas formas de comunicação. Nesse sentido, foi feita a delimitação dos *reality shows* como objeto de interesse. Tem-se essa forma televisiva como uma condensadora da lógica fascinante, marcada pela completude do movimento das imagens: a “instância da imagem ao vivo” (BUCCI, 2021).

Destaca-se que os *reality shows* são um formato de programa televisivo que quebra recordes de audiência. Em 2021, o Big Brother Brasil, intitulado como “Big dos bigs”, em sua final, teve a melhor média de audiência em *reality shows*, com cerca de 40 milhões de espectadores (MORENO, 2021). Pontua-se, ainda, a grande audiência de outros *shows* televisivos, como *No limite* (2021), *A fazenda* (2021), *Masterchef* (2021) e *The voice* (2021). Esses dados mostram que os *reality shows* são produtos televisivos que têm, no Brasil, um alcance imaginário contundente. Isso exige de pesquisadores uma atenção em relação a esses produtos, que são ofertados ao consumo em televisão aberta.

Ainda nessa temática, o maior serviço de *streaming* no mundo, a Netflix, está produzindo várias franquias desse mesmo gênero, tais como



Brincando com fogo (2021) (que já tem a edição brasileira), *The circle* (2021) (também com a edição brasileira) e, recentemente, a versão brasileira de *Casamento às cegas* (2021). Assim, entende-se que, não só no Brasil, mas no mundo globalizado, os *reality shows* são objetos de consumo que possuem um imponente poder no imaginário social (BUCCI, 2021; FELDMAN, 2008).

Essa soberania da instância da imagem ao vivo faz Bucci (2021) entender que estamos em uma lógica simbólica imaginizada, ou seja, com uma relação que se pauta no uso da palavra (simbólico) permeado por imagens: a imagem ganha um estatuto similar ao do signo linguístico. Bucci (2021, p. 145) chama esse processo de cooptação da imagem pela palavra de “hegemonia dos significantes visuais”, que tem seu reduto na redoma transmidiática: “As redes sociais com seus memes, suas figurinhas, seus emojis (os novos hieróglifos) e seu lixo cintilante levaram ao paroxismo a hegemonia automática do sistema significante dominante na instância da imagem ao vivo”. Assim, pode-se entender que há um fascínio, nessa instância, que faz das imagens uma forma da verdade: a visibilidade, tão evidenciada pelos *reality shows*, evoca esse lugar de uma vida nua e crua (JOST, 2007).

É na tentativa de se entender em que se pauta a indústria televisiva que Jost (2007) afirma que a televisão, desde seus primórdios, está submetida à lógica de “mostrar a vida como ela é” e transmiti-la. E, mesmo que os programas televisivos não estejam ao vivo, eles são montados nessa temporalidade, nesse paradigma da instância da imagem ao vivo que Bucci (2021) ressalta tanto, com esse tempo de urgência. Não obstante, essa espetacularização, que “mostra a vida como ela é”, junto com o tempo de urgência na instância da imagem ao vivo, é desenvolvida por Rezende e Lavinias (2017, p. 88), que, ao analisarem, a espetacularização em *reality shows* de gastronomia, entendem que:



Por mais que o telespectador tenha consciência de que as imagens em um reality show de gastronomia não são ao vivo, particularmente porque o tempo de preparo dos pratos ultrapassa a própria lógica da produção televisiva, ancorada (ainda) em grades de programação que operam sistemas comerciais (de tempo e anúncios publicitários), a edição fornece aspectos de “realidade” à medida de sua montagem.

Esses fragmentos do acontecido consistem numa espécie de apreensão da realidade como ela é, fazendo dela mesma uma forma ficcional. O telespectador frui no jogo de realidade da transmissão televisiva: “É como se presenciássemos na tela o que acontece do lado de fora dela, ou seja, um cenário de competição” (REZENDE; LAVINAS, 2017, p. 87). Esse apelo realista – termo destacado por Feldman (2008) para expor que a visibilidade se materializou com a verdade e a realidade na consolidação das mídias comunicativas – indica o poderio de uma retórica baseada na estetização do evidente.

Com os *reality shows*, essa aposta na transparência e na crueza da informação foi dando lugar a uma forma de entretenimento. Nesse ponto, é impossível não evocar o clássico de Debord (1997), *A sociedade do espetáculo*, em que o cineasta e filósofo estipula que esse espetáculo de imagens muda as relações sociais entre sujeitos, fazendo da própria vida uma relação entre imagens: “o espetáculo não é o conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas mediada por imagens” (p. 144). O que a televisão mostra, em suas imagens em movimento, é a própria relação cotidiana. Este é o maior espetáculo: não a exposição, mas a própria mediação entre sujeitos, que está marcada pela imagem vulgarizada, pela visibilidade.

