

Cláudio Novaes Pinto Coelho

# Teoria Crítica e Sociedade do Espetáculo



# TEORIA CRÍTICA E SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

**Cláudio Novaes Pinto Coelho**



Jundiaí / 2014



Este trabalho foi licenciado com uma Licença Creative Commons 3.0 Brasil. Você pode copiar, distribuir, transmitir ou remixar este livro, ou parte dele, desde que cite a fonte e distribua seu remix sob esta mesma licença.

O texto aqui reproduzido é uma obra de autoria e responsabilidade de seus autores e não representa, necessariamente, a opinião da Editora.

Jundiaí, SP, novembro de 2014.

Editor responsável: **Márcio Martelli**

Projeto Gráfico: **Lucas Pezzato**

Edição e revisão de texto: **Amanda Lemos e Karolina Bergamo**

---

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Teoria Crítica e Sociedade do Espetáculo / Cláudio Novaes Pinto Coelho. -- Jundiaí, SP : Editora In House, 2014.

ISBN 978-85-7899-277-4

1. Mídia Social - Debates 2. Comunicação de Massa - Impactos  
3. Comunicação de Massa - Influência 4. Poder (Ciências Sociais)  
I. Coelho, Cláudio Novaes Pinto II. Título

CDD 20.ed.-302.23

---

Índices para catálogo sistemático:

1. Comunicação: Meios de Comunicação 302.23

**Editora In House**



editorainhouse

---

www.editorainhouse.com.br | inhouse@terra.com.br

Curta nossa página no Facebook: Editora In House

Fones: (11) 4607-8747 / 99903-7599

Visite nossa loja virtual: **inhousestore.com.br**

---

# SUMÁRIO

## **Apresentação**

Cláudio Novaes Pinto Coelho ..... 5

## **Prefácio**

### **1968-2008: o Veja “Way of Life”**

Maria Ribeiro do Valle ..... 13

**Capítulo 1** ..... 35

**Capítulo 2** ..... 53

**Capítulo 3** ..... 71

**Capítulo 4** ..... 89

**Capítulo 5** ..... 107



# APRESENTAÇÃO

Neste livro, o leitor poderá acompanhar uma reflexão a respeito da capacidade de a Teoria Crítica compreender a comunicação na sociedade contemporânea. Refletir sobre a Teoria Crítica é pensar a respeito do seu vínculo com o método dialético. De acordo com a perspectiva dialética, o conhecimento da realidade social depende de uma investigação capaz de entender quais são os principais elementos que definem as características gerais da vida social.

O método dialético afirma a necessidade de se compreender as articulações entre as diferentes dimensões em torno das quais a sociedade se estrutura: economia, política, cultura e ideologia. Como não existe vida social sem a presença da comunicação, compreendê-la é compreender como, em momentos históricos específicos, os processos comunicacionais se manifestam no interior das diferentes dimensões sociais, e que papéis desempenham na articulação entre elas.

Para o método dialético não existe separação entre sujeito e objeto, e o conhecimento é sempre totalizante: o objeto faz parte de um contexto mais abrangente. Os objetos de investigação não podem ser conhecidos sem que seja levada em consideração a atuação dos sujeitos; sendo que os sujeitos só existem em situações sociais e históricas concretas. O conheci-

mento obtido através desse método, a teoria construída pela investigação, é uma teoria crítica, autorreflexiva, pois reconhece a sua dimensão histórica, nunca é definitiva, é sempre questionadora do objeto investigado (realidade social e histórica) e da relação do sujeito com esse objeto. Nenhum objeto é considerado como uma coisa autônoma, fechada em si mesma, dotada de uma dinâmica própria e independente da atuação social e histórica do sujeito. Para a Teoria Crítica da Comunicação não existe separação entre processos comunicacionais, processos sociais e processos históricos.

Definir a sociedade contemporânea como uma sociedade do espetáculo, seguindo o caminho desbravado por Debord na década de 1960, é se colocar numa posição privilegiada para se compreender as relações comunicação/sociedade, pois o espetáculo está presente em todas as dimensões da vida social no capitalismo contemporâneo e é fundamental para a articulação entre essas dimensões. Debord deixa isso bem claro, quando ele afirma que não existe separação entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de espetáculos.

Na sociedade do espetáculo, as relações sociais se dão simultaneamente por meio da produção e do consumo de mercadorias e da produção e do consumo de imagens. O que distingue o modo de produção capitalista de outras formas de vida social é a tendência para a mercantilização de todas as relações sociais, o que define o período histórico a partir do qual a sociedade capitalista transformou-se na sociedade do espetáculo é a mudança quantitativa e qualitativa no processo de produção e consumo de imagens. Com o desenvolvimento, dentro do processo de mercantilização da cultura, das técnicas de reprodução de imagens em larga escala, as imagens passaram a ser essenciais para a existência da sociedade capitalista, transformando-se, elas mesmas, em mercadorias, ou incentivando o consumo de outras mercadorias.

Evidenciando a ação articuladora do espetáculo na vida social, Debord desenvolveu o conceito de poder espetacular

difuso, para dar conta da existência de relações de dominação na vida cotidiana, que acontecem por intermédio das estratégias mercadológicas das grandes corporações empresariais. Com o próprio desenvolvimento da sociedade do espetáculo, estas estratégias são disseminadas para as outras dimensões da vida social, como a política, passando a estar presentes, por exemplo, nas campanhas eleitorais e nos processos comunicacionais de divulgação das ações dos governantes.

Em contextos ditatoriais, quer seja em sociedades capitalistas quer em sociedades ditas socialistas, a produção e o consumo de imagens são controlados pelo Estado, que possui o controle sobre as técnicas de reprodução em larga escala. Debord desenvolveu o conceito de poder espetacular concentrado, para tentar dar conta da especificidade dos processos comunicacionais nessa situação, onde as atividades econômicas também são controladas pelo Estado, e toda a vida social gira em torno da figura do “Líder da Nação”, cujas imagens estão presentes em várias situações da vida cotidiana.

Apenas a análise concreta, da situação histórica de países específicos, será capaz de dar conta das diferentes formas de manifestação tanto do poder espetacular difuso quanto do poder concentrado, bem como das possibilidades da presença simultânea dessas formas de poder. Em texto escrito cerca de vinte após a publicação do livro *Sociedade do espetáculo*, que é de 1967, Debord desenvolveu o conceito de poder espetacular integrado, procurando a compreensão do poder espetacular no contexto do capitalismo neoliberal, quando acontece uma aproximação entre as formas de poder democráticas e as formas de poder totalitárias. Para o método dialético da Teoria Crítica, a compreensão de elementos essenciais que fazem parte das características gerais da vida social, como as formas de poder, só pode acontecer mediante uma investigação das situações particulares onde essas características estão presentes. A reflexão sobre a capacidade de a Teoria Crítica compreen-

der a comunicação na contemporaneidade terá como fundamento, neste livro, uma investigação sobre a presença da sociedade do espetáculo no contexto histórico brasileiro.

Marx, o pensador que é a base da Teoria Crítica, já argumentava, na Introdução à crítica da economia política, que a possibilidade de se mencionar processos sociais gerais só estará associada a uma verdadeira capacidade de produzir conhecimento, se os processos gerais, como os processos de produção e de consumo de bens materiais, que existem em todas as sociedades humanas, forem investigados na particularidade das formas específicas da vida social.

A busca pelo que é particular orientará os capítulos que compõem esta obra. O primeiro capítulo está voltado para a compreensão do lugar particular ocupado por Debord dentro do projeto da Teoria Crítica. Essa busca acontecerá mediante uma comparação do posicionamento de Debord, sobre o método dialético, com as posições de autores vinculados à Escola de Frankfurt, como Adorno e Horkheimer, e que são os formuladores do projeto da Teoria Crítica; assim como haverá um confronto com um dos inspiradores do projeto, o pensador húngaro Lukács. Além disso, Marx, também estará presente, bem como Althusser, que se posiciona como marxista, mas questiona a concepção de dialética presente nos autores da Teoria Crítica.

No segundo capítulo, o confronto entre Althusser e as propostas da Teoria Crítica terá uma importância ainda maior, pois ali se pretende trabalhar a especificidade do conceito de Ideologia de Debord. Comparações com o conceito dos formuladores do projeto da Teoria Crítica, e de Lukács, também serão realizadas, assim como com o conceito de Gramsci, pensador marxista de grande importância, e com o qual Althusser dialoga. Será inevitável, ainda, a presença da visão de Marx sobre a ideologia.

A comparação entre os conceitos de ideologia, de Debord e dos frankfurtianos, levará a uma comparação entre os conceitos de sociedade do espetáculo e de indústria cultural.

Os conceitos de indústria cultural e de sociedade do espetáculo são os principais conceitos da Teoria Crítica da Comunicação, e procuram compreender articulações concretas entre processos comunicacionais, sociais e históricos. O conceito de indústria cultural diz respeito a um momento histórico específico da sociedade capitalista, quando a comunicação está mercantilizada, sob o controle de grandes conglomerados empresariais, e produzida em escala industrial, devido ao desenvolvimento das técnicas de reprodução dos produtos culturais. O conceito de sociedade do espetáculo procura a compreensão do mesmo momento histórico, mas enfatiza o papel das imagens como elemento articulador da produção e do consumo de mercadorias em larga escala e da produção e do consumo de espetáculos.

Por outro lado, a comparação entre os conceitos de ideologia da Teoria Crítica e os conceitos de Althusser e Gramsci significará uma reflexão sobre a dimensão política dos processos comunicacionais, em especial sobre o conceito de hegemonia. Ou seja, o papel desempenhado pela produção ideológica para que uma classe se transforme (ou mantenha esta condição) em classe politicamente dominante, mediante o controle do poder de Estado.

Nos capítulos seguintes será feita uma reflexão a respeito das relações entre o desenvolvimento do capitalismo no Brasil, o processo de transformação da burguesia na classe dominante (Revolução Burguesa), a constituição de uma sociedade do espetáculo e a atuação da indústria cultural. Os conceitos da Teoria Crítica da Comunicação serão trabalhados dentro do contexto particular da sociedade brasileira.

No terceiro capítulo, acontecerá uma reflexão a respeito das relações entre o processo histórico da Revolução Burguesa no Brasil, em especial a partir do período da ditadura militar, e o papel da ideologia, dentro do contexto de desenvolvimento da indústria cultural e da sociedade do espetáculo (poder espetacular concentrado e difuso).

Se levarmos em consideração a questão da hegemonia, é só na década de 1990 que o processo histórico de implantação e consolidação da Revolução Burguesa no Brasil pode ser considerado como concluído. Foi neste período que, com a consolidação da indústria cultural, deu-se a consolidação de uma cultura de consumo, que é a base da ideologia capitalista e do poder espetacular difuso. As relações entre a indústria cultural e a cultura de consumo de modo geral, e no Brasil em particular, serão o tema do quarto capítulo. A articulação entre indústria cultural e cultura de consumo se dá, fundamentalmente, pela construção de identidades sociais a partir das situações de consumo, com a interiorização pelos sujeitos sociais da linguagem publicitária.

A consolidação da indústria cultural acontece simultaneamente com a disseminação social da linguagem publicitária, inclusive nos processos políticos. O quinto capítulo será uma reflexão sobre a espetacularização da política, que é inerente ao processo de transformação da publicidade em principal elemento da vida política no capitalismo. Esta reflexão será feita mediante a retomada da discussão dos vínculos entre Debord e a Teoria Crítica. Serão trabalhados os temas da crítica da sociedade do espetáculo e da política, e da relevância dos conceitos de poder espetacular, em especial do conceito de poder espetacular integrado, para a compreensão das relações entre comunicação e política na contemporaneidade da sociedade brasileira. Concretamente, será feita uma análise da presença da espetacularização da política, mediante uma investigação do papel desempenhado pela produção e consumo de imagens, nos movimentos de protesto de junho de 2013 e na campanha eleitoral de 2014. O crescimento de posições políticas conservadoras (de direita), na conjuntura brasileira contemporânea, indica a necessidade de se reconhecer a importância do papel da produção ideológica (hegemonia) e da atuação política da mídia (indústria cultural), dentro do con-

texto da sociedade do espetáculo, em especial da existência do poder espetacular integrado.

Este livro é fruto das atividades ligadas à docência e à pesquisa, desenvolvidas pelo seu autor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Dentre essas atividades, são especialmente relevantes as reuniões e seminários do Grupo de pesquisa “Comunicação e sociedade do espetáculo” e o projeto de pesquisa “Mídia, política e espetáculo”.

O prefácio do livro, escrito por Maria Ribeiro do Valle, docente do Departamento de Sociologia da Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista (UNESP-Araraquara), e pesquisadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo, debate os conceitos centrais da Teoria Crítica, Sociedade do Espetáculo e Indústria Cultural, dentro do contexto de uma reflexão sobre o papel ideológico da mídia tradicional, em especial da revista *Veja*. Neste texto, a autora utiliza a expressão “*Veja Way Of Life*”, para analisar a postura da revista sobre os acontecimentos de 1968. Trata-se de uma versão, ligeiramente modificada, de artigo publicado na *Revista Intercom* (São Paulo. Impresso), v. 35, p. 129-147, 2012.

O primeiro e o segundo capítulos são inéditos e foram escritos especialmente para este livro. O terceiro capítulo é uma versão modificada de artigo publicado na revista *Communicare* v. 4, n. 2, segundo semestre de 2004, p. 29-39, com o título de “A Indústria Cultural, a Publicidade e a Consolidação da Hegemonia Burguesa no Brasil”. O quarto capítulo é inédito, com exceção de alguns trechos sobre o conceito de indústria cultural e o papel da publicidade, que foram retirados de artigo publicado na revista *Communicare* v. 2, n. 2, segundo semestre de 2002, p. 35-46, com o título de “O Conceito de Indústria Cultural e a Comunicação na Sociedade Contemporânea”. O quinto capítulo é o resultado da apresentação

feita pelo autor deste livro no III Seminário Comunicação e Política na Sociedade do Espetáculo, organizado pelo Grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo em outubro de 2014, na Faculdade Cásper Líbero. A apresentação já foi elaborada tendo em vista a redação deste livro sobre a Teoria Crítica e a Sociedade do Espetáculo.

**Cláudio Novaes Pinto Coelho**

# PREFÁCIO

## 1968-2008: o *Veja* “Way of Life”

**Maria Ribeiro do Valle**

Trabalhar com a cobertura de *Veja* sobre os quarenta anos de 1968 significa manter a memória deste ano viva. Lançada em setembro de 1968, *Veja* demorou muito para atingir o sucesso editorial que a caracteriza hoje. No seu início como era produzida por jornalistas engajados, oscilou entre o engajamento político e o jornalismo, de um lado e o entretenimento, de outro (cf. Coelho e Valle, 2008, p. 138). Paulatinamente vai se tornando um sucesso de vendas e ao longo das décadas em que “comemora” 1968 agrega aos seus acontecimentos doses cada vez maiores de sensacionalismo e entretenimento, desconsiderando todo o significado político e o engajamento de uma juventude em nome de uma outra promissora, bem sucedida economicamente e consumidora. Uma análise crítica do relato da revista *Veja* se justifica principalmente pelo fato de ela escamotear o movimento estudantil – principal movimento engajado na luta contra a ditadura –, reduzindo-o apenas ao deboche. E também porque são muitos

os leitores que ficarão com esta imagem que *Veja* quer construir para o seu significativo público. É importante ressaltar que se ao longo das décadas *Veja* se distancia de seu modelo inicial de revista de informação e de temas políticos migrando para o jornalismo espetacular, com temas voltados para o entretenimento, parece que a defesa do *status quo* foi uma constante em suas matérias.

Proponho aqui a análise das edições de *Veja* comemorativas de 1968 que trazem à tona com suas matérias o escamoteamento de um movimento de protesto tendo em vista um mundo inserido na lógica global do mercado. A causa desta oscilação vai sendo revelada pela própria revista que vai explicitando cada vez mais o mundo e a juventude que *Veja* quer criar e que, para tanto, 1968, já que ainda insiste em vir à tona, deve ser ao menos distorcido. Assim, procuro uma comparação do relato de *Veja* no calor da hora quando há a preservação da narração dos acontecimentos políticos do movimento estudantil de 1968, embora *Veja* já criminalizasse os estudantes, com as demais décadas, onde a revista seleciona, cada vez mais, apenas os fatos que a permitem construir a imagem de um movimento detrator dos costumes, da moral e da justiça social.

Nossa hipótese é a de que com o passar das décadas há a opção de *Veja* por uma forma de jornalismo que privilegia o entretenimento em detrimento da versão política dos acontecimentos, passando a banalizar cada vez mais o ano de 1968. Contribui, assim, para a neutralização de nosso passado recente, de movimentos políticos engajados e para a “criação de modelos”, disseminados em grande medida pelos meios de comunicação de massa, ou seja, em nosso caso, pelo “*Veja way of Life*”.

### **Veja, sociedade do espetáculo e indústria cultural**

A revista *Veja* é lançada em 11 de setembro de 1968 seguindo o modelo news magazine, importado dos Estados Unidos, particularmente da revista *Time*, no qual predominam os

temas de atualidade e de informação geral (cf. Villalta, 2002). No entanto, Carnevalli afirma que as revistas de informação, como no caso de *Veja*, têm se distanciado de seu modelo inicial (2003, p. 11), no sentido de uma migração para temas voltados a entretenimento e utilidades, desviando-se da temática política (Dornelles, s/d, p. 6).

A nosso ver a revista se aproxima cada vez mais da lógica da sociedade do espetáculo que, segundo Guy Debord interfere na capacidade do homem de ver e interpretar criticamente o mundo, alienando-o da sociedade (1997, p. 15), perpetuando a lógica de um sistema capitalista que se baseia no acúmulo de bens. Essa lógica vai ser transmitida pelos meios de comunicação e isso vai reger o comportamento das pessoas, que tenderão a se comportar de acordo com os modelos apresentados pela mídia. A organização moderna dos meios de comunicação é caracterizada por estratégias que constroem um “novo mundo” pautado no desejo de consumo. Na sociedade do espetáculo há a uniformização exercida pela cultura de massa. Ela trabalha a imagem da sociedade da abundância, da sociedade de consumo acessível também à classe trabalhadora, pois essa imagem dá a falsa impressão de que a indústria cultural, tão criticada por Adorno (2009), possui uma face democrática no que diz respeito ao direito de consumir (cf. Porto e Caixeta, 2009, p. 199). Há a perversão da vida moderna que prefere a imagem e a representação ao realismo concreto e natural, a aparência ao ser, a ilusão à realidade, a imobilidade à atividade de pensar e agir com dinamismo.

*Veja* passa a ser, segundo a nossa leitura, um veículo de espetacularização, uma vez que ela divulga modos de vida e padrões de comportamento principalmente numa época de uniformização da cultura, ou seja, de valores, regras e deveres moldados segundo uma minoria capitalista dominante. Portanto, ela instrumentaliza as relações sociais com o objetivo de estimular o comportamento de consumo e o cultivo da postura de passividade e de isolamento, o que dificulta um entendi-

mento e uma atitude contestatória da sociedade vigente (cf. Debord, 1997, p. 20-21). A indústria cultural é privilegiada por *Veja* com a generalização de seu modo de vida e de seus valores enquanto a dimensão crítica e questionadora desta sociedade, isto é, o mundo da contestação, se enfraquece.

Para Marcuse (1982), a Modernidade constituiu-se num momento histórico que inspirou um projeto de dominação da natureza, sustentado no desenvolvimento científico e tecnológico, portanto, de racionalidade tecnológica. Esta etapa da história humana prometeu ao homem autonomia e emancipação, porém, teve como consequência o controle e o domínio sobre a humanidade. Esta racionalidade, que está presente em todas as esferas da vida, amplia seus controles ao homem, molda seu comportamento, sua cultura e a sociedade como um todo. Tal domínio comprova que esta racionalidade tecnológica se transformou em racionalidade política, determinando necessidades individuais e coletivas e combatendo, de modo eficiente, qualquer tipo de manifestação de oposição aos sistemas político e econômico que ela inaugurou, desqualificando e isolando suas críticas com o controle generalizado de corações e mentes.

O fechamento do universo da locução, tematizado assim por Marcuse, que também é o fechamento da possibilidade de fazer a crítica à sociedade regida pelos valores da mercadoria, tem suas características e efeitos ideológicos agravados na contemporaneidade devido à emergência do que Guy Debord (1997), como vimos, chamou de sociedade do espetáculo e está presente no jornalismo de *Veja*.

### **O primeiro ano de *Veja***

Os dois episódios de maior repercussão nacional do ME após o lançamento de *Veja* foram o da Rua Maria Antônia e o 30º Congresso da UNE. Em 1968, *Veja*, como vimos, ainda uma revista predominantemente de informação e textual, exerceu

o papel de denegrir e, inclusive, delatar as lideranças políticas do ME e de enfatizar a violência de seus episódios, como naquele que ficou conhecido como A guerra da Maria Antônia, que tem início no dia dois de outubro. Embora em uma guerra não haja como diferenciar agressores e agredidos, a revista aponta para o ataque dos estudantes da Faculdade de Filosofia da USP ressaltando sempre o comando de José Dirceu. Ao divulgar o laudo da autópsia de José Guimarães, a revista *Veja* questiona a autoria do crime mostrando-a indeterminada, enfatizando as violências praticadas pelos estudantes durante o trajeto, dizendo que não houve paz e criticando a tentativa de utilização política do assassinato de José Guimarães (Cf. Valle, 2010, p. 188).

A revista *Veja*, ao mostrar a composição dos dois grupos em choque, um deles formado por elementos da direita radical – CCC (Comando de Caça aos Comunistas), FAC (Frente Anticomunista) e MAC (Movimento Anticomunista) – e o outro por elementos esquerdistas – pertencentes à ex-UNE (União Nacional dos Estudantes) (cf. *Veja*, 09/10/68, p. 16) – permite-nos inserir o episódio da Maria Antônia na conjuntura política mais ampla caracterizada por grupos extremistas de esquerda e de direita. *Veja* tece, então, fortes críticas às consequências atingidas pela briga dos estudantes. Tanto assim que questiona o tempo todo o protesto dos estudantes da Filosofia contra a morte de seu colega, pois segundo o seu registro os próprios estudantes são culpados pela mesma, sob o comando de José Dirceu. Mesmo assim, não deixa de registrar a atuação da direita radical, e, pela indeterminação da autoria do assassinato, deixa no ar, talvez a despeito mesmo de sua vontade, para leitores mais atentos, a possibilidade de o assassinato ter sido praticado pela direita como é confirmado anos depois de 1968. *Veja*, ao dar um espaço maior à descrição dos episódios semanalmente, trazia grandes matérias sobre o movimento estudantil que, além de reforçar seu projeto político,

davam espaço para os diferentes atores de 1968, dentre os quais se destacam as autoridades militares e as lideranças estudantis, permitindo, apesar de sua tomada de posição, a leitura de diferentes versões sobre um mesmo fato.

Já sobre o Congresso de Ibiúna, que tem seu desfecho em 12 de outubro, *Veja* destaca a ausência de violência da polícia no cerco ao Sítio Murundu. Apesar da prisão dos principais líderes estudantis de todo o país, e por isto mesmo, relata a extensão das manifestações em diversos Estados: Salvador, Recife, Florianópolis, Belém, Maceió, Natal, Fortaleza, Ribeirão Preto, Campinas, Vitória, Belo Horizonte e Brasília voltam a ocorrer passeatas e comícios-relâmpagos. Na maioria há choques com a polícia que, utilizando-se de forte esquema repressivo, acaba efetuando novas prisões. Em várias capitais, destacando-se São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, diversas faculdades entram em greve como protesto contra a repressão ao 30º Congresso da UNE.

Em 1968, *Veja* descreve a prisão de Vladimir Palmeira, José Dirceu e Travassos com tom aliviado: “Os três líderes estudantis estavam com prisão decretada, finalmente executada depois de muitas vezes terem enganado a polícia” (*Veja*, 16/10/68, p. 12). Mas, mais uma vez admite a independência do ME de suas lideranças uma vez que com a sua permanência na cadeia, as manifestações estudantis continuam devido às três mortes ocorridas em apenas dois dias no Rio de Janeiro durante manifestações estudantis pela soltura de suas lideranças.