Sabe-se que os *reality shows* não são homogêneos: são variados e possuem diversas formas de estruturação, produção, edição. Entretanto, essa estética pautada em um apelo ao real da evidência condiciona uma forma



que opera nesses programas televisivos (FELDMAN, 2008). Além disso, o entretenimento se alia à evidência e ganha um caráter de jogo, visto que, em sua maioria, há uma lógica de competição, de sobrevivência que aponta para um uso da imagem ao vivo, uma captação da verdadeira coisa que está ali na aparência (FELDMAN, 2008).

Essa dimensão, que se pode dizer lúdica, é estudada por Viana (2012) ao fornecer a proposta de que os *reality shows* são uma forma de ritual de sofrimento. Esse ritual é pautado na extração de acontecimentos captados pelas câmeras e transformados em imagens que ganham uma consistência de verdade aparente (VIANA, 2012). É como se o ditado popular “as aparências enganam” fosse transportado para uma forma programática de criação de situações, para que se ateste se essa premissa condiz ou não com a “realidade” (VIANA, 2012).

Essa nova forma realista da instância da imagem ao vivo leva consigo uma lógica altamente abstrata, que Bucci (2021) entende como um movimento que não cessa, em que a temporalidade é perdida em prol de uma continuidade ilusória. “O ao vivo também não se esgota com o esgotamento do fato a que se refere, mas tem a propriedade de poder alongá-lo indefinidamente” (BUCCI, 2021, p. 64). Ou seja, uma cena que acontece em algum momento e é televisionada é comentada a semana toda, como se o fato estivesse ocorrendo. Há a suspensão de um corte temporal necessário para uma dimensão reflexiva acerca do fato, e se esvanece toda potência negativa da imagem:

Uma cena perdura no ar e, assim, faz perdurar o acontecimento num estado de acontecendo, numa temporalidade elástica. O ao vivo não é um atributo das imagens e seus conteúdos conexos, assim como não é um atributo dos fatos, mas da própria instância. (BUCCI, 2021, p. 64)



Ou seja, a imagem está condicionada a uma instância, um lugar no qual se produz uma inconsistência temporal, como no caso da instância da imagem ao vivo. A imagem não está ao vivo, mas o espaço comunicativo está a todo momento presente, fazendo dessas imagens e situações acontecimentos presentes. Pode-se ver essa lógica expandida, por exemplo, quando a fala polêmica de algum participante de *reality* causa uma comoção exponencial nas redes sociais, como evidenciado por Ehrenberg e Souza (2019). Para os autores, a implicação transmidiática que os *reality shows* incluem em sua lógica permite que, o que acontece naquele espaço seja ampliado e divulgado em outros lugares, principalmente nas redes sociais (EHRENBURG; SOUZA, 2019).

Ressalta-se que, nas teorias de Baudrillard (2011), Bucci (2021) e Debord (1997), há um binarismo acerca do que é verdadeiro/falso, real/virtual, ficção/realidade, aspecto que aproximamos do que Žižek (2003) problematizou como “paixão pelo real”. Essa paixão, que produz o apelo ao realismo, tem como resultado só mais uma forma não realista da coisa que se apresenta: “[...] ainda que se apresente como reais para valer, as pessoas que neles aparecem estão representadas – representam a si mesma” (p. 23). Longe de ser um simulacro, a paixão pelo real é a própria fuga a ele (ŽIŽEK, 2003).

Essa inversão feita por Žižek (2003) condiz com a proposta psicanalítica, que oferece um outro modo de pensar a dimensão da verdade, realidade e visibilidade pela via do olhar como um objeto de causa de desejo (LACAN 2008). Para introduzir essa dimensão do olhar fora do campo realístico sem perder de vista um lugar de representação, em que o fascínio se coloca como implicação subjetiva, recorreremos às palavras de Hooks (2017, s. p.):



O “olhar” sempre foi político na minha vida. Imagine o terror que a criança sente quando, após repetidas punições, vem a entender que o olhar pode ser perigoso. A criança que aprendeu tão bem a olhar para o outro lado quando preciso. No entanto, quando punida, os pais lhe dizem: “Olhe para mim quando falo com você!”. Só que a criança tem medo de olhar. Tem medo, mas é fascinada pelo olhar. Há poder em olhar.

A situação que Hooks (2017) evidencia é essa dinâmica do olhar que não cessa no fascínio, mas em que o próprio fascínio é um signo de um outro lugar, este produzido pela experiência do olhar. Nesse ponto, a psicanálise contribui com o debate acerca da instância da imagem ao vivo a partir das elaborações de Jacques Lacan (2008) sobre a esquizo do olho e do olhar, deslocando o lugar do sujeito nessa gramática televisiva que, supostamente, o destitui.

4. O OLHO E O OLHAR: A ANAMORFOSE DAS IMAGENS EM LACAN

Em 1964, o psicanalista francês Jacques Lacan, em um diálogo com o filósofo Merleau-Ponty acerca da fenomenologia da percepção – precisamente o que é visível e o que é invisível –, indicou que, no ato de ver, o olhar se distancia da função orgânica do olho. Ou seja, opondo-se a Merleau-Ponty, que faz da percepção uma condição do ato de ver, Lacan (2008) demonstra que há uma esquizo entre o olho e o olhar, operando no que se estabeleceu, a partir daquele momento, com a pulsão escópica.

O ato de olhar não é meramente um ato de perceber, mas uma pulsão, uma fronteira entre o psíquico e o orgânico na qual o olho se torna um lugar de onde se extrai uma causa de desejo (FREUD, 2013; LACAN, 2008). O olho é um órgão; o olhar, um objeto de investimento libidinal: um objeto a (LACAN,



2008). Importa destacar que a noção de objeto a, no ensino de Lacan, liga-se ao desejo, mas “já não se trata do desejo, à maneira da concepção de consciência husserleriana, movido pela intenção, um desejo que se dirige ao objeto. Trata-se a partir de então, do desejo ‘causado’, determinado pelo objeto” (VIVAS, 2008, p. 47). Assim, o olhar não é concebido como um ato de intenção, mas um acontecimento que rompe com ela e faz uma barra no determinismo perceptivo.

Para pensar esse caráter fascinatório das imagens, articulamos essa esquizo do olho e do olhar em relação à dimensão de anamorfose trabalhada por Lacan (2008). Lacan (2008) sustenta suas formulações a partir da análise do quadro “Os embaixadores”, de Hans Holbein. A referida pintura apresenta Jean de Dinteville, embaixador francês, junto com Georges de Selve, um bispo, se apoiando em uma cômoda cheia de objetos espalhados. O quadro é intrigante por apresentar uma anamorfose de um crânio na parte inferior da pintura, exigindo, de quem olha, um trabalho de mudança de perspectiva para conseguir apreender com clareza o objeto inanimado no quadro.

Como Lacan distingue o olho do olhar? A partir do que ele define com a função de uma mancha no que se vê: “Se a função da mancha é reconhecida em sua autonomia e identificada à do olhar, podemos procurar sua inclinação, seu fio, seu traço, por todos os estágios da constituição do mundo no campo escópico” (LACAN, 2008, p. 78). Assim, uma mancha indica uma certa topologia, em que “[...] ao mesmo tempo o que o comanda mais secretamente e o que escapa sempre à apreensão dessa forma da visão que se satisfaz consigo mesma imaginando-se como consciência” (LACAN, 2008, p. 78). Na anamorfose, existe uma dialética em que o reconhecido se funda por meio daquilo que escapa em uma imagem, levando à conclusão de que a consciência do visto é uma função psíquica de satisfação do próprio órgão, uma imaginação.



Essa dinâmica do olhar coloca em jogo que “não só isso olha, mas que isso mostra” (LACAN, 2008, p. 78). A mancha, então, pode ser definida como um ponto causal, um ponto de real, nomeado por Lacan (2008) de **ponto tíquico**, em alusão à ideia de *tiquê* de Aristóteles. Lacan (2008) entende que a *tiquê* de Aristóteles define uma repetição que coloca em jogo uma causa, um encontro do real. Assim, a mancha no olho é uma insígnia do olhar, pois condiciona uma experiência que brinca com a representação. É nesse brincar que se apresenta um sujeito dividido. O olhar, por ele mesmo, é expropriado da visão: está fora do campo dito perceptivo, quebrando com um realismo, mas incluindo um modelo representacional definido pela própria extração desse encontro tíquico.

O olhar, para Lacan (2008), encarna um limite no processo de representação plena trabalhado por Merleau-Ponty em sua fenomenologia da percepção, a quem Lacan crítica ao propor o olhar como um objeto causa de desejo. Assim, o olhar não é uma percepção, muito menos uma representação plena do que é visível e invisível em um objeto, mas “uma substância inominada da qual eu mesmo, o vidente, me extraio” (LACAN, 2008, p. 85). Segundo Freitas e Weinmann (2017, p. 28), “é no instante que falta a visão das imagens de conquista e saber, ou seja, em que a representação desaparece, que surge o olhar como causa do desejo escópico”. O olhar opera no espaço de um campo de visão em que o sujeito se apresenta enquanto faltoso, angustiada.