De qualquer forma para a revista *Veja* estes últimos episódios da Guanabara deveriam de forma exemplar levar os estudantes a uma trégua:

Os estudantes, repelidos das ruas sem que a violência e a intolerância contra eles desencadeadas e que fizeram vítimas inocentes mobilizassem, em seu favor, mais uma

vez, as grandes parcelas do apoio popular, dão sinais de trégua e parecem dispostos a se recolher às suas bases (*Veja*, 30/10/68, p. 18).

A publicação da Editora Abril como um produto em sintonia com o projeto de modernização do capitalismo traz na capa de seu primeiro número, os símbolos do comunismo, a foice e o martelo, com a chamada “O Grande Duelo no Mundo Comunista”, abordando o tema da invasão da Tchecoslováquia pelo Pacto de Varsóvia, o que desagradou Victor Civita, dono da Editora Abril, proprietária da publicação. Tanto assim que na edição comemorativa dos 20 anos da revista, ao comentar sobre a capa em questão, afirma que “não gostou, porque poderia parecer que estávamos fazendo propaganda dos comunistas” (“Os 20 anos de *Veja*”, OESP, 10/9/88). Podemos notar que a opção de *Veja*, em seu início, era, de fato, ser uma revista de informação, com temática política, embora não possamos deixar também de apontar sua tônica anticomunista. Pelo fato de os estudantes estarem contaminados, a seu ver, pela “foice e o martelo”, a revista posicionava-se claramente contrária aos seus protestos. Durante as narrações no calor da hora pode haver um sensacionalismo com relação à violência atribuída aos estudantes, mas a revista ainda não trata os episódios apenas como entretenimento.

### **Os 30 anos de 1968 por *Veja*: a revolução moral da juventude transviada**

Quando 1968 faz 30 anos, *Veja* apesar de continuar tematizando ações políticas, já começa a trazer fortes traços de sensacionalismo em sua reportagens, voltando-se para questões de entretenimento. Começa com uma matéria especial no dia seis de maio fato que já denota sua visão eurocêntrica devido ao “Maio francês”, uma vez que no Brasil os acontecimentos estudantis, inclusive o assassinato do primeiro estudante pela ditadura ocorre em março de 1968. Sua ênfase é dada à

contenção da rebeldia ocorrida no terreno dos costumes trinta anos atrás:

A juventude afronta seus pais, hierarcas de todos os tipos e os cânones morais: os universitários querem que garotas tenham acesso irrestrito aos seus dormitórios, e vice-versa. Numa época pré-Aids, os corpos são liberados para a diversão pelos anticoncepcionais. O sexo nunca mais foi o mesmo (*Veja*, 06/05/1998, p. 74).

Crítica assim a contaminação dos EUA que também se transforma no “reduto” da revolução dos costumes: a comunidade dos hippies – sinônimo do sexo e das drogas; a influência da cantora americana Janis Joplin e do guitarrista Jimi Hendrix, “talentos desperdiçados” pelas mortes provocadas pela overdose; a atuação política de intelectuais como Susan Sontag, Norman Mailer e James Baldwin que eram adeptos da desobediência civil. Todos estes fatos estavam desvirtuando a juventude americana:

Os jovens eram, como em todas as guerras, a infantaria desse exército de revolucionários. A diferença, a enorme diferença que faria de 1968 uma época peculiar, é que esses jovens não aceitavam os velhos comandantes (*Veja*, 06/05/1998, p. 80).

A liderança-alvo parisiense de *Veja* é Daniel Cohn-Bendit, que tinha 23 anos em 1968 e em 1988 com 53, justificava:

Nós queríamos uma democracia direta, melhor do que a real, queríamos mudar a linguagem e o estilo de vida, queríamos uma liberação dos costumes, o entusiasmo da solidariedade, a alegria de superar o egoísmo (*Veja*, 06/05/1998, p. 80).

Criticando tenazmente a falta de imaginação da juventude perdida, *Veja* aponta para o paradoxo de ser libertária ao mesmo tempo em que enaltecia violentas ditaduras totalitárias, sendo nostálgica tanto

dos mitos revolucionários da Comuna de Paris de 1871 quanto dos brancaleônicos brigadistas internacionais da Guerra Civil Espanhola de 1936, e fascinados pelos mitos de então – a China, com sua Revolução Cultural, o Vietnã e Cuba, particularmente o herói morto um ano antes na selva boliviana. Ernesto Che Guevara (*Veja*, 06/05/1998, p. 83).

Com o subtítulo “revolta na periferia”, aborda 1968 no Brasil reiterando sua condição de país de terceiro mundo, sob uma ditadura militar, que por isso mesmo só poderia ter vivido este ano a reboque da conjuntura internacional. Nossa juventude, a seu ver, só poderia ter então vivido ecos subdesenvolvidos daquela conjuntura ímpar onde a mulher de classe média começa a trabalhar fora, há a liberação sexual pela pílula e o deboche tropicalista e uma parte da geração jovem dos anos 60 mais politizada e urbana, vivencia o radicalismo político (*Veja*, 06/05/1998, p. 88).

Os seus ídolos são, segundo *Veja*, Leila Diniz e Vladimir Palmeira e aposta que, sem sombra de dúvidas, a atriz permanecerá na memória coletiva brasileira, deixando cair no esquecimento o líder estudantil, indicado candidato do PT ao governo do Rio de Janeiro 30 anos depois. Diferente de Vladimir Palmeira,

Leila Diniz morreu num acidente aéreo na Índia, em 1972, com apenas 27 anos. (...) com seu linguajar desbocado, a gravidez exposta num biquíni e uma lista infindável de amores, personalizou uma revolução nos costumes, transformou-se num dos símbolos da emancipação da mulher e deixou um sinal indelével no país (*Veja*, 06/05/1998, p. 88).

É pela deterioração dos valores e comportamentos que contagia também o mundo subdesenvolvido que *Veja* repugna a implosão da década vitoriana dos anos de 1950 pela juventude dos anos 60 tendo seu auge em 1968 com o comércio da pílula, o divórcio, a dessacralização do matrimônio e a extinção da relação autoritária entre pais e filhos no Brasil. Mais uma vez quem *Veja* traz para comentar esta mudança é o líder estudantil Vladimir Palmeira que ela tem como intuito atrelá-lo ao desmantelamento dos bons *costumes* (cf. *Veja*, 06/05/1998, p. 88).

É bastante sintética, reducionista, a análise do movimento estudantil feita por *Veja* trinta anos depois:

No plano político, 68 começou com passeatas contra o regime e terminou com o país amordaçado pelo AI-5, o ato institucional que calou os políticos e a imprensa e inaugurou o terror de Estado. A tortura virou rotina e um punhado de jovens entregou-se à aventura delirante de combater o regime com a guerrilha, colhendo uma derrota definitiva. Uma boa parte dos universitários foi às ruas nas grandes cidades, um número bem menor acabou no exílio e na cadeia, e um punhado, menos de uma centena, imolou-se na insensatez da guerrilha. (...) Os jovens politizados de 1968 agiam sob o signo do voluntarismo. Democracia era um conceito vago, tanto para os generais de Brasília sob o comando do marechal Costa e Silva quanto para os jovens amantes da revolução. No fundo, o que os jovens queriam era uma coisa mais radical, uma outra ditadura – a do proletariado (*Veja*, 06/05/1998, p. 88).

Não há para *Veja* qualquer saldo positivo no ME, “autoritário e policialesco” ao contrário de grande parte da literatura acadêmica e mesmo jornalística existente e publicada trinta

anos depois que evidencia o protesto estudantil como o maior opositor da ditadura militar no Brasil. *Veja* conclui aliviada:

Em 1968, a ditadura venceu. Na eleição de 1974, o país teve a primeira chance de se manifestar com alguma liberdade e golpeou o regime duramente. Em 1984, por fim, os fantasmas de 68 foram enterrados (*Veja*, 06/05/1998, p. 88).

*Veja* já antecipava na comemoração dos 30 anos a conclamação feita por Sarcozy durante as comemorações dos 40 anos de 1968:

E, na França, berço dos protestos libertários de Maio de 1968, o presidente eleito Nicolas Sarcozy leva adiante uma ‘cruzada’ para ‘liquidar de uma vez’ com a herança daquele período.<sup>1</sup>

Pois, na versão de *Veja*, os estudantes foram responsáveis, inclusive, pelo AI-5, omitindo o fato de ela mesma ter pedido o endurecimento do regime frente à perigosa atuação do ME. O tiro sai pela culatra e *Veja* se exime de qualquer responsabilidade uma vez que, devido à censura, também passa a ser alvo do endurecimento do regime tão esperado por ela.

#### **40 anos de *Veja*: a juventude vitoriana revigorada**

A edição dos 40 anos de *Veja* é aberta com um editorial apresentando os motivos da comemoração, explicitando claramente que sua ideia de justiça social só pode ser alcançada através dos bons resultados no panorama econômico e político mundial:

Esta edição Especial de *Veja* comemora os primeiros quarenta anos de história da revista com uma retrospectiva dos principais acontecimentos no Brasil e no mundo, com

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/sites/Especiais/Noticias/0,,MUL464249-15530,00.html>.

destaque para 1968, o ano de criação da revista, e **2008, quando os brasileiros finalmente começam a desfrutar de maturidade econômica, política e social conquistada no decorrer das quatro últimas décadas** (grifo meu). É fundamental, para isso, que a revista seja independente, isenta, inteligente e responsável. (...) Que busque objetividade. E que seja comprometida – sempre – com a liberdade e a verdade (*Veja*, 09/2008, p. 14).

Contudo, a despeito de sua pretensa neutralidade, a revista já inicia suas comemorações dando o tom de toda a edição: a crítica à esquerda e aos movimentos anti-capitalistas, onde seus interesses passam a ser a preservação do *status quo* que paira no ar – sem chão social, naturalizando as relações de classe, fruto das capacidades individuais, recriando o comportamento socialmente aceito. Os “novos costumes”, os novos padrões de organização familiar e de consumo propagados por *Veja* têm como alvo a classe média, especialmente em ascensão, e o grupo numericamente pequeno, mas economicamente mais privilegiado (Silva, 1998). O “admirável mundo novo” de *Veja*, conforme Silva, é erguido em oposição ao paraíso perdido da contracultura. Notamos, assim, que *Veja* atinge com a mudança dos costumes dos brasileiros o auge de sua atitude como veículo de espetacularização, enaltecendo a uniformização da cultura moldada por uma minoria capitalista dominante que estimula o comportamento de consumo e o cultivo da postura de passividade e contrária à atitude contestatória frente à sociedade vigente.

Para *Veja* a maturidade política só é alcançada pela população brasileira à medida em que ela se afasta de 1968; não apenas de um regime obscuro implantado com o AI-5, mas principalmente da agitação juvenil que buscou varrer os domínios do capitalismo e corromper os valores morais. Tanto assim que em maio de 2008 seus exemplares não fazem qualquer referência aos movimentos contestatórios de 1968. Um silên-

cio que define uma fala. A pretensa neutralidade de *Veja* é, ao contrário um forte arrimo ao neoliberalismo que, no Brasil, teve na revista um precursor, agindo como seu ativo intelectual durante toda a década de 1990 uma vez que vê no advento de 1989 o “fim do comunismo” e se sente à vontade para falar, mais uma vez em mundo novo, moderno e melhor que daí emerge, vestindo a camisa do “fim da história” (cf. Silva, 2008).

A primeira “celebridade” a ser comentada na edição de *Veja* de setembro de 2008 é o escritor e diretor italiano Pier Paolo Pasolini que, segundo *Veja* em 1968, era um “homem sem ilusões” (*Veja*, 09/2008, p. 98). Nas palavras de *Veja*

Para ele, a agitação, em que pese toda a gritaria antissistema, reforçou o capitalismo ao liberá-lo das amarras de valores arcaicos no terreno do comportamento – valores que o impediam de expandir-se em novas frentes mercadológicas. Ou seja, os que pretendiam derrubá-lo o ajudaram. Sem se darem conta, portanto, hippies, estudantes e outros revoltosos participaram de uma transformação do mundo, sim, mas na direção oposta à pretendida pelo ideário esquerdista – e para melhor, embora Pasolini certamente discordasse dessa conclusão (*Veja*, 09/2008, p. 98).

Na interpretação de *Veja* desvela-se seu discurso conservador, detrator dos contestadores e a sua opção pelo desenvolvimento da sociedade capitalista expressa em duas das teses desenvolvidas por Hirschman para a análise dos mais de duzentos anos da retórica conservadora, ou seja, a *tese da inutilidade* que afirma que todas as tentativas de transformações sociais são nulas, e a *tese da perversidade* que parte do pressuposto de que toda ação deliberada para romper com a ordem política, social e econômica é abortiva, pois, na tentativa de impor à sociedade uma direção determinada, consegue fazê-la

movimentar, só que na direção oposta à almejada, servindo apenas para exacerbar os fatores que ela deseja solucionar (Hirschman, 1995, p. 73).

Em seguida, *Veja* continua a desconsiderar totalmente o fato de 1968 ter sua forte existência e especificidade no Brasil, ao afirmar que no “Brasil, a nostalgia de 1968 só pode ser importada” (*Veja*, 09/2008, p. 98) reforçando mais uma vez a tese de que em país de terceiro mundo o que houve foi no máximo ecos de 1968, o que facilitaria a negação de seu passado tão almejada pela revista.

A revista *Veja* como instrumento de dominação tem tido uma atuação política que influencia a construção simbólica/ideológica da história brasileira e embora sempre queira aparecer como neutra, está o tempo todo buscando formular políticas, programas e projetos para o Brasil bastante demarcados politicamente e comprometidos com a modernização capitalista, desconsiderando, para tanto, o seu passado. “Não, não é preciso ter saudades do Brasil de 1968, como se verá nas próximas páginas” (*Veja*, 09/2008, p. 99).

Um dos episódios selecionados por *Veja* em seu aniversário é a passeata dos Cem Mil em 26 de junho de 1968 no centro do Rio. *Veja*, ao reconstruir este acontecimento, atribuindo-o apenas ao repúdio do assassinato de Edson Luís pela PM em 28/03/1968, procura dar um tom de certo atraso do protesto estudantil, uma vez que ela omite os episódios importantes que envolvem os estudantes e sucedem a passeata, dentre os quais podemos citar a “Sexta-feira sangrenta” em 21/06/1968, onde 18 populares e um PM são mortos durante uma manifestação estudantil no centro do Rio. Este sim é o fato que antecede a “grande passeata” e, aliado à brutalidade do assassinato de Edson Luís, leva 100 mil pessoas às ruas no Rio de Janeiro. O intuito de *Veja* é claro: minimizar as causas que levam o ME à ação e também, talvez, reduzir a brutalidade da ditadura desvinculando-a das atrocidades policiais. *Veja* tira

todo o mérito do ME de organizar a passeata e de serem os estudantes as vítimas das atrocidades da ditadura porque a opção deles era pela ditadura do proletariado e não pela democracia. Apenas a população e *Veja* nutriam este propósito: a luta pela “verdadeira” democracia. *Veja* continua o seu relato atrelando o seu surgimento a este sentimento de esperança e distanciando-o da agitação totalitária e comunista estudantil. *Veja*, ao afirmar que o ME acreditava que seria possível derrubar “os militares no grito”, denigre explicitamente a sua imagem e a dos políticos de oposição que qualifica de “um tanto perdidos”, mesmo dizendo-se contrária à ditadura, dando assim uma no cravo e uma na ferradura, pois, com seu relato dos acontecimentos do ano de 1968 apoiará os atos do regime que servirem para punir o esquerdismo. Tanto assim que culpabiliza os estudantes e a esquerda pela reação dos militares que desembocará no AI-5.

*Veja*, sem qualquer contextualização, transcreve duas citações suas datadas de 1968 sobre a morte de Edson Luís e a passeata dos Cem Mil. Mas ao consultarmos seus exemplares de 1968, buscamos interpretar o posicionamento de *Veja* no calor da hora dos acontecimentos, com o intuito de entender quais as escolhas da revista daquilo que foi importante para a sua consolidação durante esses 40 anos de história, e quais as suas principais características discursivas na sua efetivação e ainda que memória constrói para si mesma e para seu público leitor. *Veja*, ao noticiar o episódio da morte de Edson Luís, caracterizando-o como um conflito entre os estudantes e a polícia, está, em linhas gerais, centrada na discussão dos “culpados” pela utilização da violência, apontando para a utilização da violência pelos estudantes, a partir de então, mas ao mesmo tempo afirma que esta violência ocorre neste momento também como resposta da violência policial (cf. Valle, 2008), fato que *Veja* omite totalmente 40 anos depois, enfatizando apenas o radicalismo estudantil.

Ao tratar do movimento estudantil nesta edição especial, *Veja* continua a desconsiderá-lo totalmente enquanto uma força política organizada na contracorrente da literatura existente sobre a época onde se enfatiza a importância do ME enquanto ator fundamental no combate à ditadura militar brasileira. Por exemplo, para Araujo:

1968 tornou-se uma data emblemática e simbólica no campo da cultura e da política, não apenas para a geração que participou dos eventos daquele ano, mas também para toda a mídia impressa, virtual e eletrônica, assim como para a comunidade acadêmica e universitária (2009, p. 17).

Nas palavras de *Veja*:

Em 1968, a oposição à ditadura militar estava desarticulada. Boa parte dos líderes políticos não-alinhados aos generais havia sido cassada ou exilada e a oposição consentida como partido, o Movimento Democrático Brasileiro (MDB), ainda engatinhava. **Nesse vácuo, o movimento estudantil transformou-se na válvula de escape** pela qual a sociedade conseguia manifestar seu descontentamento com as arbitrariedades dos militares. Muitos dos universitários que protestavam contra os generais eram movidos pela legítima aspiração de lutar pela volta à democracia ao país. Mas também não era pequeno o número daqueles que queriam apenas trocar um regime de exceção por outro, e defendiam a instalação de um regime comunista no Brasil. Nos campus foram criadas praticamente todas as organizações marxistas que escolheram o caminho do terrorismo (*Veja*, 09/2008, p. 102, grifo meu).

Aqui *Veja* atrela o ME anacronicamente ao terrorismo, criminalizando seus membros, uma vez que ele ainda estava atuante enquanto movimento de massas. E continua:

Além do esquerdismo, outro problema dos estudantes em 1968 era que eles deixavam se guiar por líderes como Vladimir Palmeira, Luís Travassos e José Dirceu, envolvidos em projetos personalistas. Para essa turma, o essencial era consolidar e ampliar a própria influência. No segundo semestre de 1968, Dirceu e Travassos disputavam cada centímetro de poder dentro da União Nacional dos Estudantes (chamada por *Veja* de ex-UNE, por estar relegada à clandestinidade) (*Veja*, 09/2008, p. 102).

*Veja* está desconsiderando propositadamente as diferentes tendências do ME e sua alta representatividade em 1968, um dos anos em que a UNE talvez tenha atingido o seu maior poder de representatividade e ação política e utiliza-se da mesma arma policiaesca da ditadura de caça às bruxas ao tentar criminalizar as suas lideranças. “Os dois arrastaram os estudantes para um malfadado congresso na cidade de Ibiúna, em São Paulo” (*Veja*, 09/2008, p.102). Como se não bastasse, a revista trata os estudantes organizados em suas entidades representativas como massa de manobra:

O objetivo era decidir quem seria o novo presidente da entidade. Sem nenhum esforço, a polícia descobriu o local do encontro e prendeu 712 participantes. Morria ali o movimento estudantil. O de hoje não passa de uma paródia financiada com recursos liberados pelo governo (*Veja*, 09/2008, p. 102-103).

Deste último relato de *Veja* podemos depreender a sua não fidedignidade aos fatos, uma vez que 40 anos antes ela enfatizou, como vimos, que as manifestações estudantis eclodiram em vários estados a despeito da prisão de suas lideranças e em protesto contra elas e, agora, ela afirma que o ME

termina com o Congresso de Ibiúna em 1968. O seu relato no calor da hora, ao contrário desse, invalida ao mesmo tempo essa sua nova forma de recuperar a história dos estudantes onde eles seriam, de fato, massa de manobra se o ME estivesse terminado no 30º Congresso de Ibiúna.

Mas, sem dúvida, a caça às bruxas aos líderes foi uma das principais marcas que *Veja* em seu discurso durante os 40 anos quis preservar e manter vivo para a memória coletiva e que já estava presente desde os seus primeiros exemplares. Novamente, *Veja* descontextualiza passagens sobre o ME visando apenas a denegrir e enfatizar o seu caráter fragmentado e esquerdista. Em contrapartida, enaltece os valores morais calcados na justiça social que leva a manutenção do *status quo* imprescindíveis à juventude se ela quiser atingir um mundo melhor. Emerge, assim, a possibilidade da juventude vitoriana revigorada.

*Veja* contribuiu, assim, para o fechamento da possibilidade de fazer a crítica à sociedade regida pelos valores da mercadoria, determinando as necessidades individuais e coletivas e combatendo qualquer tipo de oposição ao sistema político e econômico do mercado. Pois na sociedade do espetáculo as pessoas se comportam de acordo com os modos apresentados pela mídia, levando ao desejo de consumo inscrito na uniformização exercida pela cultura de massa. Para tanto, *Veja* buscou durante seus 40 anos refutar a contestação dos valores sociais que ocorreu mundialmente em 1968 pondo em risco os padrões de comportamento, pensamento e consumo. Por isso *Veja* traz como preocupação central de suas matérias sobre este ano ímpar, o terreno do comportamento juvenil à luz do entretenimento. *Veja* ao fazer alusão à juventude dos anos 60 se utiliza do subtítulo “A Escola de Dirceu” seguido do texto:

José Dirceu é um homem de múltiplos talentos. Já foi deputado federal, presidente do PT, ministro da Casa Civil e chefe dos mensaleiros. Hoje é um consultor empresari-

al quantíssimo, embora não diga quais clientes costuma atender. Sua “vida profissional” – por assim dizer – começou no movimento estudantil. Ele foi um dos personagens mais citados por *Veja* em 1968. Seu grande feito foi liderar os esquerdistas na estúpida batalha da Rua Maria Antônia, em São Paulo, que opôs estudantes do Mackenzie aos da Filosofia da USP e terminou com um rapaz morto. O líder, é claro, não sofreu nenhum arranhão. Depois, acabaria preso no Congresso da UNE em Ibiúna. Ele e outros líderes estudantis ficaram detidos por um mês em uma prisão no litoral paulista. Lá, os prisioneiros dividiram-se em três turmas. Enquanto uma cuidava da roupa e a outra da limpeza, a terceira descansava. ‘Dirceu foi unanimemente apontado pelos colegas como o mais preguiçoso’, registrou *Veja*. Mesmo em cana, fugia do trabalho. Liberado em troca do embaixador americano Charles Burke Elbrick, sequestrado em 1969, partiu para o exílio em Cuba, onde fez uma plástica para mudar de rosto. Voltou ao Brasil escondido, em 1975, e casou-se com uma mulher a quem não revelou a verdadeira identidade. Com a abertura política, abandonou a moça, desfez a plástica e voltou a agitar, agora no PT. Chegou ao seu ápice como ministro-chefe da Casa Civil, quando, segundo o Ministério Público, se tornou chefe da “sofisticada organização criminoso” que criou o mensalão e pretendia eternizar-se no poder. O menino é mesmo pai do homem (*Veja*, 09/2008, p. 103).

De seu relato durante 1968, no mesmo encarte, *Veja* recorta a seguinte descrição:

O presidente da ex-UEE, José Dirceu, dorme cada noite numa casa diferente, passa o dia todo entre seus colegas, na Faculdade de Filosofia de São Paulo, e quando sai está

sempre armado e protegido por dois guarda-costas. (...) Seu nome é o primeiro da lista de estudantes que o Dops quer prender (*Veja*, 09/2008, p. 103).