Nas palavras do psicanalista francês, “a anamorfose nos mostra que não se trata, na pintura, de uma reprodução realista das coisas do espaço – expressão sobre a qual há aliás muitas reservas a fazer” (LACAN, 2008, p. 94). O sujeito é cooptado pela consciência no espaço geométrico da visão,



ali onde pode se supor um certo realismo. O que Lacan (2008) destaca é que se trata de uma produção que evanesce o sujeito do inconsciente. O que, na verdade, realiza o efeito da pintura não é seu realismo, mas seu teor enigmático; a caveira como um ponto que enquadra a percepção da pintura – fazendo do realismo uma mera ilusão – e a insistência como um ponto real na imagem.

A partir dessas formulações, o que interessa ressaltar, nessa esquete, é uma contraposição ao modelo realista, tão presente nos comentários dos autores de estudos da imagem mencionados anteriormente. Há um lugar de representação acabado em si mesmo, complementando um processo de significado ali nas imagens. A imagem representa a realidade, e a realidade se mostra nas imagens.

Faz-se necessário ressaltar que, no processo de ver uma imagem, “o olhar está do lado de fora, sou olhado, quer dizer, sou quadro” (LACAN, 2008, p. 107). Ou seja, não há realismo na imagem: há um olhar que implica uma reconfiguração da posição de quem vê:

É aí que está a função que se encontra no mais íntimo da instituição do sujeito no visível. O que me determina fundamentalmente no visível é o olhar que está do lado de fora. É pelo olhar que entro na luz. E é do olhar que recebo seu efeito. Donde se tira que o olhar é o instrumento pelo qual a luz se encarna, e pelo qual – se vocês me permitem servir-me de um termo, como faço frequentemente, decompondo-o – sou foto-grafado (LACAN, 2008, p. 107).

Se voltarmos ao início de nossa discussão, com Bucci (2021), sobre a pobreza simbólica do estatuto da imagem na atualidade, Rivera (2018) nos ajuda a avançar. Embasada nas implicações freudianas acerca da interpretação dos sonhos, Rivera (2018) resalta que a imagem pode ter duas funções: a



de encobrir e a de desvelar. Freud (2017 [1900]), por mais que entenda que o sonho é o relato do sonho, há uma experiência forte com uma imagem: a escrita onírica é pictórica (FREUD, 2017; RIVERA, 2018).

Tendo como principal fundamento o relato onírico, Rivera (2018) entende que esse processo de desvelar-encobrir se define por dois termos que a própria psicanalista elabora: imagem-furo e imagem-muro. Um exemplo que Rivera utiliza da doutrina freudiana é a célebre elaboração da lembrança encobridora (FREUD, 2016 [1899]), em que o fundador da psicanálise trabalha a relação entre imagem e memória.

A lembrança encobridora é uma lembrança que vela a dimensão traumática de uma cena originária. Há um processo de interposição que rege essa cena, em que o elemento traumático substituído se faz presente na sua própria substituição (FREUD, 2016). Na interpretação de Rivera (2018, p. 52), “assim Freud faz da reprodução mnêmica uma construção que encobre a verdade, mas de alguma maneira a deixa entrever e pode, portanto, ser perscrutada em uma tentativa de desvelamento”.

Portanto, Rivera (2018, p. 52) eleva a ideia de lembrança encobridora de Freud (2016) a um paradigma estético para pensar a imagem como muro e como furo. Então, “a imagem é obstáculo, é véu sobre o trauma, e podemos chamá-la, nessa vertente, de *imagem-muro*. Mas por entre sua trama, em suas lacunas, encontra-se, in-visível, um acontecimento terrível – em sua vertente, digamos, *imagem-furo*”. Na própria imagem extraída na continuidade fascinatória, há um muro que resiste à significação e há um furo que implica uma escrita da in-visibilidade própria da mancha, que se impõe a quem tem um olhar atento à televisão.

Entretanto, um importante efeito da imagem televisiva no espectador, elencado por Bucci (2021) e Baudrillard (2011), é uma espécie de narcose,



uma desimplicação do espectador diante da tela. Com a esquizo do olho e do olhar, como pensar essa desimplicação fascinatória da imagem televisiva?

5. UMA VERTIGEM DO OLHAR?

O olhar está extraído da visão. Há uma esquizo no olho e no olhar que rompe com o campo perceptivo. Bucci (2021) e Baudrillard (2011) entendem que o fascínio da imagem está condicionado ao lugar perceptivo, em que a técnica e a lógica da produção das imagens fazem delas uma prótese tóxica, em que o espectador consome e é consumido por elas.

No entanto, com o aporte psicanalítico, Laia (1995) nos apresenta um norte para indicar o lugar do espectador nessa dinâmica das imagens televisivas: a tela da televisão não é um espelho, não tem um paradigma especular. A partir da esquizo do olho e do olhar, pode-se entender como uma imagem vira um quadro, ou até mesmo uma janela, na qual o sujeito olha em falta, e na qual se produz um furo que impele o sujeito que vê à produção de um sentido. Laia (1995) ressalta que a televisão não permite à imagem ser entendida como um quadro: há uma opacidade nessa tela televisiva.

Essa opacidade, de início, vela a própria opacidade que uma imagem não televisiva produz: por exemplo, uma pintura, uma fotografia. Essas imagens precisam de uma luz externa em que a mancha se apresenta pelo ponto luminoso, produzindo uma opacidade (LAIA, 1995). Laia (1995, p. 409) considera que toda imagem tem um ponto opaco: “toda imagem comporta uma certa opacificação na medida que ela coincide com o que nesse campo aparece como tela”. Então, a tela preta é um ponto inicial para a lógica da instância da imagem ao vivo, mas, em comparação com a



fotografia e a pintura, há uma discrepância na própria formação da imagem que é devida à tela (LAIA, 1995).

Em diferença, Baudrillard (2011) aponta uma reflexão: no cinema, a atuação se apresenta enquanto uma ficção que atinge uma realidade; na televisão, há uma realidade produzindo uma realidade, uma ficção produzindo outra ficção. Ora, aqui cabe reafirmar a máxima lacaniana: “A necessidade estrutural que é carregada por toda expressão da verdade é justamente uma estrutura que é a mesma da ficção. A verdade tem uma estrutura, se podemos dizer, de ficção” (LACAN, 1995, p. 258-259).

Ou seja, Lacan (1995), ao pensar que toda verdade tem uma estrutura de ficção, rompe com formalismos realistas, o que possibilita trabalhar com um regime diferente de Baudrillard (2011), partindo do pressuposto de que a verdade não se encontra na percepção ou em uma realidade, mas na própria condição ficcional que se dá a essa categoria. Assim, não se trata de uma realidade interferindo em outra realidade, produzindo ficções do visível, mas do fato de que nesses semblantes se produz uma verdade deslizando. Partindo desse pressuposto, nos distanciamos da explicação de base realista, para a qual o teor fascinatório das imagens televisivas se dá pela incitação ao olhar pela lógica da “verdade nua e crua”.

Uma alternativa que Laia (1995, p. 410) nos oferece para entender o fascínio das imagens é a dimensão da tela opaca, que, por si mesma, produz sua própria luminosidade, que tem um efeito de pastagem: “[...] o campo das imagens televisivas se oferece como uma espécie de pasto”. Esse efeito de pastagem, para Laia (1995, p. 410), enuncia uma perda daquilo que Lacan chamou de mancha:



Pastagem eletrônica para os olhos que se colocam diante delas, efeito paralisante da televisão obtido graças ao desarmamento da força ofuscante do olhar pela compactação violenta da profundidade do campo que, para além da tela, da imagem, resta sempre ambígua, variável imperiosa.

Nesse ponto, a ideia de Bucci (2021) de uma certa colonização do olhar na lógica das imagens televisivas encontra uma confluência com as propostas lacanianas acerca da esquizo do olho e do olhar, visto que esse efeito de pastagem ressaltado por Laia (1995) expropria do olhar sua condição de objeto causa de desejo, fazendo com que o espectador seja um mero visualizador.

O trabalho de Gomes, Pedrosa Filho e Texeira (2019) amplia esse debate sobre a expropriação do olhar, levando em consideração que o exibicionismo é diferente da exibição. Logo, é preciso diferenciar o que é uma lógica exibicionista, própria da pulsão escópica, de uma lógica da exibição, que se relaciona com a visão, não com o olhar.

Gomes, Pedrosa Filho e Texeira (2019) evidenciam que a lógica contemporânea se vale da exibição, ou seja, ver e ser visto. Para os/as autores/as, fazer essa pontuação é salutar, pois “o olhar causa embaraço, estorvo, perturba a imagem, e põe em xeque a função da visão. A visão serve justamente para tirar o olhar da cena, garantindo uma permanência ostentatória, fálica. Por isso é frustrante publicar e não ser visualizado” (GOMES; PEDROSA FILHO; TEXEIRA, 2019, p. 96). Assim, o que acontece nas telas de um modo geral (televisão e celulares) é uma lógica da exibição, que exclui o olhar como um objeto causa de desejo, e o capitaliza, velando a angústia que a própria pulsão escópica inclui em sua relação com a alteridade



(GOMES; PEDROSA FILHO; TEXEIRA, 2019). Há uma perda da experiência do olhar como um lugar de eclipse do sentido.

Essa divisão proposta pelos autores citados anteriormente possibilita pensar que o teor fascinatório das telas se dá pela inflação da visão na esquizo do olho e do olhar (GOMES; PEDROSA FILHO; TEXEIRA, 2019). Inflação proporcionada pela própria criação das imagens virtuais na instância da imagem ao vivo, que elidem a mancha, que é a fratura que há na divisão de um quadro, ou até mesmo de uma fotografia, e propriamente de uma tela (LACAN, 2008; LAIA, 1995; GOMES; PEDROSA FILHO; TEXEIRA, 2019).