Destas duas citações podemos, sem sombra de dúvidas, extrair as principais características de uma juventude que está implícita em uma de suas principais lideranças, condenada com veemência por *Veja*: ser tutelada por uma liderança “profissional” de esquerda, subversiva, agitadora, de falsa identidade, preguiçosa, personalista, inconsequente, matriculada na escola do crime. Dessa forma *Veja* quer enterrar 1968 e com ele a participação política contestadora da juventude que deve almejar apenas um mundo melhor sinônimo de roupas de marca, passeios nos shopping e ligados nos seus aparelhos eletrônicos, em total consonância com a indústria cultural, ou seja, com uma unanimidade de aspirações e o desinteresse em expressar rebeldia ou deflagrar movimentos de protesto. (Cf. *Veja*, “O planeta teen”, 19/04/1995, p. 108)

### **Considerações finais**

Para *Veja*, como vimos, em 2008 os “brasileiros finalmente começam a desfrutar de maturidade econômica, política e social conquistada no decorrer das quatro últimas décadas (grifo meu)”. E, sem sombra de dúvidas, ela cumpriu seu papel para que o Brasil possa estar usufruindo dos “bons resultados no panorama econômico e político mundial”, particularmente com o seu empenho na escola da juventude onde devem ser transmitidos conteúdos neoliberais e os da indústria cultural com a metodologia da sociedade do espetáculo. Para tanto acompanhamos o seu relato durante quatro décadas sobre o ME em 1968 no Brasil, então, na periferia do mundo, onde através de um discurso que busca distanciar cada vez mais da fidedignidade dos fatos, procura elaborar uma construção de um único modo possível de vida desde que rechaçada a subversão. Ao

exercer cada vez mais um jornalismo espetacular, torna a imagem de 1968 cada vez mais debochada.

A imagem construída pela revista *Veja* do movimento estudantil e de todas as suas opções políticas, culturais, comportamentais, constituem as várias facetas do inimigo externo que passa a agir internamente e precisa ser extirpado para que a justiça social, a verdade, ou seja, a juventude de *Veja* possa viver plenamente sua era vitoriana. Assim, com a ausência de movimentos contestatórios, abre-se o espaço para que a mídia homogeneíze os comportamentos, corpos e mentes.

### **Bibliografia**

ADORNO, Theodor. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CARNEVALLI, Maria Alice. **Indispensável é o leitor: o novo papel das revistas semanais de informação no Brasil**. Tese de Doutorado. ECA/USP, São Paulo, 2003.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto & VALLE, Maria Ribeiro do. A Revista *Veja* e o Movimento Estudantil em 1968: entre o engajamento e o entretenimento. **Clio – Série Revista de Pesquisa Histórica**, v. 1, n. 26, p. 138-154, 2008x.

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

FICO, Carlos & ARAUJO, Maria Paula (Orgs.). **1968: 40 anos depois – história e memória**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2009.

HIRSCHMAN, Albert. **A retórica da intransigência: Perversidade, Futilidade, Ameaça**. São Paulo: Companhia das Letras,

1995.

MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial** – O homem unidimensional. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.

PORTO, Marcos Mendes Caetano & CAIXETA, Geovane Fernandes. A publicidade impressa como veículo de espetacularização. **Pesquisere** – Revista do Núcleo Interdisciplinar de Pesquisas e Extensão do UNIPAM. Patos de Minas, UNIPAM, v. 6, p. 198-212, out. 2009.

SILVA, Carla Luciana Souza da. O ‘admirável mundo’ de Veja: influências sociais de uma revista de informação. **História Actual Online**, v. 15, p. 89-105, 2008.

SODRÉ, Muniz. **Comunicação do grotesco**. Petrópolis: Vozes, 1988.

VALLE, Maria Ribeiro do. **1968: O Diálogo é a Violência**. 2ªed. Campinas: Editora da Unicamp, 2008.

VILLALTA, Daniella. **O surgimento da revista Veja no contexto da modernização brasileira**. Trabalho apresentado no Intercom, 2002.

# CAPÍTULO I

## **Guy Debord e a teoria crítica**

Em alguns momentos do livro *Sociedade do espetáculo*, em especial no Capítulo VIII (A Negação e o consumo na cultura), Debord assume explicitamente os seus vínculos com a teoria crítica, chamando a atenção para a necessidade de um trabalho de linguagem específico, a fim de que o conteúdo crítico de uma elaboração teórica não seja esvaziado. Se criticar a sociedade do espetáculo é questionar a forma contemporânea assumida pelo processo de alienação inerente ao capitalismo, quando as representações se descolam da realidade, passando a ter autonomia, a linguagem da teoria crítica deve resistir à sua apropriação pela lógica espetacular. Os conceitos da teoria crítica não podem ser reduzidos à formulas, à frases-chavão, que abstraídas do corpo teórico como um todo circulam descontextualizadas, com o potencial de trair o conteúdo crítico da teoria, podendo ser incorporadas a correntes teóricas tradicionais, legitimadoras da sociedade capitalista.

## **Dialética e teoria crítica**

Esse trabalho de linguagem específico pode ser percebido, por exemplo, nas frases que, em vários momentos do texto, funcionam como sínteses dos argumentos de Debord, como “o

espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (1997, p. 14) ou “o espetáculo é *o capital* em tal grau de acumulação que se torna imagem” (1997, p. 25). Essas frases não podem ser compreendidas por elas mesmas, pois são fruto da apropriação que ele faz do pensamento de Marx. Elas não podem ser abstraídas do contexto da obra *Sociedade do espetáculo*, pois sintetizam argumentos desenvolvidos anteriormente e trazem em si as características de uma linguagem dialética, pois dialogam internamente com o pensamento de um autor que não é Debord, mas que não é referido explicitamente por ele. Cabe ao leitor, necessariamente um participante ativo da produção do sentido do texto, reconstruir esse diálogo interno entre Debord e Marx, e compreender o movimento de atualização do pensamento de Marx feito por Debord.

Em *O Capital*, que não por acaso possui como subtítulo a expressão **Crítica** da Economia Política, Marx escreveu que “a riqueza das sociedades onde rege a produção capitalista configura-se em imensa acumulação de mercadorias, e a mercadoria, isoladamente considerada, é a forma elementar dessa riqueza” (1975a, p. 41), e que no capitalismo, “uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. (...) Chamo a isto de fetichismo” (1975a, p. 81). No texto de *Sociedade do espetáculo*, o sentido destas frases de Marx está dialeticamente conservado e transformado.

O termo desvio (“*detournement*”) é utilizado pelo próprio Debord para definir esse movimento de apropriação de outros autores ou produtos culturais feitos por ele, e não pode ser compreendido como um processo de apropriação arbitrário, marcado pelo esvaziamento do sentido original devido à criação de um sentido que nada tem a ver com ele, mas como um sentido que é um desdobramento do sentido original. O entendimento de que outro sentido surgiu a partir do original

só pode se efetivar se este for transformado, se houver um desvio do sentido original, que, como já foi mencionado antes, é simultaneamente conservado, pois é o ponto de partida, e transformado, pois outro sentido surgiu. O que impulsiona e torna legítimo esse desvio é a dinâmica do processo histórico. O capitalismo contemporâneo é e não é o mesmo da época de Marx, a sociedade conservou-se como uma sociedade capitalista, mas foi transformada pela mudança no processo de produção e consumo de imagens. O acúmulo de capital desdobrou-se logica e historicamente no acúmulo de imagens (espetáculos).

Debord não é um autor pós-moderno, que esvazia dos signos o seu significado, reduzindo-os a puros significantes (formas) a serem apropriados por um jogo meramente estético de produção de novas aparências, que sejam atraentes do ponto de vista mercantil. Ele não é um produtor de espetáculos, mas o seu principal crítico. Não poderia fazer com o pensamento ou a criação alheias o mesmo que a sociedade capitalista faz com os objetos e as imagens (ambos transformados em mercadorias ou atuando a serviço delas), que são reificados (transformados em coisa), e apropriados pelo processo capitalista de acúmulo de capital.

Debord defende que a teoria crítica possui um estilo específico, o “estilo da negação” (1997, p. 132). Sem dúvida, esse estilo está presente nos textos dos membros da corrente teórica, “Escola de Frankfurt”, que elaborou o projeto de uma Teoria Crítica, e passou, também, a ser identificada por esse termo. No entanto, a presença do estilo da negação nos autores da teoria crítica, no sentido abrangente do termo, não significa que o estilo dos textos seja o mesmo. Se isso acontecesse, estaríamos diante da armadilha da transformação da crítica em fórmulas, que os adeptos dessa teoria justamente procuram evitar. Como será visto em seguida, o estilo da negação não é a negação do estilo promovida pela indústria cultural.

É por isso que o estilo do livro *Sociedade do espetáculo*

não é o mesmo, por exemplo, do livro *Dialética do esclarecimento* de Adorno e Horkheimer. Cada capítulo do livro de Debord é composto por parágrafos dotados de numeração própria, e que vai do início ao fim do livro, com tamanhos variados, às vezes com uma única frase que ocupa apenas algumas linhas. Por sua vez, no livro de Adorno e Horkheimer os capítulos são compostos por parágrafos muito maiores do que o padrão normal, às vezes ocupando mais de duas páginas da edição brasileira, e quase sempre mais de uma página. Um dos capítulos desse livro tem por objeto a indústria cultural e faz a crítica da padronização dos estilos artísticos por ela promovida. A base para a crítica é o argumento de que a indústria cultural suprime a diferença entre o particular e o universal. Com a transformação da arte em mercadoria produzida em larga escala visando o acúmulo de capital, os artistas perdem a capacidade de criarem a sua própria versão dos estilos artísticos dominantes (Cf. 1985, p. 122-123). Os adeptos da teoria crítica podem e devem produzir as suas próprias versões do estilo da negação.

Mas, a razão para a existência do estilo da negação, a busca por uma linguagem adequada às características da teoria crítica, não se resume à intenção de se combater o esvaziamento da dimensão crítica, pela transformação dos textos em fórmulas, em clichês. A linguagem precisa ser capaz de dar conta da dinâmica interna do objeto que procura compreender, a linguagem precisa exprimir o movimento do real. Como assinala o próprio Debord, a linguagem dialética é a “consciência teórica do movimento, na qual o próprio vestígio do movimento deve estar presente” (1997, p. 133). É por isso que, ainda segundo ele, essa linguagem “é crítica da totalidade e crítica histórica” (1997, p. 132).

Em Adorno e Horkheimer, o vestígio do movimento está presente pela tendência para um texto quase contínuo, incorporando a existência de um real em movimento, que só na apa-

rência é coisificado, fechado nele mesmo e dotado de limites claramente demarcados. Críticos da identificação entre o universal e o particular, a linguagem utilizada por eles trabalha o tempo todo nesses dois planos: mencionam-se as características universais da indústria cultural sempre de forma particularizada. Com isso o movimento da totalidade, que se procura compreender e criticar, é sempre concretizado historicamente. Apenas a título de exemplo, e dentro da discussão sobre o estilo e a indústria cultural, podemos ler, após um trecho onde argumentam que “o estilo da indústria cultural, que não tem mais de se por à prova em nenhum material refratário, é ao mesmo tempo a negação do estilo” (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 122) a abertura de um novo parágrafo onde se afirma que:

No entanto, essa caricatura do estilo descobre algo acerca do estilo autêntico do passado. O conceito do estilo autêntico torna-se transparente na indústria cultural como um equivalente estético da dominação. A ideia do estilo como conformidade a leis meramente estéticas é uma fantasia romântica retrospectiva. O que se exprime na unidade do estilo não apenas da Idade Média cristã, mas também do Renascimento, é a estrutura diversificada do poder social, não a experiência obscura dos dominados que encerrava o universal. Os grandes artistas jamais foram aqueles que encarnaram o estilo da maneira mais íntegra e perfeita, mas aqueles que acolheram o estilo em sua obra como uma atitude dura contra a expressão caótica do sofrimento, como verdade negativa (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 122).

A crítica do presente, a crítica da caricatura do estilo promovida pela indústria cultural é, ao mesmo tempo, crítica do passado (do estilo autêntico), das relações de dominação ali existentes, sendo, também, um reconhecimento da diferen-

ça entre passado (atuação dos grandes artistas) e presente: é uma crítica histórica.

A combinação de crítica da totalidade e de crítica histórica, presente em Adorno/Horkheimer e em Debord, teve no filósofo húngaro Lukács um dos seus maiores defensores, em especial no livro *História e consciência de classe*, que reconhecidamente exerceu forte influência entre os frankfurtianos, e não por acaso é uma das poucas obras citadas textualmente por Debord em *Sociedade do espetáculo*, na abertura do Capítulo II.

Lukács é o precursor da valorização da análise da mercadoria feita por Marx no capítulo 1 do *Capital*, como ponto de partida para uma reflexão crítica da sociedade capitalista, em especial do conceito de fetichismo da mercadoria. Ele retoma o conceito de Marx para questionar o processo de coisificação (“reificação”) inerente a essa forma de vida social. À coisificação Lukács contrapõe a necessidade do reconhecimento da dimensão histórica da vida social, e de um pensamento que procure dar conta do social como uma totalidade.

No que diz respeito aos frankfurtianos, a crítica feita por ele ao processo de racionalização da vida social promovido pelo capitalismo foi particularmente influente, como se pode perceber nas análises de Adorno e Horkheimer sobre o esvaziamento do potencial emancipatório da racionalidade devido à sua redução à razão instrumental. Tanto entre os frankfurtianos quanto em Debord é possível, também, perceber a influência da crítica feita por Lukács às interpretações positivistas do pensamento de Marx, que negavam a influência da filosofia hegeliana, em especial sua concepção da dialética. Sem dúvida, Lukács não defende que a dialética em Marx seja a mesma de Hegel, mas argumenta que é “impossível tratar o problema da dialética concreta e histórica sem se estudar mais de perto o fundador desse método, Hegel, e suas relações com Marx” (1974, p. 9).

Em *O Capital*, no posfácio à segunda edição desta obra, Marx argumentava que a sua concepção do método dialético é oposta a de Hegel, mas que a concepção hegeliana possui uma substância racional, já que ele foi capaz de apresentar as formas gerais do movimento:

Meu método dialético, por seu fundamento, difere do método hegeliano, sendo a ele inteiramente oposto. Para Hegel, o processo do pensamento – que ele transforma em sujeito autônomo sob o nome de ideia – é o criador do real, e o real é apenas sua manifestação externa. Para mim, ao contrário, o ideal não é mais do que o material transposto para a cabeça do ser humano e por ela interpretado. (...)

A mistificação por que passa a dialética nas mãos de Hegel não o impediu de ser o primeiro a apresentar suas formas gerais de movimento, de maneira ampla e consciente. Em Hegel, a dialética está de cabeça para baixo. É necessário pô-la de cabeça para cima, a fim de descobrir a substância racional dentro do invólucro místico (Marx, 1975a, p. 16-17).

A dialética entre o universal e o particular, entre a totalidade e os seus momentos constitutivos, já aparecia em Lukács como fundamental para o método dialético:

Repita-se: a categoria da totalidade não vai, pois, abolir os seus momentos constitutivos numa unidade indiferenciada, numa identidade; a forma por que a sua independência se manifesta a forma da sua autonomia – autonomia que possuem na ordem de produção capitalista – só se revela como pura aparência porquanto eles chegam a uma relação dialética e dinâmica, e se deixam apreender como momentos dialéticos e dinâmicos de um todo, que é também dialético e dinâmico (1974, p. 28).

### Dialética segundo Althusser

Contemporâneo de Debord, Althusser é o autor que desenvolveu da maneira mais sistemática a noção de que a dialética de Marx nada tem a ver com a dialética de Hegel.

A sua concepção de totalidade é bastante distinta da concepção de totalidade de Lukács, e dos autores da teoria crítica de modo geral, embora Althusser se coloque como marxista, tanto quanto os autores da teoria crítica. (Na verdade, ele se coloca como um marxista que está desenvolvendo a verdadeira teoria de Marx, enquanto os marxistas da teoria crítica estariam presos às concepções do “Jovem Marx”, que estaria preso às concepções de Hegel e Feuerbach).

Para ele, a ausência de uma exposição sistemática sobre a dialética, não é uma opção teórica decorrente da concepção de Marx sobre a necessidade de não transformar a teoria em fórmulas dogmáticas, mas sim algo que ele não teve tempo para desenvolver. A ausência de textos teórico-metodológicos muito desenvolvidos permitiu que Althusser se propusesse a preencher essa “lacuna”, desenvolvendo a teoria e a metodologia que existiriam em “estado prático”, mas que ainda não teriam recebido o devido tratamento conceitual (Cf. 1979, p. 142-143).

Para Althusser, a teoria é uma prática específica, dentro do conjunto das práticas sociais, e é construída a partir das práticas sociais ideológicas:

Chamaremos de Teoria (com maiúscula) a teoria geral, isto é, a teoria da prática em geral (elaborada, ela própria, a partir da Teoria das práticas teóricas existentes das ciências), que transformam em “conhecimentos” (verdades científicas), o produto ideológico das práticas “empíricas” (a atividade concreta dos homens existentes). Essa teoria é a **dialética** materialista que não constitui mais do que um todo com o materialismo dialético (1979, p. 145).

Althusser (Cf. 1979, p. 168-169) questiona o argumento do próprio Marx, de que a concepção materialista da dialética seja uma inversão da concepção idealista de Hegel. Para ele, este argumento é ideológico, pois está baseado no entendimento de que o objeto do conhecimento seja a atividade concreta dos homens existentes, que seria um exemplo da ideologia “empirista”. Não por acaso, Althusser rejeita como ainda não marxista a obra *A Ideologia alemã*, escrita por Marx e Engels, onde eles argumentam que a ideologia é uma representação deformada das condições reais de existência. Ou seja, a crítica da filosofia alemã, por promover uma inversão entre o ideal e o material, já estava presente antes no pensamento de Marx, tendo em vista que *A Ideologia alemã* foi escrita algumas décadas antes de *O Capital*:

Totalmente ao contrário do que ocorre na filosofia alemã, que desce do céu à terra, aqui se ascende da terra ao céu. Ou em outras palavras: não se parte daquilo que os homens dizem, imaginam ou representam, e tampouco dos homens pensados, imaginados e representados para, a partir daí, chegar aos homens em carne e osso; parte-se dos homens realmente ativos e, a partir do seu processo de vida real, expõe-se também o desenvolvimento dos reflexos ideológicos e dos ecos desse processo de vida (Marx & Engels, 1989, p. 37).

Althusser entende que a ideologia é inerente a todas as formas de vida social, e de que apenas a prática teórica (ciência) é capaz de romper com a ideologia; o que não aconteceria com nenhuma outra prática social.

O aspecto essencial da diferença entre as concepções de dialética da teoria crítica e de Althusser reside na diferença de entendimento sobre as características da totalidade e da sua historicidade. A teoria crítica entende a totalidade como dota-

da de historicidade e articulada em torno de momentos que não podem ser considerados isoladamente; enquanto que para Althusser a totalidade se articula em torno de estruturas relativamente autônomas no interior de uma estrutura maior. Para ele, a dialética hegeliana despreza a complexidade das contradições, reduzindo-as a uma única contradição. Para ele cabe à dialética marxista investigar quais seriam, tendo em vista uma análise da totalidade, a contradição principal e as contradições secundárias, e qual o aspecto principal das contradições (Cf. 1979, p. 176).

A busca pela compreensão do caráter das contradições depende de uma investigação de quais seriam as contradições dominantes no interior de uma totalidade complexa. Para Althusser, que neste momento da sua argumentação, reivindica explicitamente (Cf. 1979, p. 170-171) o pensamento de Mao, **“o todo complexo possui a unidade de uma estrutura articulada com dominante”** (1979, p. 178).

Critica-se Hegel, e por tabela os “marxistas hegelianos” devido à ausência de uma concepção de totalidade como um todo dotado de uma estrutura. A totalidade hegeliana seria unívoca, enquanto a totalidade althusseriana é desigual. Para Althusser, o econômico só é determinante em última instância, acontecendo variações entre os níveis que dominam a estrutura:

É o economismo que identifica, de antemão e para sempre, a contradição-determinante-em-última-instância com o **papel** de contradição-dominante, que assimila para sempre tal ou qual “aspecto” (forças de produção, economia, prática...) com o **papel** principal, e tal outro “aspecto” (relações de produção, política, ideologia, teoria...) com o **papel** secundário – quando a determinação em última instância pela economia se exerce, justamente, na história real, em permutações do primeiro papel entre a economia, a política e a teoria etc... (Althusser, 1979, p. 188).

Além de questionar a concepção de totalidade “hegeliana”, Althusser também questiona o “historicismo”, que marcaria a concepção de dialética dos marxistas hegelianos, como Gramsci, que é alvo da crítica de Althusser no livro *Para ler o capital*. Sendo coerente com a defesa da especificidade da prática social da ciência, ele postula que não existe uma única dimensão histórica que englobaria toda a vida social. Para Althusser a prática histórica e a prática teórica possuem estruturas distintas (Cf. 1980, p. 79). Como para ele qualquer apelo ao real está impregnado da ideologia empirista, ele também separa a teoria da história e a história real:

**Reduzir e identificar** a história própria da ciência à da ideologia orgânica e à história econômico-política significa, afinal, reduzir a ciência à história como à sua “essência”. A queda da ciência na história é aqui apenas índice de uma queda teórica: aquela que joga a teoria da história na história **real**: reduz o objeto (teórico) da ciência da história à história real; confunde, pois, o objeto de conhecimento com o objeto real (Althusser, 1980, p. 78).

Da crítica ao “historicismo” faz parte um questionamento à visão de Marx sobre o enraizamento histórico do conhecimento. Althusser (Cf. 1980, p. 66-67) recusa os argumentos de Marx, em especial aqueles desenvolvidos no texto *Introdução à crítica da Economia política*, de que o conhecimento do passado depende de uma autocrítica do presente. Ele pretende negar os vínculos entre conhecimento histórico e consciência histórica presentes no pensamento de Marx e de autores como Lukács, Gramsci e os frankfurtianos.

Nada mais distante da linguagem dialética defendida por Adorno/Horkheimer e Debord do que a linguagem dos textos althusserianos. Trata-se de uma linguagem muito próxima da visão cartesiana de ciência, voltada para a produção de “ideias

claras e distintas”. O próprio Althusser assim se refere ao seu projeto de releitura do pensamento de Marx: “o que está de fato em causa é uma inteligência mais rigorosa e mais clara do pensamento de Marx” (1979, p. 141). O tempo todo procura diferenciar, com o máximo de clareza possível, as suas concepções das concepções “hegelianas” do marxismo.

### **O projeto da Teoria Crítica**

O artigo “Teoria Tradicional e Teoria Crítica”, de Max Horkheimer, publicado pela primeira vez em 1937, pode ser considerado como a exposição mais abrangente das concepções da teoria crítica. Horkheimer (Cf. 1975, p. 131) reafirma a importância da totalidade como princípio explicativo, e a necessidade de se levar em consideração a historicidade. Ele questiona a teoria tradicional pelo seu direcionamento para especializações, que surgiram como fruto da divisão do trabalho e colocam a ciência como um campo autônomo e independente. A concepção althusseriana de ciência pode ser enquadrada nesta caracterização da teoria tradicional, assim como a sua própria concepção de totalidade, que é uma afirmação apenas formal do papel da totalidade, já que tende para um reconhecimento da autonomia das estruturas que compoariam a totalidade. Os malabarismos teóricos de Althusser, como a diferença entre dominância e determinação, são exemplos dessa tendência para a fragmentação.

Horkheimer articula o tema da totalidade e da historicidade, ao afirmar que a totalidade é fruto da práxis social, ou seja, do trabalho humano (Cf. 1975, p. 134). Questiona-se a exterioridade entre sujeito e objeto do conhecimento. Para a teoria crítica:

Os fatos concretos que estão dados na percepção devem despojar-se do caráter de mera facticidade na medida em que forem compreendidos como produtos que, como tais,

deveriam estar sob o controle humano e que, em todo caso, passarão futuramente a esse controle (Horkheimer, 1975, p. 140).

O reconhecimento de que a totalidade social é fruto de uma praxis social, do trabalho humano, indica a possibilidade desta totalidade ser transformada e colocada sob controle consciente e racional pelos seres humanos. A historicidade da realidade social é inerente à capacidade humana do trabalho. A existência da teoria crítica é inseparável da valorização da dimensão consciente na vida social:

Os pontos de vista que a teoria crítica retira da análise histórica como metas da atividade humana, principalmente a ideia de uma organização social racional correspondente aos interesses de todos são imanentes ao trabalho humano, sem que os indivíduos ou o espírito público os tenham presentes de forma concreta (Horkheimer, 1975, p. 142).