Assim, esse processo não se assemelha a um paradigma da razão: a pulsão escópica evoca o avesso da razão, em que Lacan (1998) estipula uma inversão do *cogito* cartesiano: “eu não sou lá onde sou joguete de meu pensamento; penso naquilo que sou lá onde não penso pensar” (LACAN, 1998, p. 521). Essa inversão de Lacan (1998) conflui com a própria esquizo do olho e do olhar. Sendo assim, a visibilidade implica um gozo da imagem que condiciona e capitaliza o ver, formando, na exibição, o destino de um aprisionamento narcísico.

Contudo, na psicanálise lacaniana, não se utiliza desse argumento como falta de reflexividade ou falta da razão, mas como um certo embotamento subjetivo que elide um encontro com a alteridade, evidenciando um mal-estar próprio dessa inflação da visão no olhar. Tanto Laia (1995) como Gomes, Pedrosa Filho e Texeira (2019) ressaltam uma relação entre espectador e televisão que beira uma adicção:

A exibição, numa outra via, toma da cultura seu viés de adicto, o imperativo do gozo escópico na contemporaneidade, revelando um mal-



estar do olho, no campo das visibilidades, e pedindo, portanto, sempre uma nova e repetida autenticação das telas anônimas e desencarnadas das redes sociais (GOMES; PEDROSA FILHO; TEXEIRA, 2019, p. 98).

Destaca-se que o estudo de Gomes, Pedrosa Filho e Texeira (2019) focaliza o uso das telas do celular para pensar a lógica da visualização, que elide o olhar, dando prevalência à visão como esse destino de satisfação libidinal. Contudo, a tela do celular é a mesma da televisão: é um espelho opaco, o que leva a considerar que a televisão também está nesse campo da visão que elide o olhar. Importa realçar que a instância da imagem ao vivo condiz com a tela opaca (BUCCI, 2021). Porém, seria a televisão um instrumento que elide a fratura do olhar?

6. A OUTRA CENA DO OLHAR

No intuito de avançar na interlocução entre os estudos da imagem, a crítica televisiva e a psicanálise, voltamos à fala de Hooks (2017) sobre o olhar, que nos ensina que **a imagem que fascina é, também, a imagem que fratura**. Essa proposta aproxima-se das considerações de Laia (1995) quanto ao efeito de pastagem da televisão, mas também do “[...]sentido inverso, isto é, fazer vazar na própria tela o olhar: a tevê torna-se, literalmente, o canal transmissor de alguma coisa que te vê” (LAIA, 1995, p. 411). Ou seja, a própria tela, que elide um olhar, pode “vazar” e, assim, a marca de uma inscrição, para que seja possível dizer algo sobre a divisão que o olhar produz. Laia (1995, p. 411) conclui:

O olhar que invade a tela de TV não é o que é presentificado por aquele que visa diretamente a telecâmara, nem pelo olhar que se encontra ausente quando estamos diante de uma imagem na qual



tanto essa presença quanto essa ausência do olhar se mantêm ao nível da mediação televisiva [...] trata-se de um olhar opacificado pela tela.

Assim, servimo-nos da imagem televisiva, na pesquisa psicanalítica, levando em consideração não só seu próprio fascínio, mas a potência inversa que condensa a sua imagem (LAIA, 1995). Há uma confluência entre a reflexão de Laia e a dimensão estética da imagem proposta por Rivera (2018) entre a imagem-furo e a imagem-muro. Pode-se pensar que a imagem televisiva condensa, em seu teor fascinante (imagem-muro), uma fratura que o sustenta (imagem-furo). Essa indicação é fundamentada, também, a partir do que Laia (1995, p. 411) afirma: “O olhar invade a tela da TV”.

Isto posto, consideramos que o pesquisador, preocupado pela esquizo do olho e do olhar proposta por Lacan (2008), pode se servir da anamorfose para sustentar o uso de imagens televisivas na pesquisa psicanalítica. Esse movimento anamórfico da posição do pesquisador permitirá aprender que, nas imagens, há um discurso que as sustenta, e que as mesmas podem curto-circuitar tal discurso. Laia (1995, p. 414) entende que, se tomamos essa dupla potência da imagem ao olhar um programa televisivo, o espectador estará diante de um semblante:

Em outros termos, a televisão poderá por vezes nos colocar diante do que Lacan chamou de *semblant* do que nos faz supor ao olhar um ser, pois suas imagens poderão fazer parecer alguma coisa sem deixar transparecer que o fazem, poderão fazer valer esse parecer sem se confundir com ele, permitindo ao telespectador se perguntar a propósito da verdade que irrompe nesse jogo.