A linguagem do texto de Horkheimer incorpora a articulação entre a práxis social e sua dimensão político-transformadora, ao trabalhar na mesma frase as características existentes na vida social e as possibilidades de sua transformação. Movimento do texto e movimento do real estão em sintonia, como já visto nos textos da teoria crítica aqui comentados. Enquanto que no texto de Althusser, marcado pelo racionalismo/positivismo, a linguagem está voltada para a separação e a diferenciação, o texto de Horkheimer investe na articulação e no movimento de transformação de algo no seu contrário.

Como a concepção de dialética da teoria crítica não é a mesma da de Althusser, na prática uma concepção influenciada pelo racionalismo/positivismo, não há para a teoria crítica uma diferenciação absoluta entre o trabalho na sociedade capitalista

e o trabalho não alienado. A possibilidade de um trabalho não alienado, ou seja, o controle consciente pelos trabalhadores de todo o processo de trabalho, decorre do fato de que, mesmo no trabalho alienado persiste um grau de controle consciente, de racionalidade, por mínimo que seja. Esta é uma concepção já presente no próprio Marx, quando, em *O Capital*, ele diferencia o trabalho de uma abelha do trabalho de um arquiteto:

Mas o que distingue o pior arquiteto da melhor abelha é que ele figura na mente sua construção antes de transformá-la em realidade. No fim do processo do trabalho aparece um resultado que já existia antes idealmente na imaginação do trabalhador. Ele não transforma apenas o material sobre o qual opera, ele imprime ao material o projeto que tinha conscientemente em mira, o qual constitui a lei determinante do seu modo de operar e ao qual tem de subordinar sua vontade. E essa subordinação não é um ato fortuito (1975, p. 202).

Para a teoria crítica, o processo de construção do conhecimento não é autônomo, como para Althusser, para quem é o resultado de uma prática específica, a prática teórica, nem é subordinado aos trabalhadores. De forma alguma, o conhecimento seria uma simples tradução da visão de mundo, do estado de consciência já existente entre os trabalhadores. Como o próprio Horkheimer argumenta (Cf. 1975, p. 143), em momentos de crise das perspectivas de transformação social, e aqui ele estava pensando na polarização nazismo/stalinismo que marcou a política alemã na década de 1930 (crise que se faz presente hoje com outra configuração ideológica, que é o triunfo do neoliberalismo) pode acontecer inclusive um isolamento, uma separação, entre o conhecimento produzido pela teoria crítica e a visão de mundo dos trabalhadores e dos movimentos sociais e políticos a eles vinculados. Mas, a existência

desta separação também não significa que para a teoria crítica o conhecimento é produzido sem qualquer vinculação com os interesses sociais, sendo os intelectuais uma camada socialmente autônoma. Como afirma explicitamente Horkheimer, os conceitos da teoria crítica são conceitos críticos voltados para a transformação social:

Os conceitos que surgem sob sua influência (do pensamento crítico) são críticos frente ao presente. Classe, exploração, mais-valia, lucro, pauperização, ruína são momentos da totalidade conceitual. O sentido não deve ser buscado na reprodução da sociedade atual, mas na sua transformação (Horkheimer, 1975, p. 146).

Mais adiante, no mesmo texto, Horkheimer deixa evidente a dimensão política de qualquer teoria, e sua inserção histórica:

Não existe teoria da sociedade, nem mesmo a teoria do sociólogo generalizador, que não inclua interesses políticos, e por cuja verdade, ao invés de manter-se numa reflexão aparentemente neutra, não tenha que se decidir ao agir e pensar, ou seja, na atividade histórica concreta (1975, p. 149).

O objetivo do texto de Horkheimer é mostrar a diferença entre a teoria tradicional e a teoria crítica; no entanto, não se trata de uma diferença absoluta, não há uma separação total entre elas. Horkheimer trabalha com a identidade e a diferença que existe entre elas. Ambas, por exemplo, trabalham com a necessidade de uma coerência entre os conceitos que fazem parte de uma construção teórica. A diferença pode ser percebida no fato de que para a teoria crítica a relação de dedução entre os conceitos corresponde a uma articulação que existe na realidade, sendo que a teoria crítica busca compreen-

der como os elementos da realidade social levam necessariamente à sua transformação; o que não pode ser feito pela teoria tradicional, comprometida com a manutenção da realidade social.

O vínculo da teoria crítica com as noções de totalidade e historicidade é sintetizado por Horkheimer, quando ele afirma que a teoria crítica é um único juízo existencial desenvolvido:

A teoria crítica da sociedade em seu todo é um único juízo existencial desenvolvido. Formulado em linhas gerais, este juízo existencial afirma que a forma básica da economia de mercadorias, historicamente dada e sobre a qual repousa a história mais recente, encerra em si as oposições internas e externas dessa época, e se renova continuamente de uma forma mais aguda e, depois de um período de crescimento, de desenvolvimento das forças humanas, de emancipação do indivíduo, depois de uma enorme expansão do poder humano sobre a natureza, acaba emperrando a continuidade do desenvolvimento e leva a humanidade a uma nova barbárie (1975, p. 152).

Horkheimer mostra como a teoria crítica busca dar conta da dinâmica histórica da sociedade capitalista como totalidade, mostrando, na década de 1930, como o desenvolvimento do capitalismo produziu a barbárie nazista e a necessidade de retomada do processo de emancipação do indivíduo.

Voltando, para encerrar este capítulo, à reflexão sobre a relação entre Debord e a teoria crítica, pode ser dito que no livro *Sociedade do espetáculo* há o desenvolvimento de um juízo existencial que vai da afirmação da existência da sociedade do espetáculo, que aparece na primeira frase da obra, “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *espetáculos*”, (1997, p. 13) até a afirmação, no último parágrafo do

livro, de que os conselhos operários são “a forma desalienante da democracia realizada”, (1997, p. 141) e criam as condições para o triunfo do diálogo, que colocará um fim à sociedade do espetáculo. O livro de Debord começa com uma abordagem da nova fase histórica da economia de mercadorias e termina com uma afirmação de como esta economia poderia chegar ao fim. Os vínculos do texto de Debord com o movimento de maio de 1968 são óbvios e bastante conhecidos, e o livro pode ser considerado como uma atualização do juízo existencial da sociedade capitalista feito na década de 1930 pela teoria crítica de Horkheimer. Horkheimer, juntamente com Adorno, atualizou este juízo na década de 1940 com o livro *Dialética do esclarecimento*, em especial com o desenvolvimento do conceito de indústria cultural.

Ao final da década de 1980, o próprio Debord atualizou o seu juízo existencial sobre o capitalismo, publicando os *Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. O texto inicia com ele argumentando a respeito do que permaneceu e do que se modificou na sociedade capitalista após o maio de 1968. O que permanece é o espetáculo enquanto “o reino autocrático” da economia mercantil (1997, p. 156), e a modificação foi o fortalecimento do espetáculo onde ele já existia e a sua existência onde ela ainda estava ausente. Debord se volta para a compreensão do capitalismo consolidado em escala mundial, já que “é forçosamente em tais condições que se desenrolará o conflito na sociedade” (1997, p. 169). Nos *Comentários*, procura dar conta do movimento de expansão da sociedade do espetáculo, buscando compreender as mudanças na forma de exercício do poder espetacular, com a formação do poder espetacular integrado, que é a fusão das formas de poder anteriormente existentes: o espetacular difuso e o concentrado. Com o conceito de poder espetacular integrado, Debord chama a atenção para a presença em sociedades formalmente democráticas de elementos de regimes ditatoriais. Segundo ele: “A instala-

ção da dominação espetacular é uma transformação social tão profunda que mudou radicalmente a arte de governar. (...) O destino do espetáculo não é o de terminar como um despotismo esclarecido” (Debord, 1997, p. 236).

O lugar particular ocupado por Debord na teoria crítica é o de ter, com as suas reflexões sobre a sociedade do espetáculo, atualizado a interpretação frankfurtiana da sociedade capitalista. Será que a dinâmica histórica da sociedade capitalistas a partir da década de 1990 não requer para a sua compreensão uma atualização da interpretação desenvolvida por Debord? Começaremos a responder a esta pergunta a partir do próximo capítulo.

# CAPÍTULO 2

## **Sociedade do Espetáculo, Indústria Cultural e Ideologia**

O ponto de partida, para a reflexão a respeito da necessidade de atualização da interpretação de Debord da sociedade capitalista, é a discussão do conceito de ideologia presente no livro *Sociedade do espetáculo*, em especial no último capítulo, cujo título é “A ideologia materializada”. A visão da ideologia presente neste texto é muito próxima da visão de ideologia desenvolvida pelos frankfurtianos, em especial por Adorno e Horkheimer. Esta constatação nada tem de surpreendente, tendo em vista os vínculos de Debord com a teoria crítica.

## **Teoria Crítica e Ideologia**

O conceito de ideologia desenvolvido por Debord está baseado no entendimento de que, na sociedade do espetáculo, há uma ideologização da própria realidade do capitalismo. Há uma confusão entre a imagem da sociedade capitalista produzida pelo espetáculo e a realidade desta sociedade. Ele entende, seguindo a tradição da teoria crítica, a ideologia como um processo de falsificação da consciência:

A ideologia é a *base* do pensamento de uma sociedade de classes, no curso conflitante da história. Os fatos ideológicos nunca foram simples quimeras, mas a consciên-

cia deformada das realidades, e, como tais, fatores reais que exercem uma real ação deformante; tanto mais que a *materialização* da ideologia provocada pelo êxito concreto da produção econômica autonomizada, na forma do espetáculo, praticamente confunde com a realidade social uma ideologia que conseguiu recortar todo o real de acordo com seu modelo (Debord, 1997, p. 137).

Segundo Marx e Engels, na *Ideologia alemã*, o papel da ideologia é dificultar a compreensão da realidade. Inverte a relação entre o ideal e o material, impedindo a compreensão do papel determinante da vida material:

A produção de ideias, de representações, da consciência, está, de início, diretamente entrelaçada com a atividade material e com o intercâmbio material dos homens, como a linguagem da vida real. (...) E se, em toda ideologia, os homens e suas relações aparecem invertidos como numa câmara escura, tal fenômeno decorre de seu processo histórico de vida (1989, p. 36-37).

Lukács trabalha, em *História e consciência de classe*, texto de 1922, com o conceito de falsa consciência para caracterizar a consciência burguesa, a matriz das formas dominantes de consciência na sociedade capitalista. A falsa consciência burguesa decorre da impossibilidade de se reconhecer como uma classe vinculada a uma realidade histórica:

O pensamento burguês deparará forçosamente com uma barreira intransponível, já que o seu ponto de partida e o seu fim são sempre, mesmo inconscientemente, a apologia da ordem existente das coisas ou, pelo menos, a demonstração da sua imutabilidade (Lukács, 1974, p. 61).

Para Lukács (Cf. 1974, p. 100-107), a burguesia, e seus

ideólogos, oscilam entre dois polos interpretativos da realidade social capitalista. Ou entendem esta realidade de maneira fragmentada, ou entendem esta realidade como uma totalidade que existe por ela mesma, não podendo ser modificada. De um lado, temos a redução da realidade às vivências dos indivíduos; trata-se, assim, de um subjetivismo. De outro lado, temos uma visão que naturaliza a realidade capitalista, esvaziando a possibilidade de uma ação social transformadora; trata-se assim, de um objetivismo.

É só da perspectiva da transformação social, e da classe que teria interesse nela que, para Lukács, a realidade social capitalista pode ser compreendida de maneira consciente, como uma totalidade histórica:

Somente quando existe uma dada situação histórica em que a consciência exata da sociedade se torna, para uma classe, a condição imediata da sua autoafirmação na luta; quando, para esta classe, o conhecimento de si significa, ao mesmo tempo, o conhecimento correto de toda a sociedade; quando, por conseguinte, para esse conhecimento, essa classe é ao mesmo tempo sujeito e objeto do conhecimento, e, desse modo a teoria se apodera, de forma *adequada e imediata*, do processo de revolução social, só então a unidade da teoria e da prática, condição prévia da função revolucionária da teoria, se torna possível. Tal situação surgiu com o advento do proletariado na história (Lukács, 1974, p. 17).

Os frankfurtianos mantém o entendimento de que a ideologia impede a compreensão consciente da realidade, mas atualizam a concepção de Marx e de Lukács para o contexto do capitalismo do século XX, em especial para o capitalismo desenvolvido nos Estados Unidos, marcado pela formação de um mercado de consumo de massa e pela existência da indús-

tria cultural. Há um esvaziamento da dimensão lógico-argumentativa da ideologia, pois o capitalismo, agora, serve-se da sua capacidade de divulgar pelos meios de comunicação, transformados em conglomerados empresariais, a produção e do consumo de mercadorias em larga escala, para justificar a sua própria existência enquanto sociedade. No capítulo sobre a ideologia do livro *Temas básicos da sociologia*, Adorno e Horkheimer apontam as mudanças no processo de produção da ideologia: “A falsa consciência de hoje, socialmente condicionada, (...), trata-se de algo cientificamente adaptado à sociedade. Essa adaptação realiza-se mediante os produtos da indústria cultural (...)” (1973, p. 200).

Adorno e Horkheimer (Cf. 1985, p. 153-156) chamam atenção para a dimensão puramente constativa da ideologia capitalista produzida pela indústria cultural: o capitalismo é a realidade, e a única realidade possível é o capitalismo. A publicidade, e o marketing de modo geral, passam a serem as bases da ideologia capitalista, pois falam a língua tipicamente capitalista, a da venda e compra das mercadorias. Trata-se de uma linguagem dominada pela razão instrumental, esvaziada de sentido, reduzida à fórmulas consideradas eficazes para a venda dos produtos. Muda o processo de falsificação da consciência. No período vivido por Marx, a ideologia era produzida predominantemente pelos construtores de sistemas de pensamento, de filosofias, e possuía um papel de justificação da nova realidade capitalista que estava se desenvolvendo, sendo ao mesmo tempo falsa e verdadeira. Para Adorno e Horkheimer, nesse período histórico, a ideologia:

Como consciência objetivamente necessária e, ao mesmo tempo, falsa, como interligação inseparável de verdade e inverdade, que se distingue, portanto, da verdade total tanto quanto da pura mentira, pertence, se não unicamente à nossa sociedade, pelo menos a uma socie-

dade em que uma economia urbana de mercado já foi desenvolvida. Com efeito, *a Ideologia é justificação*. Ela pressupõe, portanto, quer a experiência de uma condição social que se tornou problemática e como tal reconhecida, mas que deve ser defendida, quer, por outra parte, a ideia de justiça sem a qual essa necessidade apologética não subsistiria e que, por sua vez, se baseia no modelo de permuta de equivalentes (1973, p. 191).

Mas, no século XX, a ideologia passou a ser produzida pelos profissionais da comunicação. A indústria cultural promoveu uma ruptura entre a linguagem e a experiência:

O tipo de experiência que personalizava as palavras ligando-as às pessoas que as pronunciavam foi esvaziado, e a pronta apropriação das palavras faz com que a linguagem assuma aquela frieza que era própria dela apenas nos cartazes e na parte de anúncios dos jornais (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 155).

A linguagem perde a sua capacidade de representar a realidade, transformando-se em instrumento, em puro meio para a obtenção de um fim. Adorno e Horkheimer, no capítulo sobre a indústria cultural do livro *Dialética do esclarecimento*, refletem sobre o processo de “purificação” das palavras, que perdem a sua complexidade, e se reduzem a uma função designativa, publicitária. É como dizem as peças publicitárias de automóvel de uma marca de origem alemã, tal automóvel é **O Carro** (Das Auto). Os exemplos evidentemente são infinitos, como o do refrigerante que **É Isso Aí**, o do político que **É O Mais Competente**, etc, etc.

O pensamento de Debord, a respeito da materialização da ideologia promovida pela sociedade do espetáculo parece ser muito semelhante aos argumentos de Adorno e

Horkheimer, a respeito da produção ideológica promovida pela indústria cultural. Ele afirma, por exemplo, que na sociedade do espetáculo: “a pretensão ideológica adquire uma espécie de chã exatidão positivista: já não é uma escolha histórica, mas uma evidência” (Debord, 1997, p. 137-138).

Na verdade, pode-se chegar à conclusão de que o conceito de ideologia de Debord e o conceito de ideologia de Adorno e Horkheimer possuem o mesmo conteúdo. Sendo assim, no que consiste a atualização da teoria crítica feita por Debord? Consiste, antes de mais nada, na elaboração do conceito de sociedade do espetáculo. Mas no que o conceito de sociedade do espetáculo difere do conceito de indústria cultural?

Adorno e Horkheimer desenvolveram o conceito de indústria cultural para a compreensão do processo de mercantilização da sociedade capitalista, que alcançou a produção cultural com o desenvolvimento de técnicas de reprodução em larga escala sob o controle de grandes conglomerados comunicacionais. Debord desenvolve o conceito de sociedade do espetáculo para a compreensão do processo de articulação entre o acúmulo de capital, por intermédio da produção e do consumo de mercadorias em larga escala, e o acúmulo de espetáculo, por intermédio da produção e do consumo de imagens em larga escala. Os conceitos procuram compreender, portanto, a mesma realidade. No entanto, Debord particulariza, dentro dos processos comunicacionais, o papel desempenhado pelas imagens e explicita que está procurando compreender uma nova fase da sociedade capitalista. Mas, a identidade entre os conceitos é muito grande, e as diferenças são bastante sutis. Alguns desdobramentos do conceito de sociedade do espetáculo, como os conceitos de poder espetacular difuso e concentrado podem ser considerados como uma maneira mais precisa de se procurar compreender a identidade e a diferença entre os países capitalistas democráticos e os totalitários; o que já era uma preocupação de Adorno e Horkheimer, que analisavam a pre-

sença da linguagem publicitária tanto na Alemanha nazista, quanto nos Estados Unidos “democráticos”.

O conceito de ideologia da teoria crítica, uma atualização do conceito de Marx, está ligado em Adorno e Horkheimer à existência da indústria cultural e em Debord à existência da sociedade do espetáculo, o que indica que a sociedade do espetáculo e a indústria cultural não podem ser pensadas separadamente.

### **Ideologia em Althusser e Gramsci**

Mas, o conceito de ideologia da teoria crítica sofre a concorrência, dentro do marxismo, do conceito de ideologia desenvolvido por Althusser, que rejeita com veemência a visão da ideologia como falsa consciência, presente na *Ideologia alemã*. Para ele, essa visão não é marxista, mas ainda hegeliana, fruto de uma fase do pensamento de Marx onde este não havia rompido com Hegel (Cf. 1996, p. 123-125).

No texto *Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado*, em que se reivindica marxista, mas cuja principal influência, no que diz respeito à ideologia, é a leitura feita por Lacan a respeito do conceito de inconsciente de Freud, Althusser argumenta que não é possível a separação entre o real e o ideológico (Cf. 1996, p. 127-128). Para ele, a ideologia possui uma estrutura que é universal, e está presente em todas as formas de vida social: “a ideologia é uma “representação” da relação imaginária dos indivíduos com suas condições reais de existência” (Althusser, 1996, p. 126).

A diferença entre os trabalhadores e a burguesia não consiste, como em Lukács, numa oposição entre falsa consciência e a possibilidade de uma consciência verdadeira sobre a realidade, mas numa oposição entre duas ideologias distintas. A luta de classes é para Althusser, sempre uma luta ideológica, e não uma luta entre ideologia e consciência social. Cabe, no capitalismo, aos trabalhadores construir a sua ideologia,

mas a forma desta estrutura é a mesma da ideologia burguesa.

Para Althusser, é por intermédio da ideologia que nos tornamos sujeitos sociais, “a ideologia interpela os indivíduos como sujeitos” (1996, p. 131). As identidades são construídas mediante uma identificação projetiva com o que ele caracteriza, nos passos de Lacan, como o Grande Outro, O Grande Sujeito, que é a figura simbólica central de uma ideologia:

O que equivale a dizer que toda ideologia é *centrada*, que o Sujeito Absoluto ocupa o lugar singular do Centro e interpela a seu redor a infinidade de indivíduos a se tornarem sujeitos, numa dupla relação especular, de tal ordem que *sujeita* os sujeitos ao Sujeito, ao mesmo tempo que lhes dá, no Sujeito em que cada sujeito pode contemplar sua própria imagem (presente e futura), a garantia de que isso realmente concerne a eles e a Ele (...) (Althusser, 1996, p. 137).

No caso da ideologia religiosa, que Althusser usa como exemplo para a compreensão do que é a estrutura da ideologia, o Grande Sujeito obviamente é Deus. Somos sujeitos religiosos porque reconhecemos Deus e somos por Ele reconhecidos. Esse processo de identificação/reconhecimento é inconsciente, a possibilidade de distanciamento crítico de uma ideologia depende da adesão a outra ideologia, sendo um processo de mudança de identidade. Os trabalhadores são construídos como sujeitos rompendo com a identificação com a ideologia burguesa dominante, ao se identificarem com o Grande Sujeito que encarnaria a ideologia proletária.

É difícil pensar no conceito de ideologia de Althusser, sem lembrar que ele foi um militante político simpatizante do maoísmo, e que, por exemplo, a identificação com a figura de Mao seria um elemento decisivo para a construção da ideologia dos trabalhadores na versão de Althusser. Da perspectiva

da teoria crítica, em particular na versão de Debord, a concepção althusseriana de ideologia parece ser um exemplo dos mecanismos ideológicos do poder espetacular concentrado:

A ditadura da economia burocrática não pode deixar às massas exploradas nenhuma margem significativa de escolha, pois ela teve de escolher tudo. (...) A imagem imposta do bem, em seu espetáculo, recolhe a totalidade do que existe oficialmente e concentra-se normalmente num só homem, que é a garantia da coesão totalitária. Com essa vedete absoluta é que todos devem identificar-se magicamente, ou desaparecer. (...) Se cada chinês tem de aprender Mao e, assim, tornar-se Mao, é porque *não há outra coisa para ser* (Debord, 1997, p. 43).

Mas, se o conceito de ideologia de Althusser diz respeito aos mecanismos de construção do sujeito presentes, segundo ele, em qualquer forma de vida social, o seu texto não trata apenas destes mecanismos, abordando também o que ele caracteriza como os aparelhos ideológicos de Estado. Com este conceito ele procura dar conta da dimensão política da produção ideológica, dialogando com o conceito de hegemonia desenvolvido por Gramsci nos Cadernos do cárcere, redigidos nas décadas de 1920 e 1930.

O conceito de hegemonia chama atenção para a necessidade de compreensão das relações entre a produção ideológica, os processos sociais e as instituições políticas. Ou seja, o exercício do poder político, o controle do Estado (da sociedade política na terminologia de Gramsci) depende de conflitos que acontecem no interior das instituições sociais (sociedade civil na terminologia de Gramsci). Estes conflitos que acontecem na sociedade civil são disputas ideológicas, são lutas entre visões de mundo opostas, que correspondem aos interesses contraditórios das classes de uma sociedade.

A concepção de ideologia de Gramsci pode ser considerada, em termos comparativos, mas que não correspondem evidentemente à cronologia histórica, uma espécie de “síntese” entre a concepção marxista clássica, da ideologia como falsa consciência (já que a ideologia dos trabalhadores, a “filosofia da práxis”, deve se basear na consciência histórica) e a concepção althusseriana da ideologia como processo de construção de identidades. Evidentemente, Gramsci não é influenciado pelas concepções de Lacan. Por outro lado, ainda que não utilize a religião para a compreensão da “estrutura eterna e universal”, até porque não entende a ideologia desta maneira, como faz Althusser, ele atribui uma enorme importância ao papel desempenhado pela visão de mundo (ideologia) da igreja católica na sociedade italiana, inclusive entre os trabalhadores; e ressalta a necessidade dos adeptos da “filosofia da práxis” (o marxismo enquanto visão de mundo) prestarem atenção à capacidade da igreja católica de fazer com que a sua ideologia penetre na vida cotidiana, transformando-se num senso comum (Cf. Gramsci, 1999, p. 99-100).

De acordo com a perspectiva teórica de Gramsci, a produção ideológica, particularmente a que circula pelos meios de comunicação, possui uma enorme importância política: o controle da sociedade política está vinculado ao exercício da hegemonia (do poder ideológico) na sociedade civil.