Essa posição do espectador possibilita romper com as categorias estanques de verdade e mentira, falso e verdadeiro, e atingir aquilo que,



nessa dinâmica das aparências, produz um semblante que enuncia uma verdade. Na psicanálise lacaniana, a verdade tem um outro estatuto: “eu digo sempre a verdade: não toda, porque dizê-la toda não se consegue. Dizê-la toda é impossível materialmente: as palavras faltam. É justamente por esse impossível que a verdade provém do real” (LACAN, 1993, p. 11). O jogo que a psicanálise lacaniana faz com o olho e o olhar permite que as imagens televisivas não sejam tomadas de antemão como alienantes, pois a própria alienação à imagem se destina a uma fratura nela mesma.

Os *reality shows*, com sua ânsia narrativa, indicam uma tela que quer ver tudo: uma visão sem olhar cujo movimento fascinatório serve de uso para a função da verdade. Destaca-se a afirmação de Lacan (1993, p. 11): “É justamente por esse impossível que a verdade provém do real”. Ou seja, o real da imagem não está no apelo realista, mas no ponto impossível, uma mancha tíquica que há na própria relação com a imagem.

Para exemplificar esse movimento, a reflexão de Žižek (2003) acerca da repetição insistente das redes televisivas sobre o atentado terrorista ao World Trade Center se faz pertinente. Para Žižek (2003), a insistência constante nesse momento fatídico indica que o real se apresenta como algo “irreal”, fora da realidade. Para ele, a própria dialética entre o semblante e o real não pode ser reduzida à virtualização da vida cotidiana, em que o apelo ao real surge como uma necessidade de retornar à realidade nua e crua. Em suas palavras:

O Real que retorna tem o status de outro semblante: exatamente por ser real, ou seja, em razão de seu caráter traumático e excessivo, não somos capazes de integrá-lo na nossa realidade (no que sentimos como tal), e, portanto, somos forçados a senti-lo como um pesadelo fantástico. (ŽIŽEK, 2003, p. 29)



Assim, sem partir de uma categoria de verdade que se assemelha a um fato ou a um referente, e fazendo do semblante esse lugar operante que inverte o realismo televisivo, o retorno do Real é suportado por um novo semblante que ordena a irrupção do fato anterior (LACAN, 2009; LAIA, 1995; ŽIŽEK, 2003). Apoiado nessa teorização, o trabalho do pesquisador aponta para esse movimento no qual os semblantes produzem uma verdade, ali onde a representação falta. O semblante, que não é uma aparência para a psicanálise lacaniana, mas uma “apareência”, em que uma produção discursiva, seja ela imagética ou não, é suportada por uma verdade que não tem um valor estanque, é fugidio (LACAN, 2009).

O apelo realista, sustentado por Baudrillard (2011) ao postular que o que acontece na televisão é uma realidade produzindo uma realidade, encontra na psicanálise uma inversão; a realidade não é ficcional, mas a relação com a verdade tem uma estrutura de ficção, tal como propõe Lacan (1998). Nesse sentido, apostamos, com Žižek (2003, p. 30), que “é preciso discernir, naquilo que percebemos como ficção, o núcleo duro do Real que só temos condições de suportar se o transformamos em ficção”.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo da importância dos *reality shows* na atualidade, indicamos uma intersecção de saberes que versam sobre a relação entre o estatuto das imagens televisivas e a psicanálise lacaniana. A partir de autores que fomentam discussões na área da comunicação visual, na filosofia da imagem e na psicanálise, ressaltamos um ponto nodal no uso de objetos audiovisuais na pesquisa em psicanálise: o espectador.



A partir da psicanálise lacaniana, vimos que o fascínio da imagem televisiva faz dela um objeto com que se interpreta a cultura contemporânea. A esquizo do olho e do olhar se faz presente no fascínio causado pela tela opaca da televisão. Não obstante, fazer o olhar vazar dessas imagens é uma forma de dar ao movimento fascinante uma imagem que comporta uma fratura dessa lógica, possibilitando a emergência dessa outra cena do olhar.

Trata-se do olhar do pesquisador operando um corte nessa instância da imagem ao vivo, pois impor uma imagem é fazer um corte temporal na repetição constante da informação própria à televisão. Dar vazão ao olhar aponta para um exercício anamórfico, no qual se olha as imagens televisivas operando sob o movimento, extraíndo do lugar do “ao vivo” as imagens que estão nessa instância.

Destaca-se, como contribuição da psicanálise às pesquisas com objetos audiovisuais, que o próprio fascínio produz uma negatividade concernente à relação entre sujeito e imagem, do movimento da imagem à imagem no movimento, possibilitando um paradigma representacional que se diferencia do realismo. Os semblantes que se produzem nessa gramática do olhar guiam o pesquisador em direção ao real estruturante em que a pesquisa psicanalítica se funda.

Uma pesquisa psicanalítica parte do pressuposto de que a relação entre imagem, ficção e verdade tem seu principal lugar de emergência no espectador. A inflação da visão no olhar não impede que este possa emergir como uma fratura do campo perceptivo, tampouco impossibilita o sujeito de uma atividade reflexiva. O que está em jogo, nessa inflação da visão, é a relação com a alteridade. Nesse sentido, a psicanálise aposta no avesso da razão, no inconsciente, e a pesquisa psicanalítica



que privilegia as imagens televisivas aposta nessa outra cena que se apresenta na instância da imagem ao vivo.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, J. Televisão/Revolução: o Caso Romênia. In: PARENTE, André (org.) **Imagem máquina**. Rio de Janeiro: 34, 2011.

BUCCI, E. Sobre a televisão. In. KEHL, M. R.; BUCCI, E. (org.). **Videologias**. São Paulo: Boitempo, 2004.

BUCCI, E. **A superindústria do imaginário**: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Rio de Janeiro: Autêntica, 2021.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

EHRENBERG, K; SOUZA, R. Internet, transmídia e audiência participativa no universo das emissoras de TV aberta brasileiras. **Animus**: Revista Interamericana de Comunicação Midiática, v. 18, n. 36, p. 75-94, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/37383>. Acesso em: 2 out. 2022.

FELDMAN, I. O apelo realista. **Revista FAMECOS**, v. 15, n. 36, p. 61-68, 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4416>. Acesso em: 10 out. 2022.

FREITAS, A. S.; WEINMANN, A. O. Conjugando imagens, vertendo o olhar: notas sobre o filme “Perfect sense”. **Parrésia**: Revista Discente de Psicologia, Assis, v. 1, n. 1, 2017, p. 21-32.

FREUD, S. Pulsões e seus destinos. In. FREUD, S. **Obras incompletas de Sigmund Freud**. Belo Horizonte: Autêntica, 2013 [1915].



FREUD, S. **Interpretação dos sonhos**. Porto Alegre: L&PM, 2017 [1900].

FREUD, S. Lembranças encobridoras. In. FREUD, S. **Estudos sobre a histeria**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2016 [1899].

GOMES, A. C. C.; PEDROSA FILHO, R. B. A.; TEXEIRA, L. C. Nem ver, nem olhar: Visualizar! Sobre a exibição dos adolescentes nas redes sociais. **Ágora: estudos em teoria psicanalítica**, v. 24, n. 1, p. 91-99, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/agora/a/vGnfQLMdCQck5HscGGb7wLg/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 15 out. 2022.

HOOKS, B. O olhar opositivo: a espectadora negra. **Fora de quadro**, [S. l.], 26 maio 2017. Disponível em: <https://foradequadro.com/2017/05/26/olhar-opositivo-a-espectadora-negrapor-bell-hooks/>. Acesso em: 15 out. 2022.

JOST, F. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LACAN, J. **Televisão**. Jorge Zahar, 1993 [1974].

LACAN, J. **O seminário: a relação de objeto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995 [1956].

LACAN, J. A instância da letra no inconsciente ou a razão desde Freud. In. LACAN, J. **Escritos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998 [1957].

LACAN, J. **O seminário: os quatro conceitos fundamentais em psicanálise**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008 [1964].

LACAN, J. O seminário: de um discurso que não fosse semblante. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009 [1971].

LAIA, S. A visão de longe: televisão. In. ZBRUN, M. (org.). **A imagem rainha: as formas do imaginário nas estruturas clínicas e na prática psicanalítica**. Rio de Janeiro: 7 letras, 1995.



MORENO, V. BBB 21 chega à final com recordes e favoritismo de Juliette. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 4 maio 2021. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/bbb21/2021/05/bbb-21-chega-a-final-com-numericos-recordes-e-favoritismo-de-juliette.shtml?origin=folha> . Acesso em: 12 out. 2022.

REZENDE, R.; LAVINAS, E. L. C. Gastronomia midiática: reality shows e a estetização da comida na TV. **Lumina**, [S. l.], v. 11, n. 3, p. 75–94, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21240> . Acesso em: 5 out. 2022.

RIVERA, T. **O avesso do imaginário**: arte contemporânea e psicanálise. São Paulo: SESI, 2018.

VIANA, S. **Rituais de sofrimento**. São Paulo: Boitempo, 2012.

VIVAS, H. C. Causa de desejo. In. AMP (org.). **Scilicet**: os objetos na experiência psicanalítica. Rio de Janeiro: Contra-capas, 2008.

ŽIŽEK, S. **Bem-vindo ao deserto do real**. São Paulo: Boitempo, 2003.