No que diz respeito ao exercício da hegemonia, o artigo Ideologia e aparelhos ideológicos de estado, pode ser entendido como uma continuação das reflexões gramscianas. Nas palavras de Althusser: “Ao que saibamos, nenhuma classe é capaz de deter o poder estatal por um período prolongado sem, ao mesmo tempo, exercer sua hegemonia sobre e dentro dos Aparelhos Ideológicos de Estado” (1996, p. 116- 117).

A atualização do conceito de ideologia feita por Adorno/Horkheimer e Debord, com o desenvolvimento dos conceitos de indústria cultural e sociedade do espetáculo, ressalta a

relevância da compreensão dos processos comunicacionais para o entendimento da dinâmica histórica da sociedade capitalista enquanto uma totalidade. Por outro lado, o conceito de ideologia de Althusser dificilmente pode ser considerado uma atualização do conceito de ideologia de Marx. Mas, o conceito de aparelho ideológico de estado, devido ao seu vínculo com o conceito gramsciano de hegemonia, pode ser considerado como uma atualização da visão de Marx. Haveria compatibilidade entre esta atualização e o conceito de ideologia de Adorno/Horkheimer e Debord?

### **Comunicação e Ideologia**

As visões de Gramsci e Althusser indicam a relevância política de instituições da sociedade civil como igrejas, escolas, famílias, sindicatos, partidos políticos, além dos meios de comunicação. Mostram a importância de se compreender as relações entre os meios de comunicação e as instituições sociais e as implicações políticas, principalmente no que diz respeito às disputas pelo controle do poder de Estado, dessas relações. Podem ser consideradas, portanto, como um complemento das concepções de ideologia de Adorno/Horkheimer e Debord. Por outro lado da perspectiva da contemporaneidade, salta aos olhos a necessidade de uma atualização das visões de Gramsci e de Althusser sobre quais instituições sociais teriam um papel dominante na produção ideológica. Em Gramsci, essa posição pertenceria à dupla Igreja Católica/Partidos Políticos; enquanto que em Althusser esse papel é desempenhado pela dupla Família/Escola.

Gramsci procura compreender as especificidades da sociedade italiana, em termos das possibilidades de transformação social. Para ele, trata-se de uma sociedade que estaria passando por um processo de modernização capitalista, mas sem uma ruptura plena com o passado, daí a permanência da importância ideológica da Igreja Católica, ao mesmo tempo em

que se desenvolvem também instituições modernas como os Partidos Políticos de massa. Tendo em vista este quadro, Gramsci argumenta que, no contexto italiano, onde a sociedade civil já atingiu certo grau de complexidade, a transformação social não poderia acontecer mediante um assalto direto ao poder do Estado por forças revolucionárias, dependendo da conquista da hegemonia ideológica (Cf. Gramsci, 2000, p. 24). Ele caracteriza como o “Príncipe Moderno”, o partido político das classes trabalhadoras (na linguagem gramsciana, “classes subalternas”), que teria um papel decisivo nesta conquista.

Na contemporaneidade, o sociólogo brasileiro Octávio Ianni (2000) realizou uma atualização da perspectiva de Gramsci, com o conceito de “Príncipe Eletrônico”, chamando, assim, atenção para o esvaziamento dos partidos políticos em prol da atuação política dos meios de comunicação. No contexto brasileiro, a atuação do “Príncipe Eletrônico” é particularmente significativa, não apenas devido ao papel desempenhado pela espetacularização da política, com a incorporação da linguagem do marketing ao discurso político, mas também com o papel desempenhado pela mídia, inclusive a internet, na produção ideológica.

Como o conceito de ideologia de Althusser procura compreender o processo de transformação do indivíduo em sujeito social, não é de se estranhar que ele atribua uma posição dominante à instituição familiar. Além disso, como ele atribuiu à ideologia a função de contribuir para a reprodução das relações sociais de produção, preparando os sujeitos sociais para assumirem, no contexto da sociedade capitalista, sua posição de burgueses ou trabalhadores, também faz sentido que a escola ocupe uma posição dominante dentre os aparelhos ideológicos de Estado (Cf. Althusser, 1996, p. 121-123). É preciso ainda ser levado em consideração que Althusser redigiu o seu texto sobre *Ideologia e aparelhos ideológicos de estado* nos anos 1969-1970, momento em que em vários países, e com muita

força na França, a escola estava sendo questionada enquanto uma instituição a serviço da sociedade capitalista.

Mas, da perspectiva contemporânea, tanto a família quanto a escola sofrem a concorrência dos meios de comunicação, cada vez mais da internet, no exercício da função “socializadora”, de preparação dos sujeitos para o desempenho dos papéis sociais do capitalismo. Sendo assim, a temática da hegemonia não pode ser pensada sem uma referência ao papel da indústria cultural na sociedade do espetáculo. Adorno/Horkheimer e Debord são fundamentais para uma atualização das concepções de Gramsci e de Althusser. Por outro lado, isso significa que o conceito de hegemonia também deve ser encarado como um conceito complementar aos conceitos de indústria cultural e de sociedade do espetáculo.

### **Teoria Crítica e transformação social**

Mas, em termos da teoria crítica, a atualização não é apenas temporal, histórica, ela é também espacial, geográfica, e marcada ainda pela subjetividade. O capitalismo é um modo de produção existente em escala mundial, no entanto, não se desenvolve de maneira homogênea, pelo contrário, ele se desenvolve de maneira desigual. Esta desigualdade de desenvolvimento faz com que surjam diferentes possibilidades de leitura da própria sociedade capitalista e das perspectivas da sua transformação; além, evidentemente, das diferenças subjetivas entre os intérpretes, já que a teoria crítica não é baseada em fórmulas dogmáticas, reconhecendo sempre o papel da subjetividade como um elemento de singularização (o que, como foi visto, é negado por Althusser).

Na década de 1960, autores vinculados à teoria crítica possuíam diferentes interpretações sobre as possibilidades de transformação social do capitalismo. Debord entendia que a crítica teórico-prática da sociedade do espetáculo levaria a uma transformação social impulsionada pela formação de conse-

lhos operários, que assumiriam a administração das fábricas e do país (França) de modo geral. Por sua vez, Adorno participou de um duro debate com outro autor frankfurtiano, Marcuse, sobre o movimento estudantil e seu papel no processo de transformação social.

Marcuse, ao contrário de Adorno, permaneceu radicado nos Estados Unidos após o término da segunda guerra mundial. Ambos partilhavam o pressuposto de que nos pós-guerra o desenvolvimento econômico dos Estados Unidos refletiu positivamente nos países da Europa Ocidental (ainda que os Estados Unidos mantivessem sua posição de país capitalista mais desenvolvido) criando condições favoráveis, nestas regiões do mundo, para a existência de um estado do bem-estar social, que conseguiu integrar a classe operária, por intermédio do consumo, à sociedade capitalista. Debord não partilhava deste pressuposto, entendendo que o acesso dos operários ao consumo, na sociedade do espetáculo, geraria uma reação contrária ao crescimento da alienação capitalista.

Marcuse entendia que atores sociais não plenamente integrados à sociedade capitalista, como os estudantes e as minorias étnicas nos países capitalistas mais desenvolvidos, ou os movimentos de emancipação de países do terceiro mundo, poderiam contribuir para um despertar da classe operária nos países mais desenvolvidos. Adorno não concordava com esta possibilidade, e entendia que o movimento estudantil, principalmente na Alemanha, devido ao seu radicalismo político e o seu isolamento da classe operária, poderia gerar uma retomada das tendências fascistas, com uma repressão generalizada, inclusive contra os espaços ocupados pelos adeptos da teoria crítica, como o Instituto de Pesquisas Sociais, berço da teoria crítica, que retornou para a Alemanha. Devido às suas posições, Adorno foi alvo de manifestações contrárias dos seus próprios alunos, que ocuparam o Instituto. A polêmica Adorno/Marcuse pode ser acompanhada por uma troca de cartas entre

os autores, antes da morte de Adorno em 1969, e que foi publicada no Brasil pela revista Praga (1997). Marcuse afirma que:

Continuo acreditando que a nossa causa (que não é só nossa) é antes defendida pelos estudantes em revolta que pela polícia, e aqui na Califórnia isso me é demonstrado quase todo dia (e não só na Califórnia). (...) Não podemos apagar o fato de que esses estudantes são influenciados por nós (e certamente não menos por ti) – fico satisfeito com isso e estou disposto a conformar-me com o assassinato do pai, mesmo que por vezes seja doloroso. (...) E desesperaria de mim (de nós) se eu (nós) aparecesse ao lado de um mundo que apoia ou se cala sobre o genocídio no Vietnã, e que transforma em inferno todos os domínios, exceto o domínio de seu próprio poder opressor (Praga, 1997, p. 8-9).

Por sua vez, para Adorno:

Parece-me não haver dúvidas de que o movimento estudantil, na sua atual configuração, e na verdade de imediato, desemboca justamente na tecnocratização da Universidade, a qual quer supostamente impedir. Parece-me igualmente inquestionável que atitudes como as que tive de observar e de cuja descrição poupo, a ti e a mim, possuem realmente algo daquela violência sem conceito que uma vez pertenceu ao fascismo (Praga, 1997, p. 10).

Para os situacionistas, grupo do qual Debord fazia parte, e que participou ativamente dos acontecimentos de maio de 1968 na França, a ocupação das universidades pelos estudantes inaugurava uma nova era do movimento revolucionário, servindo de inspiração para a classe trabalhadora, que também passou a ocupar fábricas:

A ocupação da Sorbonne que começou na segunda-feira, 13 de maio, inaugurou uma nova era na crise da sociedade moderna. Os acontecimentos atuais na França prenciam a volta do movimento operário revolucionário em todos os países. (...) Os trabalhadores não poderiam deixar de se inspirar ao verem as discussões livres, o esforço para construir uma crítica radical e a democracia direta em ação. Nesse momento, no fim de semana, cem fábricas estão ocupadas (...) (Internacional Situacionista, 2002, p. 142-143).

Vinte anos depois, em seu texto de 1988, Debord menciona a derrota do movimento de maio de 68, a consolidação em escala mundial da sociedade do espetáculo, o fim das forças de oposição a esta sociedade; mas, não menciona se passou ou não a concordar com a tese da integração da classe operária à sociedade capitalista, mediante o consumo. Aliás, referências aos trabalhadores estão praticamente ausentes do seu texto. Escritos na fase inicial da ascensão mundial do neoliberalismo, os *Comentários sobre a sociedade do espetáculo* possuem, de modo geral, uma capacidade muito grande de compreensão do período histórico do capitalismo global neoliberal. Em sintonia com a proposta da teoria crítica de procurar dar conta da dinâmica histórica da sociedade capitalista entendida enquanto uma totalidade, Debord argumenta que houve uma unificação entre as formas de poder espetacular anteriormente existentes (a difusa e a concentrada), com a formação do poder espetacular integrado, sendo que esta unificação possui como característica: “a combinação de cinco aspectos principais: a incessante renovação tecnológica, a fusão econômico-estatal, o segredo generalizado, a mentira sem contestação e o presente perpétuo” (1997, p. 175).

Os aspectos apontados por Debord continuam a estar presentes de forma decisiva depois da década de 1980. A reno-

vação tecnológica, especialmente das tecnologias comunicacionais, é cada vez mais rápida e voltada para a produção e o consumo de imagens, como o que acontece nas redes sociais virtuais de modo geral, e em particular com o crescimento de redes sociais que se constituem em torno da divulgação de imagens. O caráter instantâneo e imagético da comunicação, a onipresença da comunicação virtual no cotidiano principalmente com o uso de celulares conectados à internet, esvazia a noção de temporalidade, favorecendo a existência de um presente que se perpetua.

A circulação incessante de mensagens espetacularizadas (baseadas em imagens e textos curtos) cujo sentido se esgota quase que instantaneamente favorece que as reais condições de funcionamento das diferentes instituições sociais permaneçam em segredo, e quando alguns aspectos deste funcionamento são divulgados, são na forma (espetacularizada) dos escândalos, que pouco contribuem para o conhecimento efetivo dos mecanismos de funcionamento destas instituições, em especial a fusão entre os interesses dos que controlam o aparelho de estado e os interesses das grandes corporações. O caráter imediatista das mensagens favorece também a circulação de mentiras sem possibilidade de contestação.

A relevância da teoria sobre o capitalismo contemporâneo apresentada por Debord nos *Comentário sobre a sociedade do espetáculo* não significa que não exista a necessidade da sua atualização, principalmente devido à crise que atinge o capitalismo desde 2008. Em especial o fortalecimento de tendências políticas direitistas em vários países, inclusive no Brasil, torna imprescindível esta atualização, particularmente do conceito de poder espetacular integrado, no que diz respeito à presença na contemporaneidade de elementos do poder espetacular concentrado (ditaduras).

Se a consolidação, em escala mundial, da sociedade do espetáculo confirma a pertinência da atualização do conceito

de ideologia feita por Adorno/Horkheimer e por Debord, ela indica também a necessidade desta atualização ser sempre complementada por uma referência ao conceito de hegemonia, já que a compreensão do papel da ideologia para o controle do poder de Estado pela classe dominante é sempre fundamental.

Por outro lado, a atualização da teoria crítica não é apenas uma atualização da temporalidade da sociedade capitalista nos países dominantes, é também uma atualização da temporalidade capitalista no espaço dos países dominados, como o caso da sociedade brasileira. Nos próximos capítulos será feita uma reflexão a respeito das relações entre o desenvolvimento do capitalismo no Brasil, o processo de transformação da burguesia na classe dominante, a constituição de uma sociedade do espetáculo e a atuação da indústria cultural.

# CAPÍTULO 3

## **Sociedade do Espetáculo, Indústria Cultural e a construção da hegemonia burguesa no Brasil**

O golpe de 1964, no Brasil, inaugurou um período histórico decisivo, dentro do processo de transformação da burguesia em classe dominante, ou seja, da Revolução Burguesa. A partir desse momento, a burguesia passou a controlar o poder de Estado, ainda que por intermédio da ocupação das principais instituições do aparelho de Estado pelas forças armadas. Neste capítulo, será feita uma discussão a respeito do papel desempenhado pelos processos comunicacionais dentro deste contexto histórico, com a presença no Brasil do poder espetacular difuso e concentrado e dos seus vínculos com a atuação da indústria cultural. O foco do capítulo será, portanto, tendo em vista as relações entre a sociedade do espetáculo, a indústria cultural e a produção de ideologia, o processo de construção da hegemonia burguesa no Brasil.

### **Revolução burguesa e hegemonia**

No Brasil, de acordo com Florestan Fernandes (1976), o controle burguês do aparelho de Estado se dá durante a Ditadura Militar, que unifica os diferentes setores burgueses e a antiga classe dominante (latifundiários). Colocada desta

maneira, a visão de Florestan Fernandes é essencialmente correta.

No entanto, se enfrentarmos a questão da hegemonia, isto é a capacidade da classe dominante, ou da classe que aspira a esta condição, de dirigir ideologicamente a sociedade, mediante a presença dominante da sua ideologia (no sentido gramsciano do termo) nas principais instituições sociais, a visão de F. Fernandes precisa ser um pouco matizada. A Ditadura representou simultaneamente a força (capacidade de unificação dos interesses dominantes) e a fraqueza (constituição de um aparelho de Estado primordialmente repressivo) da burguesia. A crise de hegemonia, existente pelo menos desde a década de 1920, com o enfraquecimento da hegemonia das oligarquias rurais, não foi resolvida pela Ditadura.

A existência do “pacto populista”, que caracterizou a vida brasileira no período 1930-1964, era um sintoma da crise da hegemonia oligárquica e da transição para a hegemonia burguesa, aspectos bastante significativos do processo da Revolução Burguesa no Brasil. O “pacto” consistia numa aliança de classes bastante contraditória, envolvendo setores burgueses nacionais e internacionais, as oligarquias rurais (latifundiários) e os trabalhadores urbanos, o que colocava de maneira permanente a possibilidade de ruptura e o dilema de como ela aconteceria: quais classes e setores de classe se uniriam contra quais outras classes e setores. Como se sabe, a ruptura aconteceu em 1964, com a exclusão das classes trabalhadoras e a unificação das classes dominantes sob os interesses burgueses. Mas a possibilidade da aliança antioligárquica e anti-imperialista se fazia presente, especialmente no período 1954-1964.

A produção de ideologias se dá permanentemente como algo inerente às lutas sociais. Classes, frações de classe e outros grupos sociais disputam a hegemonia, a capacidade de influenciar os rumos da vida social. Dentro desta competição, controlar o aparelho de Estado é algo fundamental. Segundo a

perspectiva da teoria crítica, complementada pelas visões de Gramsci e Althusser, o entendimento das relações entre hegemonia e ideologia só pode se dar dentro de uma visão sobre a totalidade social, no interior da qual as relações econômicas desempenham um papel determinante. A Revolução Burguesa é simultaneamente o processo de desenvolvimento econômico do capitalismo, de conquista do poder sobre o estado e do exercício da hegemonia. A constituição da burguesia como classe dominante acontece nesta tripla dimensão.

Neste capítulo, que se apoia na visão de Florestan Fernandes sobre a Revolução Burguesa, procurou-se chamar atenção para a necessidade de se levar em consideração também a questão da hegemonia dentro de uma reflexão sobre a Revolução Burguesa no Brasil. Um dos méritos inegáveis do livro de F. Fernandes é reconhecer que a Revolução Burguesa não se reduz a uma conjuntura histórica específica, mas é um processo histórico de longa duração. Dentro desta perspectiva, é fundamental a análise de períodos históricos específicos que devem ser entendidos como períodos de transição. O período de 1930-1964 é o período da crise hegemônica e da conquista do poder de Estado pela burguesia. Trata-se de um período marcado por uma luta ideológica intensa e inseparável dos conflitos e alianças entre classes e frações de classe que disputavam o controle do aparelho de estado.

No período da ditadura militar, os organismos do aparelho de Estado (sociedade política) foram ocupados principalmente por membros das forças armadas, que buscavam o controle, pelo uso dos instrumentos repressivos, dos aparelhos ideológicos (sociedade civil). No entanto, a ocupação militar do aparelho de Estado não significava que esta camada social exercesse o poder de Estado, que estava sob o controle da burguesia brasileira em associação com grupos capitalistas multinacionais.

Conforme argumenta René Armand Dreifuss, um dos

principais pesquisadores do golpe de estado de 1964 e autor de *1964: a conquista do Estado*, os empresários adeptos da implantação de um desenvolvimento capitalista dependente no Brasil ocupavam postos importantes nos organismos governamentais responsáveis pelas decisões econômicas. Esta presença indica claramente a capacidade burguesa de controlar o funcionamento do aparelho de Estado.

Em termos da análise de Florestan Fernandes, esta capacidade é compreendida como a concretização da Revolução Burguesa no Brasil Mas, o fato desta presença estar associada à ocupação da sociedade política pelos militares não significava, conforme entende Dreifuss, que a crise de hegemonia estivesse resolvida. O próprio componente tecnocrático da ideologia emanada do aparelho de Estado, que Dreifuss (Cf. 1987, p. 485) postula ser um elemento legitimador do capitalismo dependente era um sintoma de uma crise de hegemonia ainda não resolvida, e que gerou a persistência por duas décadas de um regime político ditatorial que promovia intervenções repressivas na sociedade civil.

### **Repressão e ideologia durante a Ditadura Militar**

A investigação da interação entre o aparelho repressivo e os aparelhos ideológicos durante a ditadura militar, particularmente no período 1969-1978 (vigência do AI-5), mostra a presença na vida cotidiana de combinações explícitas entre repressão e ideologia, em especial a presença de ações repressivas nos aparelhos ideológicos, com destaque para os mecanismos de censura, vigilância e delação presentes nos meios de comunicação, mas também nos ambientes escolares e mesmo nas relações familiares. A forte presença da ação repressiva estatal na sociedade civil fez com que Octávio Ianni caracterizasse a ditadura militar como um regime fascista:

Foi tão acentuado o desenvolvimento da força e organização do estado brasileiro, que logo se tornou estranho para o povo, o cidadão, as classes assalariadas,

os operários e camponeses. À medida que se fortalecia, ampliava, “modernizava”, penetrava todos os recantos da vida econômica, política, educacional, religiosa, cultural, artística e outros círculos de existência social. Mais o Estado se revelava estranho, estrangeiro. Quanto mais forte ativo, mais repressivo e opressivo. (...) Toda brutalidade da dissociação entre o Governo e o povo, o estado e o cidadão, a ditadura e o súdito, tudo isso estava cotidianamente realizado e recriado na repressão generalizada. A prisão, o, sequestro, o sumiço, o assassinato político, junto com o arrocho salarial, a intervenção governamental nos sindicatos urbanos e rurais, a supressão das ligas camponesas, a manipulação do boato e o medo, como técnicas de poder, tudo isso configura uma realidade política fascista que se registra nas produções artísticas (Ianni, 1981, p. 173 e p. 176-177).

A dimensão fortemente repressiva da ação do Estado durante a ditadura militar, particularmente durante a vigência do AI-5, é consequência da incapacidade da burguesia exercer sua hegemonia sobre a sociedade civil, sobre os aparelhos ideológicos de Estado, o que indica a existência do que Debord caracterizou como o poder espetacular concentrado. A própria existência da ditadura militar, o golpe de estado de 1964, está vinculada a uma crise de hegemonia não resolvida, presente desde a década de 1920, período em que acontecem, por exemplo, as revoltas tenentistas, o movimento modernista, e a criação do Partido Comunista do Brasil, e que se agravou no período histórico que vai de agosto de 1954 a março de 1964, marcado pela ascensão das lutas sociais populares na cidade e no campo com o fortalecimento da ideologia nacional-popular que passou a disputar a hegemonia. A ideologia nacional-popular, sustentada principalmente pelo Partido Comunista Brasileiro (PCB) e pelos setores de esquerda do Partido Traba-

lhista Brasileiro (PTB), defendia uma aliança entre a burguesia industrial nacional e os trabalhadores da cidade e do campo para a implantação de um desenvolvimento capitalista autônomo baseado na ampliação do mercado consumidor interno com uma ruptura com a oligarquia rural (latifundiários exportadores) e com as empresas estrangeiras. Mas, não era apenas a ideologia nacional-popular que disputava a hegemonia, havia também o projeto de desenvolvimento capitalista sob o controle do capitalismo estrangeiro, com a participação subordinada da burguesia industrial nacional e da oligarquia rural.

De fato, os interesses multinacionais e associados passaram a exercer o comando político da administração do Estado a partir da Ditadura Militar, mas isto não significou, diferentemente do que pensa Dreifuss, a resolução da crise de hegemonia. O período 1964-68 foi marcado pela continuidade da crise hegemônica, a ideologia nacional-popular, ainda que duramente golpeada pela repressão policial-militar e marcada por mudanças nas suas características, manteve-se presente na sociedade civil (aparelhos ideológicos de Estado). Roberto Schwarz no artigo intitulado Cultura e política, 1964-69 chama a atenção para a forte presença cultural da esquerda neste período:

Entretanto, para surpresa de todos, a presença cultural da esquerda não foi liquidada naquela data (1964), e mais, de lá para cá não parou de crescer. A sua produção é de qualidade notável nalguns campos, e é dominante. Apesar da ditadura da direita há relativa hegemonia cultural da esquerda no país. Pode ser vista nas livrarias de São Paulo e Rio, cheias de marxismo, nas estreias teatrais, incrivelmente festivas e febris, às vezes ameaçadas de invasão policial, na movimentação estudantil ou nas proclamações do clero avançado. Em suma, nos santuários da cultura burguesa a esquerda dá o tom (Schwarz, 1978, p. 62).

A presença cultural da esquerda, da ideologia nacional-popular, atingia inclusive os meios de comunicação de massa (rádio, TV, jornais e revistas), particularmente devido à repercussão alcançada pela música popular, com as chamadas “canções de protesto”. Músicos como Chico Buarque e Geraldo Vandré tornaram-se conhecidos do público devido aos festivais de música popular promovidos por canais de televisão e que recebiam ampla cobertura da imprensa. A sobrevivência da ideologia nacional-popular e a retomada de movimentos sociais como o movimento estudantil, que em junho de 1968 conseguiu mobilizar nas ruas do Rio de Janeiro 100 mil pessoas para protestar contra a ditadura militar e contra o imperialismo, constituíam-se numa ameaça aos interesses dominantes, da burguesia multinacional e seus aliados internos, e à própria ocupação militar do aparelho de Estado. A resposta foi o “golpe dentro do golpe” posto em prática em dezembro de 1968 com o Ato Institucional de número 5, que propiciou um agravamento da ação repressiva do Estado, estabelecendo um regime de terror estatal:

Os poderes atribuídos ao executivo pelo Ato Institucional No.5 podem ser assim resumidos: 1) poder de fechar o Congresso Nacional e as assembleias estaduais e municipais; 2) direito de cassar os mandatos eleitorais de membros dos poderes Legislativo e Executivo nos níveis federal/estadual e municipal; 3) direito de suspender por dez anos os direitos políticos dos cidadãos, e reinstituição do “Estatuto dos Cassados”; 4) direito de demitir, remover, aposentar ou pôr em disponibilidade funcionários das burocracias federal, estadual e municipal; 5) direito de demitir ou remover juízes, e suspensão das garantias ao Judiciário de vitaliciedade, inamovibilidade e estabilidade; 6) poder de decretar estado de sítio sem qualquer

dos impedimentos fixados na Constituição de 1967; 7) direito de confiscar bens como punição por corrupção; 8) suspensão da garantia de habeas corpus em todos os casos de crimes contra a Segurança Nacional; 9) julgamento de crimes políticos por tribunais militares; 10) direito de legislar por decreto e baixar outros atos institucionais ou complementares; e finalmente 11) proibição de apreciação pelo Judiciário de recursos impetrados por pessoas acusadas em nome do Ato Institucional no.5. Os réus julgados por tribunais militares não teriam direito a recursos. Todas as disposições do ato permaneceriam em vigência até que o Presidente da República assinasse decreto específico para revogá-lo (Moreira Alves, 1984, p. 131).

O terror estatal, o poder espetacular concentrado, particularmente no período caracterizado como os “anos de chumbo” (1969-1974), significou o triunfo da “linha-dura”, composta por lideranças civis e militares que defendiam a chamada “institucionalização” do regime militar, ou seja, a ocupação permanente do aparelho de Estado pelas forças armadas. Este projeto estava articulado em torno da ideologia da segurança nacional, que defendia o desenvolvimento econômico capitalista dependente juntamente com as práticas repressivas de manutenção da “segurança nacional”. Tratava-se de um projeto socialmente contraditório. A burguesia brasileira, cada vez mais associada e dependente do capitalismo multinacional, em especial do capitalismo norte-americano, e ameaçada pela ideologia nacional-popular, concordava com o aprofundamento da presença militar no aparelho de Estado e com o crescimento da sua intervenção repressiva na sociedade civil. No entanto, a combinação do crescimento econômico com o esmagamento violento do projeto nacional-popular e da versão alternativa da tropicália (censura, prisões, torturas, assassinatos e

exílio dos seus defensores) criou as condições para o término da ditadura militar, e no momento histórico seguinte, para a consolidação da hegemonia burguesa no Brasil.

A combinação do crescimento econômico com a ação repressiva ampliou as bases materiais e ideológicas do exercício da hegemonia burguesa no Brasil. Tendo em vista o caráter dependente deste desenvolvimento capitalista, a ideologia que se torna hegemônica é uma ideologia que legitima esta dependência, valorizando a presença no Brasil das empresas multinacionais.

### **Publicidade e ideologia**

A ampliação da base material do exercício hegemônico burguês se deu no período do chamado “milagre brasileiro” (1969-1974). Neste período ocorreu a consolidação do projeto de desenvolvimento econômico associado e dependente do capital multinacional, com a ampliação do mercado consumidor para bens de consumo duráveis, inclusive para setores das classes trabalhadoras, conforme aponta Maria Armanda do Nascimento Arruda no livro *A Embalagem do sistema*:

A política de arrocho salarial adotada permitiu uma redistribuição da renda em favor dos estratos médios. Um novo segmento social, ligado umbilicalmente às grandes empresas, ganha importância. São gerentes e executivos, com alto poder de compra e intensamente suscetíveis aos estímulos consumistas que a publicidade derrama cotidianamente sobre a vida do homem urbano. As medidas adotadas na área financeira, estendendo o crédito aos consumidores, injetaram recursos no mercado, ampliando a capacidade de compra das pessoas, embora isso significasse um endividamento crescente das famílias. Ao mesmo tempo, o crescimento da massa dos salários e o aumento de trabalhadores nas famílias proletárias, per-

mitiu, no período de recuperação iniciado em 1968, que setores da classe operária urbana do centro-sul tivessem acesso a certos tipos de bens da chamada “sociedade de consumo”. Isso não significou, contudo, uma elevação no padrão de vida das camadas trabalhadoras. Ao contrário, estas viram o seu poder de compra ser constantemente deprimido, e assistiram a um crescimento relativo e absoluto das rendas dos estratos mais altos. Apenas em 1970 os salários dos trabalhadores atingiram o valor de 1964, mas, na mesma época, a produtividade industrial cresceu em 34 por cento. Este fato atesta a extrema segmentação do mercado consumidor no país, com o resultado da descontinuidade na estrutura de distribuição da renda. A compressão salarial na classe trabalhadora permitiu, em contrapartida, uma diferenciação significativa dos salários nos estratos médios mais altos. Dessa forma, os setores médios foram diretamente beneficiados pela desigualdade de renda e compuseram o grosso do mercado consumidor dos produtos duráveis. Nesse ínterim, a estrutura do consumo das famílias trabalhadoras também sofreu marcantes alterações, diminuindo-se o gasto em vestuário, alimentação, em favor dos dispêndios com certos bens duráveis (Arruda, 1985, p. 107-108).

Esta ampliação do mercado consumidor para os bens de consumo duráveis, produzidos em sua maior parte pelas empresas multinacionais, gerou a constituição no Brasil de uma sociedade de consumo, e o fortalecimento do poder espetacular difuso, com o crescimento dos investimentos em publicidade e do papel dos publicitários de incentivadores do consumismo:

Caberá aos Departamentos de Vendas das empresas, e, especialmente, à publicidade, o papel de dinamizar até o limite as potencialidades do consumo. (...) A manipula-

ção publicitária que se seguiu foi claramente bem sucedida e, entre o final da década de sessenta e o início dos anos setenta, presenciamos no Brasil grandes alterações na estrutura do consumo urbano. O consumo conspícuo dos estratos urbanos mais altos assegurou às empresas produtoras desses bens, que direta ou indiretamente fazem parte dos setores dinâmicos, um elevado grau de rentabilidade. O consumismo transformou-se no “novo fetiche”. Não importando o ritmo acelerado do endividamento, desde que isto se traduzisse na aquisição das “últimas novidades” exibidas nas lojas. A publicidade, através de um sistema organizacional bem montado e do bom adestramento de seus “paladinos” cumpriu o seu papel, tornando-se a corresponsável pelas mudanças. (Arruda, 1985, p. 109)

No período de 1970 a 1974 os investimentos publicitários cresceram a uma taxa de 55% por biênio, em 1972 o Brasil alcançou a condição de sétimo mercado publicitário (Cf. Arruda, 1985, p. 131-132). Este crescimento foi acompanhado de uma valorização social da profissão de publicitário, considerada como um exercício de criatividade com características próximas da atividade artística: a sociedade de consumo e a prática profissional dos publicitários legitimam-se reciprocamente.

Os publicitários, atuantes na sociedade civil, agem cada vez mais como produtores de ideologia: as agências publicitárias fazem parte dos aparelhos ideológicos de Estado e desempenham, como é característica destes aparelhos segundo Althusser, um papel fundamental para a reprodução das relações de produção capitalistas, valorizando, por exemplo, o individualismo, componente ideológico decisivo da sociedade do espetáculo e do poder espetacular difuso. Fazendo um balanço das características predominantes das peças publicitárias dos

anos 70, Maria Arminda do Nascimento Arruda aponta que:

A tônica são os anúncios provenientes dos setores modernos, elaborados por grandes agências publicitárias e cuja mensagem não se encontra presa ao produto anunciado, ao, contrário, o apelo deve traduzir aspirações sociais dominantes, como por exemplo, um anúncio de página inteira de uma revista, na qual aparecem delineados, uma multidão de carneiros com feições de Volkswagens caminhando por uma rodovia, encimado por uma frase solitária “Saia do Rebanho!” Em resumo, as mensagens centradas em apelos indiretos pressupõe a existência de profissionais capacitados a realizá-las, isto é, “conhecedores” das aspirações sociais, detentores de técnicas sofisticadas de pesquisa, manipuladores de técnicas de veiculação, criadores de design e layout, sem cujo domínio, certamente, não se atingirá os objetivos desejados: a manipulação ideológica do consumidor. Tudo isto envolve uma complexidade crescente das empresas de publicidade. Contudo, não se pode estabelecer uma clivagem nítida entre as diferentes formas de produção dos anúncios publicitários, como já se fez algures, por causa da estrutura global da economia brasileira. É evidente, porém, que a publicidade empresarial surge no bojo de uma estrutura econômica capitalista-monopolista, para a qual as técnicas publicitárias se constituem num componente imprescindível à sua reprodução. Esta reprodução não se refere apenas à necessidade do capital refazer o seu circuito mais rapidamente, o que de per se seria muito importante, mas, também, a de recriar as condições ideológicas, tanto mais grave quando o processo se passa numa sociedade na qual a exclusão social é a regra e o autoritarismo a obsessão. Por isso, no monopolismo, o profissional, o chamado “homem de propaganda”, tornou-se indispensável (Arruda, 1985, p. 115).

Resta saber se a ideologia produzida pelos publicitários, e que correspondia aos interesses dos grandes grupos monopolistas nacionais e principalmente multinacionais (os maiores anunciantes), não entrava em choque, não era contraditória, com a ideologia da segurança nacional, do poder espetacular concentrado, e com o acentuado grau de intervenção repressiva do aparelho de Estado nas instituições da sociedade civil.

O individualismo é o componente central do consumismo: a ideologia da sociedade capitalista do espetáculo, do poder espetacular difuso. O individualismo baseia-se na valorização da liberdade do indivíduo escolher dentre os vários produtos oferecidos pelo mercado àqueles que correspondem à sua identidade (“foram feitos para ele”). Trata-se de uma noção de liberdade bastante restrita, pois reduzida à esfera do consumo. No entanto, no contexto do início dos anos 70, marcado pela intensificação da dimensão repressiva do aparelho de Estado, que chegava a prender jovens pelo fato de usarem cabelos compridos e vestirem-se conforme a moda hippie, esta noção adquiria contornos subversivos. Uma das peças publicitárias mais marcantes do período foi a de uma marca de jeans cujo jingle afirmava que “liberdade é uma calça velha, azul e desbotada que você pode usar como quiser”. Esta peça expressava adequadamente a equação ideológica da sociedade do espetáculo, e do poder espetacular difuso, que equipara publicidade, criatividade, liberdade e consumo.

O anseio de consumir livremente era tolhido pela ideologia da segurança nacional que reprimia comportamentos considerados imorais e/ou subversivos: a censura dos produtos culturais entrava em choque com o próprio incentivo à indústria cultural, sempre umbilicalmente ligada à publicidade, promovido pela ditadura militar. O crescimento dos investimentos publicitários foi acompanhado pelo crescimento dos veículos de comunicação, particularmente da televisão, que em 1962 obteve 24,7% das verbas publicitárias, enquanto que em 1972

obteve 46% (Cf. Ortiz, 1988, p. 132). Este crescimento foi viabilizado pela própria ditadura militar que desenvolveu, no caso da televisão, a infraestrutura básica para a sua expansão, e no caso de outros ramos da indústria cultural, como a indústria editorial e a fonográfica, ofereceu incentivos fiscais e creditícios. Para Renato Ortiz, no livro *A Moderna tradição brasileira*, o desenvolvimento capitalista dependente no Brasil trouxe consigo o crescimento e a consolidação da indústria cultural:

Certamente os militares não inventam o capitalismo, mas 64 é um momento de reorganização da economia brasileira que cada vez mais se insere no processo de internacionalização do capital; o Estado autoritário permite consolidar no Brasil “capitalismo tardio”. Em termos culturais essa reorientação econômica traz consequências imediatas, pois, paralelamente ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais, fortalece-se o parque industrial de produção de cultura e o mercado de bens culturais (1988, p. 114).

Renato Ortiz apresenta os seguintes dados para exemplificar o crescimento do mercado de bens culturais no Brasil dos anos 1970: em 1966 a produção de livros era de 43,6 milhões de exemplares, enquanto que em 1976 foi de 112,5 milhões; em 1965 a produção de revistas era de 139 milhões, enquanto que em 1975 foi de 202 milhões (Cf. 1988, p. 122). Entre 1967 e 1980, a venda de toca-discos cresce 813% (Cf. 1988, p. 127). Em 1970, a produção de aparelhos de televisão foi de 860 mil unidades, sendo que 56% da população era atingida pelo veículo; enquanto que em 1980, 73 % da população tinha acesso ao veículo.

### **Indústria cultural e hegemonia burguesa**

O crescimento da indústria cultural durante a década de 1970 contribuiu de maneira decisiva para a consolidação da hegemonia burguesa no Brasil, na década de 1990. Se na década de 1960, inclusive no período posterior ao golpe de 1964, a ideologia nacional-popular esteve fortemente presente na produção cultural; na década de 1970 esta ideologia foi duramente atingida pela combinação da ação repressiva da ditadura militar e pela mercantilização da produção cultural promovida pela indústria cultural: houve a sobrevivência de elementos da cultura nacional-popular, mas de forma subordinada à lógica mercantil. Por exemplo, a Rede Globo de Televisão usava como material publicitário a presença de temáticas nacionais em suas telenovelas, em substituição às tramas oriundas de autores estrangeiros. Como aponta Renato Ortiz:

Com a consolidação de um mercado de bens culturais, também a noção de nacional se transforma. Vimos que a consolidação da televisão no Brasil se associava à ideia de seu desenvolvimento como veículo de integração nacional; vinculava-se, desta forma, a proposta de construção da moderna sociedade ao crescimento e à unificação dos mercados locais. A indústria cultural adquire, portanto, a possibilidade de equacionar uma identidade nacional, mas reinterpretando-a em termos mercadológicos, a ideia de “nação integrada” passa a representar a interligação dos consumidores potenciais espalhados pelo território nacional. Nesse sentido se pode afirmar que o nacional se identifica ao mercado; à correspondência que se fazia anteriormente, cultura nacional-popular, substitui-se uma outra, cultura mercado- consumo (1988, p. 164-165).

Não resta dúvida de que na década de 1970 aconteceu uma subordinação da cultura nacional-popular à lógica mer-

cantil; no entanto, ao contrário do que argumenta Ortiz, essa subordinação não representou, ainda, a sua substituição por uma cultura totalmente mercantilizada, o que só aconteceu na década de 1990, com o desaparecimento de qualquer intenção, no interior da indústria cultural, de se falar sobre o Brasil criticamente. Nas décadas de 1950 e 1960, a cultura estava inserida num projeto de mudança social, de luta contra a dominação capitalista imperialista e de afirmação dos interesses populares, dos trabalhadores. Nos anos 1970, mesmo que parte da produção cultural buscasse expressar ideias políticas, estas ideias encontravam grande dificuldade para se manifestarem de forma explícita (devido à ação repressiva do Estado) e se circunscreviam a um posicionamento contra a ditadura militar; a luta contra o capitalismo imperialista saiu de cena, como evidenciam as manifestações de rua da década de 1970: voltou-se a gritar “abaixo a ditadura”, mas a palavra de ordem “abaixo o imperialismo” não se fez presente. Questionava-se a ocupação do aparelho de Estado pelos militares e suas ingerências na sociedade civil (aparelhos ideológicos), mas não o exercício do poder de Estado pela burguesia brasileira associada e subserviente à burguesia multinacional.

Se a crise de hegemonia ainda não estava resolvida, a presença dos militares no aparelho de Estado estava com os dias contados, passando a ser apenas uma questão de tempo e de “engenharia política”. O caráter “lento, gradual e seguro”, para usar a expressão General Geisel, que marcou o fim da ditadura, foi a fórmula encontrada para que a “transição democrática” não ameaçasse o poder de Estado burguês e nem gerasse um “revanchismo” contra os militares, e os agentes da repressão de modo geral, capaz de responsabilizar os culpados pelas prisões, torturas e assassinatos e dismantelar a estrutura repressiva montada durante a ditadura militar. Houve uma diminuição acentuada da presença das características do poder espetacular concentrado na sociedade brasileira, mas ele con-

tinuou a existir principalmente no que diz respeito ao combate contra a “criminalidade”.

A crise de hegemonia só foi resolvida na década de 1990, com a concretização da hegemonia ideológica do neoliberalismo, para a qual a indústria cultural teve um papel decisivo, sendo justamente o momento em que a própria indústria cultural também se consolida definitivamente. A visão de Renato Ortiz, que aponta as décadas de 1960 e 1970 como o período da consolidação da indústria também precisa ser matizada. A massificação plena da produção cultural só se dá na década de 1990, com o esvaziamento total da cultura nacional-popular, e com a rendição plena ao mercado dos artistas anteriormente vinculados ao tropicalismo.

Se levarmos em consideração a questão da hegemonia, é só na década de 1990 que o processo histórico de implantação e consolidação da Revolução Burguesa no Brasil pode ser considerado como concluído. Foi neste período que, com a consolidação da indústria cultural, dá-se a consolidação de uma cultura de consumo, que é a base da ideologia capitalista e do poder espetacular difuso. As relações entre a indústria cultural e a cultura de consumo de modo geral, e no Brasil em particular, são o tema do próximo capítulo, que continuará a discussão sobre o conceito de indústria cultural.



# CAPÍTULO 4

## **Cultura de Consumo e Identidades Sociais: o papel da Indústria Cultural**

Neste capítulo, pretende-se dar continuidade à reflexão a respeito das condições históricas que possibilitam o uso contemporâneo do conceito de indústria cultural, mediante uma investigação da sua contribuição para a existência da cultura de consumo no Brasil e, desta forma, para a consolidação da sociedade do espetáculo (poder espetacular difuso) e da hegemonia burguesa. Analisada enquanto o resultado de um processo de desenvolvimento, a existência da indústria cultural passa por diferentes fases que precisam ser situadas no contexto histórico de sociedades específicas. O seu grau de implantação social pode ser avaliado com base na influência exercida pelos hábitos de consumo para a construção das identidades sociais.

### **Dimensão histórica da Indústria Cultural**

Em seu texto clássico, de 1962, sobre a indústria cultural, Adorno argumentava que a produção cultural, como consequência do capitalismo monopolista, está organizada como um sistema voltado para a captura do consumidor:

Em todos os seus ramos fazem-se, mais ou menos segundo um plano, produtos adaptados ao consumo das mas-

sas e que em grande medida determinam esse consumo. Os diversos ramos assemelham-se por sua estrutura, ou pelo menos ajustam-se uns aos outros. Eles somam-se quase sem lacuna para constituir um sistema. Isso graças tanto aos meios atuais da técnica, quanto à concentração econômica e administrativa. A indústria cultural é a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores. (...) O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito desta indústria, mas seu objeto. (...) As massas não são a medida, mas a ideologia da indústria cultural, ainda que esta última não possa existir sem a elas se adaptar (T. W. Adorno, 1986a, p. 92-93).

Apenas a título de exemplo, podemos ilustrar o caráter sistêmico da indústria cultural da seguinte forma: o início de uma nova novela da TV Globo é divulgado no jornal O Globo e na revista *Época*, os atores são entrevistados pela Rádio Globo, detalhes da trama são divulgados pelo site Globo.com, etc. etc.

O surgimento do conceito de indústria cultural não pode ser compreendido de modo separado da realidade histórica vivida por Adorno e Horkheimer. Durante as décadas de 1930 e 1940 viveram nos EUA, país bastante adiantado no grau de monopolização da sua economia, onde os conglomerados empresariais predominavam também na área comunicacional. O caráter sistêmico da indústria cultural é uma das consequências da capacidade de penetração dos grandes grupos econômicos na organização da vida cotidiana, influenciando inclusive a arquitetura dos centros urbanos:

Os edifícios monumentais e luminosos que se elevam por toda parte são os sinais exteriores do engenhoso planejamento das corporações internacionais, para o qual já se precipitava a livre iniciativa dos empresários, cujos mo-

numentos são os sombrios prédios residenciais e comerciais de nossas desoladoras cidades. Os prédios mais antigos em torno dos centros urbanos já parecem slums (favelas) e os novos bungalows na periferia da cidade já proclamam, como as frágeis construções das feiras internacionais, o louvor do progresso técnico e convidam a descartá-los como latas de conserva após um breve período de uso (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 113).

A compreensão do caráter sistêmico da produção cultural e dos processos comunicacionais da sociedade capitalista depende de uma reflexão que vá além da aparência, da manifestação superficial dos fenômenos sociais, buscando a lógica que os estrutura. De acordo com Adorno e Horkheimer, a fragmentação, a diferenciação, é uma característica da aparência, da superfície dos bens produzidos na sociedade capitalista: a padronização é a característica essencial, estrutural, resultante das articulações internas do modo de produção capitalista:

As distinções enfáticas que se fazem entre os filmes das categorias A e B, ou entre as histórias publicadas em revistas de diferentes preços, têm menos a ver com seu conteúdo do que com sua utilidade para classificação, organização e computação estatística dos consumidores. Para todos algo está previsto; para que ninguém escape, as distinções são acentuadas e difundidas. (...) O esquematismo do procedimento mostra-se no fato de que os produtos mecanicamente diferenciados acabam por se revelar sempre como a mesma coisa. A diferença entre a série Chrysler e a série General Motors é no fundo uma distinção ilusória, como já sabe toda criança interessada em modelos de automóveis. As vantagens e desvantagens que os conhecedores discutem servem apenas para perpetuar a ilusão da concorrência e da possibilidade de escolha (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 116).

Com base nesta argumentação, pode-se afirmar, por exemplo, que a diferença entre o programa *Big Brother Brasil* da Rede Globo e o programa *A Fazenda* da Rede Record é ilusória, assim como a diferença entre os aparelhos de videogame da Sony e da Microsoft. Mas, esta ilusão é socialmente necessária: a crença na existência da concorrência e na liberdade de escolha é um componente essencial da ideologia dominante no capitalismo. A vigência atual do neoliberalismo não é fruto do acaso, é uma consequência do grau de desenvolvimento, em escala mundial, alcançado pelas relações sociais capitalistas e pela própria indústria cultural. A crença de que o consumidor (o “cliente”) é o sujeito das atividades econômicas, de que as empresas existem para satisfazer as suas necessidades, e devem fazer de tudo para manter a “fidelidade” dos seus “clientes”, já estava presente, nos Estados Unidos, na década de 1940, quando Adorno e Horkheimer publicaram a primeira edição de *Dialética do esclarecimento*.

A partir da década de 1960, o conceito de indústria cultural passou a estar presente em diversas partes do mundo, em pesquisas sobre a comunicação de massa influenciadas por trabalhos de origem europeia. Nas décadas de 1950 e 1960, vários países europeus (como a Alemanha, a Itália e a França) viveram os seus “milagres econômicos”: houve um aumento do grau de monopolização da economia destes países com reflexos na produção cultural. Acentuou-se neste período a preocupação com a “americanização” da Europa.

### **Debate sobre o consumo**

Esta preocupação traduzia-se no desenvolvimento de investigações sobre o surgimento de uma “sociedade de consumo”. Estas investigações giravam, principalmente, em torno da questão se o acesso da classe operária dos países desenvolvidos (situados na América do Norte e na Europa Ocidental) aos bens de consumo duráveis (automóvel, eletrodomésticos)

resultaria ou não na sua adesão aos valores burgueses já assumidos pela classe média (individualismo, consumismo). A preocupação com a “americanização” da Europa significava, assim, uma preocupação com o esvaziamento da consciência política do operariado; processo que já teria acontecido nos EUA, onde a “sociedade de consumo” teria gerado uma “servidão voluntária”. Adorno, em seu texto “Capitalismo Tardio ou Sociedade Industrial?”, de 1968, se referia à possibilidade da consciência de classe não se manifestar na classe operária norte americana:

A existência social não gera, de modo imediato, consciência social. Sem que essas massas – e isso exatamente por causa de sua integração social – tivessem agora em suas mãos o seu destino social mais do que há 120 anos, elas prescindiram não só da solidariedade de classes, mas fugiram à plena consciência de que são objetos, e não sujeitos, do processo social, processo que, no entanto, elas mantêm em andamento como sujeitos. A consciência de classe – da qual, segundo a teoria de Marx, deveria depender o salto qualitativo – era, de acordo com ele, simultaneamente um epifenômeno. Se, no entanto, nos países prototípicos das relações de classe, sobretudo os Estados Unidos, não aflorar, durante longos períodos, mais nenhuma consciência de classe (se é que alguma vez ela chegou a estar viva lá); se a questão relativa ao proletariado se torna um quadro enganoso, enigmático, então quantidade se transforma em qualidade, e a suspeita de mitologia conceitual sempre poderá ser suprimida por decreto mas não pode ser eliminada para o pensamento (T. W. Adorno, 1986b, p. 66).

Herbert Marcuse, outro importante membro da Escola de Frankfurt, abordava o papel do consumo nas sociedades capitalistas desenvolvidas, argumentando que a administração científica das necessidades instintivas dos consumidores pelos grandes

conglomerados econômicos e pelo Estado esvaziava o potencial crítico do exercício da liberdade, transformando-o em “servidão voluntária”, uma outra maneira de se caracterizar o que foi denominado por Debord como o poder espetacular difuso:

Na sociedade afluyente, as autoridades raramente se veem forçadas a justificar seu domínio. Fornecem os bens; satisfazem a energia sexual e agressiva de seus súditos. (...) Como a sociedade afluyente depende cada vez mais da ininterrupta produção e consumo do supérfluo, dos novos inventos, do obsoletismo planejado e dos meios de destruição, os indivíduos têm de se adaptar a esses requisitos de um modo que excede os caminhos tradicionais. (...) A administração científica das necessidades instintivas converteu-se, desde há muito, em fator vital na reprodução do sistema: a mercadoria que tem de ser comprada e usada traduz-se em objetos da libido (...). (...) O que principiou como submissão pela força cedo se converteu em “servidão voluntária”, colaboração em reproduzir uma sociedade que tornou a servidão cada vez mais compensadora e agradável ao paladar (Herbert Marcuse, 1975, p. 13-15).

A preocupação com a disseminação do “american way of life” traduziu-se na existência de movimentos sociais, organizados principalmente pela juventude estudantil, que protestavam (inclusive nos EUA) contra a “sociedade de consumo” (considerada massificada e alienante) e o “imperialismo norte-americano”. Marcuse, tido como um dos “gurus” dos movimentos sociais dos nos 60, escrevia (1975, p. 16-17) a respeito da possibilidade das revoltas juvenis, inspiradas nas lutas sociais dos povos do terceiro mundo, exercerem influência sobre a classe operária dos países capitalistas desenvolvidos, acomodada frente ao acesso à “sociedade de consu-

mo”. Daniel Cohn-Bendit, um dos líderes do movimento estudantil francês, num diálogo com Jean-Paul Sartre, outro intelectual extremamente influente nos movimentos sociais dos anos 60, assim se expressava a respeito das relações entre o movimento estudantil e o movimento operário:

Utilizando os meios de ação tradicionais do movimento trabalhador, do movimento operário – a greve, a ocupação das ruas e dos lugares de trabalho – nós fizemos ir pelos ares o primeiro obstáculo: um mito segundo o qual “nada se pode fazer contra este regime”. Provamos que isto não era verdadeiro. E os operários penetraram por essa brecha. Talvez eles não possam, também, ir agora até o fim. Mas haverá outras explosões mais tarde (Daniel Cohn-Bendit, 1968, p. 31).

Como já foi abordado neste livro, para Renato Ortiz, no Brasil, o advento da indústria cultural se deu na passagem da década de 1960 para a de 1970. Nas palavras do autor: “Se os anos 40 e 50 podem ser considerados como momentos de incipiência de uma sociedade de consumo, as décadas de 60 e 70 se definem pela consolidação de um mercado de bens culturais” (Renato Ortiz, 1988, p. 113).

Neste período, o do “milagre econômico brasileiro”, ocorreu a constituição de um mercado cultural de dimensões nacionais, impulsionado principalmente pela Rede Globo de Televisão. Pudemos assistir, assim, no Brasil, ao surgimento de movimentos contraculturais questionadores da sociedade de consumo (Cf. Coelho, 1990). Data também desta época, a incorporação do conceito de indústria cultural aos estudos brasileiros de sociologia da comunicação. Gabriel Cohn (1973) foi um dos principais responsáveis por esta incorporação. De forma diferente do que aconteceu nos EUA e na Europa, no Brasil houve uma separação entre a dimensão comportamental e a dimensão polí-

tica dos movimentos juvenis de protesto. Nos anos 1967-68, o movimento estudantil manifestou-se contra a ditadura militar e o imperialismo norte-americano, no período 1969-1973, sob a vigência do AI-5 e durante o “milagre econômico brasileiro”, os movimentos contraculturais protestaram contra a “sociedade de consumo” valorizando a sexualidade, a vivência comunitária e o uso de drogas. Enquanto o movimento estudantil buscava a adesão do operariado e dos trabalhadores de modo geral, a contracultura procurava se identificar com os “marginais”, considerando os trabalhadores acomodados e acovardados diante do consumismo e da repressão policial-militar.

### **Indústria cultural e identidades sociais no Brasil**

No caso da sociedade brasileira, desde a década de 1970 a indústria cultural é uma realidade; no entanto é só na década de 1990 que o processo histórico da sua implantação pode ser considerado encerrado. A dependência dos produtores culturais frente aos administradores dos grandes conglomerados comunicacionais, o esvaziamento da autonomia da cultura popular, a redução do público das produções culturais à condição de consumidor, são características fundamentais da indústria cultural, e que só se manifestaram plenamente no Brasil na década de 1990: a presença avassaladora de estilos musicais massificados como axé music, música sertaneja e pagode é um exemplo do que foi escrito acima.

O depoimento do músico e ex-produtor musical Roberto Menescal, concedido, no final da década de 1990, a Pedro Alexandre Sanches da Folha de S. Paulo, ilustra bem a mudança de atitude dos grupos empresariais que atuam na área comunicacional. Segundo Menescal, sua saída da gravadora Philips/Polygram – onde trabalhou por quinze anos – em meados da década de oitenta se deveu à implantação de uma política voltada exclusivamente para o lucro, sem qualquer espaço para a qualidade artística:

Passaram a fabricar só discos que achavam que iam fazer sucesso, para não gastar petróleo que era raro. Para isso queriam caras que não tivessem coração de música. Saí quando virou presidente da empresa um sul-africano da Coca-Cola. Foram substituindo aos poucos, hoje só ficaram caras de números. A indústria é canibal, mas na minha época não era assim. Claro que tínhamos de dar resultado, mas a gente conseguiu fazer vender disco com um elenco elitizado musicalmente. Hoje ninguém está preocupado com isso. Quando senti isso, pulei fora (Folha de S. Paulo, 21/9/2000, p. E 4).

A consolidação da indústria cultural no Brasil surge como consequência do triunfo da política econômica neoliberal, em vigor desde o governo Collor; além do crescimento do poder dos grandes grupos econômicos (nacionais e internacionais), o neoliberalismo trouxe consigo a ideologia do predomínio absoluto do mercado, nas suas mais variadas formas (inclusive culturais e comportamentais). Aquilo que os críticos da “sociedade de consumo” mais temiam, o esvaziamento das identidades sociais construídas a partir do processo de trabalho e das condições materiais de existência (habitação, transporte, acesso ao atendimento médico, etc.), transformou-se em realidade. Na década de 1990 tornou-se possível a utilização do conceito de cultura de consumo, isto é, a construção de identidades sociais com base nos hábitos de consumo, também (além das classes médias) para as classes populares.

Nas décadas de 1970 e 1980, as classes populares participaram de movimentos sociais por melhores condições de vida e pelo fim da ditadura militar. Na década de 1990 ocorreu a sua massificação, pois seu comportamento passou a ser influenciado de forma decisiva pela indústria cultural, principalmente no que diz respeito à possibilidade de ascensão social.

No período que vai da década de 1960 até a de 1980, as classes populares foram representadas, na indústria cultural,

como atores sociais capazes de promover mudanças sociais por artistas, de modo geral de classe média, cujas obras misturavam elementos da cultura popular, da cultura erudita e da cultura de massas: a MPB de Chico Buarque, Ivan Lins e Milton Nascimento, as novelas de TV escritas por Dias Gomes, eram alguns dos seus exemplos.

Na década de 1990, as classes populares passaram a ser representadas por artistas que de modo geral possuem uma origem também popular, cujas obras são produzidas inteiramente sob controle da indústria cultural, e cujo comportamento, também forjado industrialmente, serve de modelo (“de espelho”) para as classes populares, cuja identidade passou a ser massificada: por exemplo, as dançarinas de axé music e os cantores de pagode, além dos participantes dos “reality shows”, são mostrados pelos meios de comunicação como a prova viva de que é possível ser de origem social popular e ascender socialmente.

### **Ideologia da ascensão social e “esquematismo”**

Em *Dialética do esclarecimento*, Adorno e Horkheimer perguntam como é possível a sobrevivência de uma sociedade organizada em torno da ideologia do sucesso e da valorização do acesso a bens de consumo sofisticados, e que ao mesmo tempo permite o êxito apenas a uma pequena minoria: a atuação da indústria cultural é a resposta a esta indagação. Ela mostra que a ascensão social está ao alcance de todos, sendo fruto do acaso (sorte), já que os que alcançam o sucesso são iguais aos que fracassam; sendo a própria indústria cultural um veículo para a ascensão social. Nas palavras dos autores:

A ideologia se esconde no cálculo de probabilidades. A felicidade não deve chegar para todos, mas para quem tira a sorte, ou melhor, para quem é designado por uma potência superior – na maioria das vezes a própria indústria do prazer, que é incessantemente apresentada como

estando em busca dessa pessoa (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 135-136).

O programa “No Limite”, apresentado aos domingos pela TV Globo no ano de 2000, e que deu início à disseminação dos “reality shows” na televisão brasileira, representou o ponto culminante do processo de massificação das identidades sociais populares e de falsa popularização da TV, acontecido na década de 1990. Neste programa, “pessoas comuns”, “gente como a gente”, foram transformadas em astros instantâneos (e efêmeros) competindo por um prêmio milionário. Da noite para o dia, os participantes deste programa tornaram-se figuras de destaque dos meios de comunicação, merecendo inclusive notas biográficas na revista *Veja*, que na capa da sua edição de 16 de agosto de 2000 se referiu ao programa “No Limite” “como sendo “O Povo na TV”, e assim descreveu uma das competidoras:

A gaúcha de 29 anos Patrícia Diniz, a Pipa, tem fama de ser uma mulher que não cansa de lutar. Anos atrás, montou um restaurante em Porto Alegre, juntamente com o marido, o eletricista Maurício Mendes. O negócio faliu e ela foi ser garçonete num bistrô (salário de 1.000 reais), com a intenção de juntar dinheiro para reabrir o estabelecimento. Não deu certo. (...) Estava desempregada quando, por meio de uma agência de recrutamento, foi convidada para o teste que selecionou os participantes de No Limite (*Veja*, 16/8/2000, p. 108).

Mas, a prova definitiva da “ascensão social” dos participantes do programa “No Limite” pode ser encontrada na peça publicitária da revista *Caras* divulgada no jornal Folha de S. Paulo, e que anuncia a presença de uma das competidoras do programa numa festa frequentada por “famosos” (figuras da própria mídia): “Andrea, de No Limite, rouba a cena em festa de Tufi Duek, da

Forum, que reuniu famosos como Zeca Camargo, Sabrina e Cláudia Liz” (Folha de S. Paulo, 28/9/2000, p. E 5).

A participação do público na escolha dos vencedores em programas como os “reality shows” referenda a existência da desigualdade social e a indústria cultural como canal de ascensão social. Conforme a argumentação de Adorno e Horkheimer, o máximo de diferença é, de acordo com a ideologia capitalista, ao mesmo tempo o máximo de igualdade: os ricos e famosos (mostrados pela indústria cultural) ocupam, na hierarquia social, um lugar totalmente distinto dos pobres e desconhecidos; no entanto, os ricos e famosos são iguais aos pobres e desconhecidos, posto que estes podem ser ricos e famosos se tiverem sorte, ou seja, se estiverem na “hora certa e no lugar certo”. A redução da desigualdade social a um cálculo de probabilidades é um mecanismo essencial da ideologia capitalista posto em prática cotidianamente pela indústria cultural e desvendado pela abordagem de Adorno e Horkheimer:

As personagens descobertas pelos caçadores de talentos e depois lançadas em grande escala pelos estúdios são tipos ideais da nova classe média dependente. A *starlet* deve simbolizar a empregada de escritório, mas de tal sorte que, diferentemente da verdadeira, o grande vestido de noite já parece talhado para ela. Assim, ela fixa para a espectadora, não apenas a possibilidade de também vir a se mostrar na tela, mas ainda mais enfaticamente a distância entre elas. Só uma pode tirar a sorte grande, só uma pode se tornar célebre, e mesmo se todos têm a mesma probabilidade, esta é para cada um tão mínima que é melhor riscá-la de vez e regozijar-se com a felicidade do outro, que poderia ser ele próprio e que, no entanto, jamais é. Mesmo quando a indústria cultural ainda convida a uma identificação ingênua, esta se vê imediatamente desmentida. Ninguém pode mais se perder de si

mesmo. Outrora, o espectador via no filme, no casamento representado no filme, o seu próprio casamento. Agora os felizardos exibidos na tela são exemplares pertencendo ao mesmo gênero a que pertence cada pessoa do público, mas esta igualdade implica a separação insuperável dos elementos humanos. A semelhança perfeita é a diferença absoluta. A identidade do gênero proíbe a dos casos (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 135-136).

Adorno e Horkheimer apontam o “esquematismo” como um dos elementos definidores da ação da indústria cultural: o comportamento do público obedece a um esquema pré-determinado: a sua adesão a um padrão comportamental parece, inclusive para ele mesmo, espontânea, mas não é. Após décadas de implantação da indústria cultural, com a apresentação em escala industrial de padrões de comportamento em filmes, seriados e telenovelas (além das peças publicitárias) não é de se estranhar que os participantes dos “reality shows” saibam como se comportar, ou seja, como desempenhar seus papéis em sintonia com as aspirações do público, sem a existência de um roteiro explícito. Desde a década de 2000, os participantes dos “reality shows” recebem o mesmo tratamento dado aos participantes do programa “No Limite”. Transformam-se em celebridades instantâneas e símbolos das possibilidades de ascensão social.

O “esquematismo”, a adequação comportamental “espontânea” aos padrões de conduta esperados, manifesta-se, na contemporaneidade, também nas redes sociais virtuais. A existência destas redes, e da internet de modo geral, não significou, como pensa um senso comum bastante forte nos estudos sobre a comunicação, uma ruptura com as características da indústria cultural, mas o aprofundamento da presença delas, agora potencializada.

Ao contrário da mitologia neoliberal sobre o caráter “livre” da internet, que neste aspecto é uma representação ideo-

lógica da noção de “livre mercado”, a internet deu origem a grandes conglomerados empresariais, com vocação monopolista, como o Google ou o Facebook, além de ter fortalecido os conglomerados que já atuavam na comunicação digitalizada, como a Microsoft e a Apple.

A tão “celebrada” (pelos críticos dos frankfurtianos) possibilidade dos consumidores dos produtos da indústria cultural se transformarem em produtores de conteúdo na internet não significou, efetivamente, uma ruptura com a lógica da indústria cultural, mas a sua potencialização, pois agora temos uma quantidade simplesmente incalculável de mensagens marcadas pela superficialidade, pela intenção de atrair a atenção do maior número de pessoas, e de se transformar em mercadoria, que são justamente as características dos produtos da indústria cultural.

Não é por acaso que, por exemplo, a fórmula dos “reality shows”, interiorizada pelos consumidores dos produtos da indústria cultural, esteja tão presente na internet, em especial nas redes sociais virtuais, onde a principal preocupação dos seus membros é mostrar como é a sua “vida”. A maioria dos membros das redes sociais virtuais se comporta como se fossem celebridades da indústria cultural, corroborando a interpretação de que a diferença entre as celebridades midiáticas e as pessoas comuns deve-se ao “acaso”, não sendo uma diferença efetiva. O fato das redes sociais virtuais terem se transformado num celeiro para a “descoberta” de novas celebridades pela indústria cultural é mais uma confirmação das interpretações de Adorno e Horkheimer.

Paradoxalmente, é a partir do momento histórico analisado neste capítulo, iniciado na década de 1990, quando a indústria cultural, no Brasil, atingiu seu ponto culminante, que o conceito criado por Adorno e Horkheimer tem sido considerado superado não só pelos cadernos culturais da grande imprensa, mas, como já foi mencionado, por muitos pesquisadores da

área da comunicação. Trata-se de um paradoxo cuja existência não é fortuita: totalmente implantada na sociedade brasileira, a indústria cultural passa por um processo de naturalização, sua existência torna-se um dado da realidade, seus efeitos são marcados pela invisibilidade.

### **Disseminação social da linguagem publicitária**

A naturalização da indústria cultural é a naturalização da linguagem publicitária. A atualidade do conceito de indústria cultural não pode ser reconhecida se não se levar em consideração que este conceito foi elaborado visando a compreensão de um fenômeno social que não para de se desenvolver, acompanhando o desenvolvimento do capitalismo. Na década de 1940 do século passado, Adorno e Horkheimer chamavam atenção para a tendência da publicidade tornar-se o principal veículo ideológico da sociedade capitalista. Hoje, esta tendência concretizou-se plenamente: com a total transformação da cultura e dos processos comunicacionais em mercadorias, a cultura e a comunicação passaram a ser dominadas pela linguagem criada para a venda das mercadorias, a publicidade. Se as identidades sociais são construídas com base no consumo, com a segmentação das identidades acompanhando a segmentação dos produtos, é por intermédio da linguagem publicitária que se dá a construção das identidades.

De novo, pode-se argumentar que a internet, em particular as redes sociais virtuais, significa uma potencialização da presença da linguagem publicitária na construção das identidades sociais. As identidades sociais virtuais são construídas com a utilização das técnicas de marketing, voltadas para a elaboração de imagens positivas. Os indivíduos se comportam como se fossem empresas, sendo os seus nomes próprios as suas marcas a serem gerenciadas.

O posicionamento da publicidade como o elemento principal da ideologia capitalista significa o esvaziamento (mas não

a extinção) dos componentes não econômicos da ideologia dominante. Ou seja, na sociedade contemporânea ideias políticas ou religiosas só sobrevivem na forma de “produtos” a serem “vendidos” com a utilização da linguagem publicitária. Passa a existir uma contradição entre as características específicas da linguagem política ou da linguagem religiosa e as características da linguagem publicitária. Não há a supressão das linguagens não publicitárias, mas a sua persistência numa condição subordinada.

Conforme já havia sido apontado por Adorno e Horkheimer, há uma semelhança entre as características da produção dos bens materiais (automóveis, por exemplo) e as características da produção cultural. O desenvolvimento do capitalismo significa a disseminação da lógica da produção dos bens materiais para as outras dimensões da sociedade, como a arte, a vida política e as manifestações religiosas. A aparência da diferença e a presença de semelhanças essenciais (estruturais) é o traço, por exemplo, das disputas eleitorais: todos os candidatos com chance de eleição para cargos majoritários utilizam-se do marketing e da publicidade, validando assim o componente essencial da ideologia capitalista contemporânea. A transformação da publicidade em linguagem universal, a sua naturalização, portanto, constitui-se na ratificação da articulação interna da sociedade capitalista: a lógica da produção (mercantil) manifesta-se cada vez mais nas outras dimensões da vida social.

A presença da linguagem publicitária na vida política é inseparável do reforço da concentração de capital (e de poder) nas mãos da classe dominante, a burguesia. Quando Debord diferencia o poder espetacular concentrado do poder espetacular difuso, ele está diferenciando uma produção de espetáculo concentrada em torno do aparelho de Estado, e da figura do seu “líder”, de uma produção de espetáculos disseminada socialmente e sob o controle das grandes corporações. Como a publicidade acompanha o processo de desenvolvimento do

capitalismo, suas características modificaram-se com a passagem (na transição do século XIX para o XX) do capitalismo concorrencial para o capitalismo monopolista (quando a livre concorrência só sobrevive na aparência), que é justamente o momento, nos países capitalistas desenvolvidos, do estabelecimento da sociedade do espetáculo:

Na sociedade concorrencial a publicidade tinha por função orientar o comprador pelo mercado, ela facilitava a escolha e possibilitava ao fornecedor desconhecido e mais produtivo colocar sua mercadoria. Não apenas não custava tempo de trabalho, mas também economizava-o. Hoje, quando o mercado livre vai acabando, os donos do sistema se entrincheiram nela. Ela consolida os grilhões que encadeiam os consumidores às grandes corporações. Só quem pode pagar continuamente as taxas exorbitantes cobradas pelas agências de publicidade, pelo rádio, sobretudo, isto é, quem já faz parte do sistema ou é cooptado com base nas decisões do capital bancário e industrial, pode entrar como vendedor no pseudo-mercado. Os custos de publicidade, que acabam por retornar aos bolsos das corporações, poupam as dificuldades de eliminar pela concorrência os intrusos indesejáveis. Esses custos garantem que os detentores do poder de decisão ficarão entre si; aliás, como ocorre nas resoluções dos conselhos econômicos que controlam, no Estado totalitário, a criação e a gestão das empresas. A publicidade é hoje em dia um princípio negativo, um dispositivo de bloqueio: tudo aquilo que não traga seu sinete é economicamente suspeito (1985, p. 151-152).

Tendo em vista o contexto contemporâneo, pode-se afirmar que a ausência da publicidade também é **politicamente** suspeita. A presença determinante da publicidade faz com que o mecanismo da concentração econômica de capital manifes-

te-se na forma da concentração do poder político: as campanhas políticas, cada vez mais caras, tornam os partidos dependentes dos grandes grupos econômicos, eliminando-se assim as “ideias intrusas” (anticapitalistas), sem a necessidade do uso da violência, já que os defensores destas ideias enfrentam grandes dificuldades para se “comunicar” com os consumidores (eleitores), pois fogem ao padrão (quer na forma, quer no conteúdo). Trata-se da transformação da publicidade no principal elemento da política capitalista.

Neste capítulo procurou-se, mediante uma perspectiva simultaneamente conceitual e histórica, mostrar quando se deu a consolidação da indústria cultural no Brasil, e como esta consolidação significou a consolidação da ideologia neoliberal e da própria sociedade do espetáculo, em especial do poder espetacular difuso. Com isto, pode ser considerado como consolidado também o processo histórico da Revolução Burguesa, já que, finalmente, a hegemonia burguesa passou a estar plenamente configurada. O próximo capítulo é uma reflexão sobre a espetacularização da política, que é inerente ao processo de transformação da publicidade em principal elemento da vida política no capitalismo.

# CAPÍTULO 5

## **Comunicação, Política e Poder na Sociedade do Espetáculo**

O objetivo deste capítulo é retomar o pensamento de Debord, em especial os seus vínculos com a teoria crítica, para uma reflexão a respeito das relações entre comunicação e política na sociedade do espetáculo. A palavra crítica deve ser entendida numa dupla dimensão: a de um questionamento das principais características da sociedade contemporânea (e uma defesa da necessidade de uma sociedade mais humana); mas também de uma compreensão das características essenciais da vida social.

A crítica da sociedade do espetáculo permite um questionamento das diferentes dimensões da vida social, já que o espetáculo não pode ser compreendido sem um entendimento das articulações entre as dimensões econômica, política, cultural e ideológica. Criticar a sociedade do espetáculo é criticar o papel desempenhado pelas imagens na contemporaneidade.

Mas, essa crítica não pode ser superficial, ela precisa ir além das aparências; pois a sociedade do espetáculo consiste, justamente, no predomínio das aparências na vida social, gerando uma dificuldade para uma visão que vá além das imagens. A crítica da sociedade do espetáculo depende de uma compreensão do que é a essência da vida social. Nada mais distante da Teoria Crítica do que as correntes teóricas da pós-

modernidade, para as quais não existe nada além das aparências. Marx já havia apontado que: “toda ciência seria supérflua se houvesse coincidência imediata entre a aparência e a essência das coisas” (1975, p. 939).

### **A crítica da Sociedade do Espetáculo**

Debord, o pensador que elaborou pela primeira vez a crítica da sociedade do espetáculo, argumenta que há uma articulação entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de imagens: “O espetáculo é o *capital* em tal grau de acumulação que se torna imagem” (Debord, 1997, p. 25). Trata-se de um diálogo com Marx que, no século XIX, já chamava a atenção para a tendência, no capitalismo, para a mercantilização de todas as dimensões da vida social. No século XX, Debord já mostrava que a produção e o consumo de mercadorias é inseparável do processo de produção e consumo de imagens: as imagens se transformaram em mercadorias, ou existem para incentivar o consumo de mercadorias: “Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o *modelo* atual da vida dominante na sociedade” (Debord, 1997, p. 14).

No entanto, o próprio Debord também chamava a atenção para a existência de críticas superficiais à sociedade do espetáculo: questionamentos de aspectos isolados do processo de espetacularização da vida social, que não colocam em questão justamente o modelo dominante da vida social na contemporaneidade. Um exemplo de crítica superficial à sociedade do espetáculo é a crítica feita por políticos profissionais, que reclamam do controle que os profissionais de marketing exercem sobre o conteúdo das campanhas políticas. O aspecto essencial da sociedade do espetáculo não é a perda do controle da política pelos políticos profissionais, mas a perda do controle da política, transformada em espetáculo, pelos cidadãos

e pelos movimentos sociais.

Utilizar a expressão “perda de controle” é mencionar o aspecto essencial da crítica da sociedade do espetáculo, que é a crítica da alienação. Debord, logo no início do livro *Sociedade do espetáculo*, argumenta que a crítica do espetáculo é a crítica do processo de separação entre a realidade e a representação imagética da realidade. Na sociedade do espetáculo a alienação, a perda de controle sobre a vida social pelos que a produzem, está presente em todas as dimensões da vida social, ela não é apenas a alienação dos trabalhadores diante do processo de produção e do resultado deste processo (as mercadorias). A alienação atinge, também, a dimensão política, reduzida ao momento eleitoral e transformada em espetáculo midiático, onde os cidadãos escolhem os seus candidatos pela imagem transmitida pelas campanhas eleitorais e pela própria mídia. Desde o surgimento da indústria cultural, os produtores culturais perderam a capacidade de decidirem sobre a forma e o conteúdo das suas obras, subordinadas a partir de então às fórmulas mercadológicas. Na sociedade do espetáculo perdemos a capacidade de produzirmos nossa própria representação da realidade, substituída pelas imagens espetaculares (ideologia): “O homem separado de seu produto produz, cada vez mais e com mais força, todos os detalhes de seu mundo. Assim, vê-se cada vez mais separado de seu mundo” (Debord, 1997, p. 25).

No que diz respeito à alienação política, ela esvazia a capacidade de compreendermos quem exerce o poder, de que forma, e em nome de quais interesses. Com a política reduzida às eleições e à disputa em torno da imagem dos políticos, a dominação exercida pelo capital financeiro não é reconhecida e nem questionada.

A crítica superficial da espetacularização da política, e da alienação, não coloca em questão a subordinação do poder político, do aparelho de Estado, aos interesses do capital fi-

nanceiro. No máximo, durante uma campanha eleitoral, como um elemento da desconstrução da imagem de um adversário, algum candidato pode ser acusado de pretender prejudicar a população para favorecer “os banqueiros”. Mas a ação efetiva dos governantes a serviço do capital financeiro, fora das situações de disputa eleitoral, não é questionada. Pelo contrário, é vista sempre, a começar pelos “comentaristas econômicos” da mídia impressa e eletrônica, como a atitude correta.

Outro exemplo de crítica superficial da política, ela mesma marcada também pela espetacularização, são as manifestações de junho de 2013, quando boa parte dos manifestantes estava nas ruas para tirar fotos de si mesmos ou de outros manifestantes, e onde não houve questionamento das forças sociais que efetivamente exercem o controle sobre a política. No movimento social espetacularizado, os manifestantes estão reunidos, mas continuam separados. De acordo com Debord:

A origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo, e a expansão gigantesca do espetáculo moderno revela a totalidade dessa perda. (...) O que liga os espectadores é apenas uma ligação irreversível com o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas o reúne como *separado* (Debord, 1997, p. 23).

No caso das manifestações de junho de 2013, a ligação entre os manifestantes eram, principalmente, as redes sociais: inseridas na sociedade do espetáculo, essas redes mantém a separação entre aqueles que ela une, tanto no mundo virtual, quanto o mundo real. Quem acompanhou as manifestações percebeu que, durante boa parte do tempo, os manifestantes caminhavam lado a lado, sem se aproximarem ou gritarem palavras de ordem, no máximo empunhando cartazes com dizeres diferenciados, para serem fotografados e postados nas próprias redes sociais. O centro das manifestações era a pró-

pria sociedade do espetáculo.

Do ponto de vista político, eram manifestações sem sujeito, manifestações pós-modernas, descentralizadas, ou com tantos “centros” quantos eram os participantes. Daí uma forte rejeição aos partidos políticos, instituições que procuram articular, “centralizar”, demandas sociais.

### **Os conceitos de poder espetacular**

Visando a compreensão da dimensão política da produção de espetáculos, Debord desenvolveu o conceito de poder espetacular. O poder espetacular está universalmente presente, em sociedades marcadas pela divisão entre classes sociais, mas só existe de forma particularizada dependendo das especificidades da vida social. Nas sociedades pré-capitalistas, o espetáculo não faz arte da vida cotidiana, dizendo respeito a ocasiões extraordinárias, quando acontecem rituais religiosos/políticos que sacralizam as figuras que exercem o poder.

Para as sociedades capitalistas, Debord trabalha com os conceitos de poder espetacular concentrado e difuso. O poder espetacular concentrado diz respeito ao que ele considera como capitalismo de Estado. Nessa forma de vida social a produção do espetáculo é controlada pelo Estado, e se concentra em torno da imagem do “Líder da Nação”. O Estado possui grande peso na vida social de modo geral. Existem várias formas de capitalismo de Estado, dependendo do grau de controle sobre a sociedade. O Brasil no primeiro período de governo de Vargas (1930-1945), em especial a partir de 1937 com o “Estado Novo”, pode ser considerado como uma sociedade onde o poder espetacular concentrado se fazia presente.

O poder espetacular difuso, uma característica dos países mais desenvolvidos do ponto de vista capitalista, está presente na vida cotidiana, em virtude da produção e consumo de imagens associada à produção e consumo das mercadorias. Os grandes conglomerados empresariais são os sujeitos dessa for-

ma de poder espetacular.

Para tentar dar conta das mudanças acontecidas a partir da década de 1980, que correspondem ao triunfo da ideologia neoliberal, Debord criou o conceito de poder espetacular integrado. Com esse conceito pretende-se compreender a fusão do poder espetacular difuso, que agora passa a estar presente em sociedades onde antes havia o capitalismo de Estado, com o poder espetacular concentrado, já que, sob a alegação de perseguição a terroristas, técnicas do poder espetacular concentrado como a vigilância sobre os cidadãos, as prisões sem processo e julgamento, o assassinato de suspeitos de terrorismo, passaram a ser utilizadas por governos de países “democráticos” como o dos Estados Unidos da América. Em alguns casos, como no Brasil, suspeitos de envolvimento com o narcotráfico, ou com práticas criminosas de modo geral, podem receber o mesmo tratamento recebido em outros lugares pelos “terroristas”, especialmente no que diz respeito ao assassinato por forças policiais-militares.

Em seus Comentários sobre a sociedade do espetáculo, Debord expõe uma reflexão teórica bastante elaborada a respeito das características do poder espetacular integrado. Ele menciona cinco aspectos que definiriam essa forma de poder espetacular: renovação tecnológica permanente; fusão econômico-estatal; segredo generalizado; mentira sem contestação e presente perpétuo.

Nesse capítulo, serão trabalhados os dois últimos aspectos, com o objetivo de se refletir sobre a relação comunicação/política. O presente perpétuo é um componente essencial da sociedade do espetáculo.

A construção de um presente em que a própria moda, do vestuário aos cantores, se imobilizou, que quer esquecer o passado e dá impressão de já não acreditar no futuro, foi conseguida pela circulação incessante da informação,

que a cada instante retorna a uma lista bem sucinta das mesmas tolices, anunciadas com entusiasmo como novidades importantes, ao passo que só se anunciam pouquíssimo, e aos arrancos, as notícias de fato importantes, referentes ao que de fato muda (Debord, 1997, p. 176).

Na sociedade do espetáculo, os produtos a serem consumidos, mesmo que sejam candidatos em campanhas políticas, precisam ter sempre a imagem de um produto novo. Na disputa do segundo turno da campanha presidencial de 2014, tanto Dilma Rousseff como Aécio Neves apresentaram-se sob o signo da novidade.

Aécio, candidato da oposição, era o candidato da “mudança”, Dilma candidata à reeleição exibia o slogan “governo novo, ideias novas”. Evidentemente a associação entre os candidatos e a ideia de novidade não resiste a qualquer análise que não seja superficial; ou seja, que vá além das imagens construídas pelas campanhas. Aécio Neves significava, na prática, o retorno ao neoliberalismo “puro e duro” praticado no governo Fernando Henrique Cardoso; enquanto Dilma Rousseff representava a continuidade da presença do Partido dos Trabalhadores no poder executivo, que já dura doze anos. Um exemplo das suas “ideias novas” foi a elevação da taxa de juros imediatamente após à sua reeleição.

A ênfase no presente significa o esvaziamento do sentido da temporalidade, o que é vivido corre o risco de perder o sentido quase que imediatamente, daí a busca quase desesperada para que os acontecimentos vivenciados sejam muito intensos. Talvez isso explique a intensa participação dos eleitores nas disputas em torno dos candidatos nas redes sociais durante a campanha de 2014, especialmente no segundo turno da eleição presidencial. Mas, a intensidade da participação não significa uma politização efetiva, mas o seu contrário.

Trata-se de um engajamento superficial, que gira em torno

dos procedimentos espetaculares de construção/desconstrução dos candidatos; sem qualquer preocupação com uma lógica argumentativa-racional. Estamos aqui diante do que Debord entende como sendo a “mentira sem contestação”, já que não há qualquer preocupação com a veracidade do que se afirma. Debord argumenta que a consolidação da sociedade do espetáculo representa o fim da opinião pública. Ao contrário do que imaginavam os intérpretes habermasianos da internet, ela não se constituiu como um espaço público deliberativo: “A mentira sem contestação consumou o desaparecimento da opinião pública, que, de início, ficara incapaz de se fazer ouvir e, logo, em seguida, de ao menos se formar.” (Debord, 1997, p. 176).

### **A relação mídia/política**

De todo modo, não resta dúvida de que na campanha eleitoral de 2014 a relação mídia/política foi decisiva, quer seja devido à maior participação das chamadas mídias sociais, quer seja devido à importância da mídia tradicional. Nas mídias sociais, a espetacularização da política foi absolutamente predominante. A principal característica das mídias sociais, a transformação dos usuários em “marqueteiros” de si mesmos, já que a motivação para a grande maioria das postagens é criar uma imagem positiva a respeito de si mesmo, esteve presente também nas postagens com conteúdos políticos. O “know-how” mercadológico desenvolvido na autopromoção foi transferido para a promoção de uma imagem positiva do candidato que cada um apoiava, e para a produção de uma imagem negativa dos demais candidatos. Evidentemente, buscava-se uma fusão dos aspectos positivos da imagem do candidato com a imagem de quem o apoiava, assim como dos aspectos negativos dos demais candidatos com a imagem de quem os apoiava.

O recurso ao conceito de cultura do narcisismo desenvolvido por Christopher Lasch (1986) é fundamental para uma compreensão da campanha eleitoral nas redes sociais. Para

Lasch, o narcisismo é marcado pela indistinção entre o eu e o outro, já que se trata de uma relação que acontece por intermédio da imagem projetada: o “outro” é o espelho onde o “eu” projeta a sua imagem. A dimensão narcísica das redes sociais explica o caráter violento da campanha política nesses espaços, já que se não há identificação especular entre “eu” e “outro” ocorre a rejeição do outro. As redes sociais não são espaços para o diálogo entre indivíduos e grupos sociais diferentes, pois nelas não há lugar para o reconhecimento da alteridade.

Se houve o crescimento da importância das mídias sociais na campanha eleitoral de 2014; no entanto, o papel da mídia tradicional não pode ser subestimado. Desde a primeira eleição de Lula em 2002, vem se consolidando uma linha interpretativa que vê um esvaziamento da capacidade da mídia tradicional, ou seja, dos grandes conglomerados empresariais que atuam na área da comunicação, influenciarem o processo político-eleitoral. O argumento é que Lula, e posteriormente Dilma, foram alvo de fortes campanhas contrárias pela mídia tradicional, mas mesmo assim se elegeram. Se ficarmos apenas limitados ao momento eleitoral, é possível concordarmos com o argumento do esvaziamento do poder de influência dos conglomerados comunicacionais, mas se observarmos de uma perspectiva de longo prazo, de compreensão do processo político, isso não se confirma.

Não é possível separarmos a atuação da mídia tradicional do aspecto mais importante das eleições de 2014: o avanço ideológico e eleitoral das posições políticas conservadoras (direita). O crescimento da bancada “evangélica” e da bancada “da bala” (integrantes ou ex-integrantes do aparato policial-militar) são algumas das evidências nesse sentido; além da forte presença nas redes sociais de posicionamentos marcados pelos preconceitos de classe, etnia, gênero, etc. Manifestações de apoio a candidatos vistos como “de esquerda” (e os candidatos do PT se enquadram nessa definição, por mais que os governos

Lula e Dilma não tenham rompido efetivamente com o neoliberalismo) eram recebidas, em contato pessoais diretos, ou na internet, com acusações de defesa da corrupção, do comunismo, etc. Como todos sabem, a identificação entre esquerda, corrupção e subversão tem sido o pretexto para todos os golpes de Estado existentes na história da República no Brasil.

### **Espetáculo e hegemonia**

O avanço ideológico e eleitoral da direita só pode ser compreendido de uma perspectiva histórica, ele não “caiu do céu”, não aconteceu por acaso, é fruto de um exercício de hegemonia (no sentido gramsciano do termo), no qual a mídia tradicional, em especial a revista *Veja* (ainda que não apenas ela) desempenha um papel decisivo. Devido ao seu caráter de “revista semanal de informação”, onde o peso da dimensão interpretativa é muito grande, *Veja* consegue desempenhar um papel de instituição que organiza a visão de mundo da direita no Brasil; papel que ela desempenha pelo menos desde o seu apoio à candidatura Collor de Melo nas eleições de 1989.

Jornalistas e colunistas da revista tornaram-se autores de livros contra o PT, e a esquerda de modo geral, evidenciando o desempenho do papel de, na perspectiva de Gramsci, intelectuais orgânicos da classe dominante no Brasil. Recentemente jornalistas que atingiram notoriedade na revista, foram para outros veículos, quer seja na mídia impressa quer na eletrônica, reforçando o posicionamento direitista de órgãos como a Folha de S. Paulo ou a Rádio Jovem Pan. Devido ao papel desempenhado pela publicação, que é muito anterior à existência das redes sociais virtuais, é possível afirmar que o “vejismo” é a face contemporânea do direitismo no Brasil.

Se o recurso ao conceito de poder espetacular integrado de Debord é importante para o entendimento do crescimento das posições conservadoras, ele não é suficiente. O poder espetacular integrado unifica a dimensão difusa e a dimensão con-

centrada das formas de exercício do poder espetacular antes separadas. Ao apontar a presença em países democráticos, de elementos do exercício de poder anteriormente presentes em países com regimes políticos ditatoriais, Debord parece estar chamando a atenção para o potencial de crescimento de posturas totalitárias; no entanto, ele trabalha com a concepção de ideologia que parece estar vinculada apenas ao poder espetacular difuso, já que ele argumenta que no poder espetacular integrado não há “uma ideologia clara” (Debord, 1997, p. 173).

O conceito de ideologia de Debord, exposto no livro *Sociedade do espetáculo* é de que na fase contemporânea do capitalismo, a ideologia está materializada, pois se trata de “uma ideologia que conseguiu recortar todo o real de acordo com seu modelo” (Debord, 1997, p. 137). Esta concepção de ideologia é bastante próxima, como já foi visto, da concepção de Adorno e Horkheimer, que argumentam na *Dialética do esclarecimento* que a publicidade é a linguagem da indústria cultural, constituindo-se na forma contemporânea da ideologia dominante, tendo por característica a ideologização do real: a própria realidade do capitalismo, em especial a produção e o consumo de mercadorias, é apresentada como a justificativa para a existência do capitalismo.

O questionamento que pode ser feito da visão de Debord sobre a ideologia no poder espetacular integrado, diz respeito ao seu entendimento de que não há uma ideologia clara: o neoliberalismo é a ideologia do capitalismo contemporâneo. Sem dúvida, não se trata de uma visão de mundo muito elaborada, mas as suas formulações são bastante claras: o mercado tem capacidade de autorregulação, toda interferência do Estado na vida econômica é danosa, o espírito empreendedor dos indivíduos deve ser incentivado, etc. etc.

Se do ponto de vista econômico quem domina é a fração da burguesia vinculada ao capital financeiro, é essa mesma fração quem exerce a hegemonia ideológica, ou seja, é a visão de mundo que corresponde aos seus interesses que é a visão de

mundo dominante. A relevância que os preços das ações na bolsa e a taxa de câmbio do dólar assumiram a campanha eleitoral de 2014, especialmente no que diz respeito à cobertura da mídia tradicional, e que repercutia nas redes sociais, é uma clara demonstração da hegemonia ideológica do capital financeiro.

Mas, se a concepção de ideologia de Debord precisa ser complementada com as reflexões de Gramsci (2000) sobre a ideologia, isso não quer dizer que a concepção de Debord não seja correta. Muito pelo contrário, se há uma assimilação social dos interesses do capital financeiro é porque as classes dominadas, os trabalhadores de modo geral, assimilam a materialização da ideologia promovida pela sociedade do espetáculo. A relação com o capitalismo é uma relação com a imagem do capitalismo promovida pelo próprio capitalismo. É a imagem do capitalismo, como a sociedade onde há produção e consumo de mercadorias em larga escala, que é a base para o exercício da hegemonia ideológica do neoliberalismo.

O questionamento da concepção de ideologia de Debord diz respeito ao não entendimento de que na contemporaneidade há uma ideologia clara, mas também não se resume a isso, pois Debord parece não levar em consideração a possibilidade de formulações ideológicas totalitárias, próprias do poder espetacular concentrado, também se manifestarem. Como todo autor vinculado à teoria crítica, o pensamento de Debord está enraizado historicamente, e não pode ser considerado como capaz de explicar completamente períodos históricos posteriores aos analisados por ele.

Tudo indica que a atual situação, iniciada em 2008, de crise do capitalismo esteja fortalecendo politicamente posturas conservadoras; sendo que, no contexto brasileiro, precisam ser levadas também em consideração as reações ideológicas geradas pela presença no poder, há mais de uma década, de um partido cuja origem histórica é a esquerda.

Visando a compreensão dessas características da contem-

poaneidade, torna-se indispensável o prosseguimento das reflexões acerca da necessidade de se complementar a concepção de ideologia de Debord, e da teoria crítica de modo geral, com a concepção de ideologia de Gramsci. As próximas investigações do grupo de pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo, da Faculdade Cásper Líbero, particularmente aquelas desenvolvidas a partir do projeto Mídia, Política e Espetáculo, procurarão dar conta dessa necessidade.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. A Indústria Cultural. In: COHN, G. (Org.). **Adorno**. São Paulo: Editora Ática, p.92-99, 1986a.

ADORNO, T. W. Capitalismo Tardio ou Sociedade Industrial? In: COHN, G. (Org.). **Adorno**. São Paulo: Editora Ática, p.62-75, 1986b.

ADORNO, T.W. & HORKHEIMER, M. **Temas básicos da sociologia**. São Paulo: Cultrix, 1973.

ADORNO, T.W. & HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

ALTHUSSER, L. **A favor de Marx**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

ALTHUSSER, L. O Objeto de o capital. In: ALTHUSSER, L.; BALIBAR, E.; ESTABLET, R. **Ler o capital**. Vol.II. Rio de Janeiro: Zahar Editores, p. 7-152, 1980.

ALTHUSSER, L. Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado. In: ZIZEK, S. (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, p.105-142, 1996.

ARRUDA, Maria A. do N. **A embalagem do sistema: a publicidade no capitalismo brasileiro.** São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1985.

COELHO, Cláudio N. P. **A transformação social em questão: as práticas sociais alternativas durante o regime militar.** Universidade de São Paulo, tese de doutoramento em sociologia, 1990.

COHN-BENDIT, D. et al. **A revolta estudantil.** São Paulo: Editora Laudes, 1968.

COHN, G. **Sociologia da comunicação: teoria e ideologia.** São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1973.

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

DREIFUSS, R. A. **1964: A conquista do estado.** Petrópolis: Vozes, 1987.

FERNANDES, F. **A revolução burguesa no Brasil.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere.** Vol.1. Introdução ao Estudo da Filosofia. A Filosofia de Benedetto Croce. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere.** Vol.3–Maquiavel. Notas sobre o estado e a política. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

HORKHEIMER, M. Teoria Tradicional e Teoria Crítica. In: **Textos escolhidos.** São Paulo: Abril Cultural, Col. Os Pensadores v. XLVIII, p.125-162, 1975.

IANNI, O. **A ditadura do grande capital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981.

IANNI, O. O Príncipe eletrônico. In: **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, p. 139-166, 2000.

INTERNACIONAL SITUACIONISTA. **Situacionista**: teoria e prática da revolução. São Paulo: Conrad Livros, 2002.

LASCH, C. **O mínimo eu**: sobrevivência psíquica em tempos difíceis. São Paulo: Editora Brasiliense, 1986.

LUKÁCS, G. **História e consciência de classe**. Porto: Publicações Escorpião, 1974.

MARCUSE, H. **Eros e civilização**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 6ª edição, 1975.

MARX, K. Introdução à crítica da economia política. In: **Manuscritos econômico** – filosóficos e outros textos escolhidos. São Paulo: Abril Cultural. Col. Os Pensadores. Vol. XXXV, 1973.

MARX, K. **O capital**: crítica da economia política. Livro I, v.1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975a.

MARX, K. **O capital**: crítica da economia política. Livro III, v.6. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975b.

MARX, K. & ENGELS, F. **A ideologia alemã (Feuerbach)**. São Paulo: HUCITEC, 1989.

MOREIRA ALVES, M.H. **Estado e oposição no Brasil (1964-1984)**. Petrópolis: Vozes, 1984.

ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PRAGA. Correspondência Marcuse-Adorno: as últimas cartas. In: **Praga** no. 3. São Paulo: Hucitec, p. 7-17, 1997.

SCHWARZ, R. Cultura e Política, 1964-1969. In: **O pai de família e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, p.61-92, 1978.



**Editora In House**

[www.editorainhouse.com.br](http://www.editorainhouse.com.br) | [inhouse@terra.com.br](mailto:inhouse@terra.com.br)

Curta nossa página no Facebook: Editora In House

Fones: (11) 4607-8747 / 99903-7599

Visite nossa loja virtual: [inhousestore.com.br](http://inhousestore.com.br)

**P**ara o método dialético da Teoria Crítica, a compreensão de elementos essenciais que fazem parte das características gerais da vida social, como as formas de poder, só pode acontecer mediante uma investigação das situações particulares onde estas características estão presentes. A reflexão sobre a capacidade de a Teoria Crítica compreender a comunicação na contemporaneidade terá como fundamento, neste livro, uma investigação sobre a presença da sociedade do espetáculo no contexto histórico brasileiro.



**FACULDADE  
CASPER LÍBERO**



[www.editorainhouse.com.br](http://www.editorainhouse.com.br)

ISBN 978-85-7899-290-3

