

O espetáculo como meio de subjetivação

Maria Rita Kehl

Pontos para estabelecer uma interlocução entre o texto “A Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas” de Theodor Adorno¹ e *A sociedade do espetáculo* de Guy Debord.

Minha questão é sobre a subjetividade contemporânea sob efeito da indústria cultural. A passagem conceitual da Indústria Cultural (Adorno) para a Sociedade do Espectáculo (Debord), a meu ver, não é uma mudança de paradigma mas uma consequência da própria expansão da IC, tal como Adorno a analisou em 1947, com o auxílio da mais poderosa de todas as mídias, a televisão.

Adorno previu o que poderia se desenvolver a partir da TV:

“A televisão visa uma síntese do rádio e do cinema, (...) cujas possibilidades ilimitadas prometem aumentar o empobrecimento dos materiais estéticos a tal ponto que a identidade mal disfarçada dos produtores da indústria cultural pode vir a triunfar abertamente já amanhã – numa realização escarninha do sonho wagneriano da obra de arte total. (...) Os elementos sensíveis que registram sem protestos, todos eles, a superfície da realidade social, são em princípio produzidos pelo mesmo processo técnico e exprimem sua unidade como seu verdadeiro conteúdo” (p. 117).

Importante pensar os efeitos da potência dessa obra “total” da televisão, transmitida por um veículo que é doméstico, cotidiano, onipresente (transmite, hoje, 24 hs/dia), e faz a ponte entre a individualidade privatizada e o espaço público que ela ocupa ou melhor, substitui. A televisão como lugar imaginário do Outro. As mensagens televisivas, representadas prioritariamente pela publicidade, oferecem imagens à identificação, e enunciados que representam, para o espectador, indicações sobre o desejo do Outro.

Vejamos Debord, para quem o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada pelas imagens, segundo a qual “o que aparece é bom; o que é bom, aparece” (isto é, o único sujeito do espetáculo é ele mesmo).

Na mesma linha de pensamento, espantosamente no mesmo ano, Jacques Lacan em uma conferência na Inglaterra disse preocupar-se com o desenvolvimento dos “meios de agir sobre o psiquismo através de uma manipulação combinada de imagens e paixões” – entre as quais as “paixões de segurança”. O que são “paixões de segurança” e como a indústria do espetáculo se serve delas? A crítica ao indivíduo, em Adorno, talvez nos responda.

¹ Em: Adorno/ Horkheimer, *Dialética do esclarecimento* (1947), pp. 113-156. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994. Tradução Guido Antonio de Almeida.

1. Em Adorno, encontramos uma crítica do indivíduo sob o signo da IC, que em alguns trechos mais se parece com uma nostalgia de um ideal de “indivíduo” que não se cumpriu. Exs. “Mas os projetos de urbanização que, em pequenos apartamentos higiênicos, destinam-se a perpetuar o indivíduo como se ele fosse independente, submetem-no ainda mais profundamente a seu adversário, o poder absoluto do capital” (p.113). O Indivíduo aniquilado pelo capital – mas não foi sob o capitalismo liberal que o indivíduo floresceu? Difícil distinguir, em Adorno, a crítica do individualismo do lamento pela falência do indivíduo. “A liquidação do trágico confirma a eliminação do indivíduo (p. 144). Na indústria, o indivíduo é ilusório não apenas por causa da padronização do modo de produção. Ele só é tolerado na medida em que sua identidade incondicional com o universal está fora de questão. Da improvisação padronizada no jazz aos tipos originais do cinema (...) o que domina é a pseudo individualidade. O individual reduz-se à capacidade do universal de marcar tão integralmente o contingente que ele possa ser conservado com o mesmo. Refere-se a “individualidades produzidas em série”. “É só porque os indivíduos *não são mais indivíduos* (grifo meu) mas sim meras encruzilhadas das tendências do universal, que é possível reintegrá-los totalmente na universalidade. A cultura de massas revela assim o caráter fictício que a forma do indivíduo sempre exibiu na era da burguesia” (p. 145). Até aqui, parece que Adorno acredita na soberania individual pré existente à era burguesa, e degradada por ela. Mas vai criticar essa idéia em seguida: “O princípio da individualidade estava cheio de contradições desde o início. *Por um lado*, a individuação jamais chegou a se realizar de fato. (...) Todo personagem burguês exprimia, apesar de seu desvio e graças justamente a ele, a mesma coisa: a dureza da sociedade competitiva. O indivíduo, sobre o qual a sociedade se apoiava, trazia em si mesmo sua mácula: em sua parente liberdade, ele era o produto de sua aparelhagem econômica e social. (...) *Ao mesmo tempo*, a sociedade burguesa também desenvolveu, em seu processo, o indivíduo. Contra a vontade de seus senhores, a técnica transformou os homens de crianças em pessoas. Mas cada um desses progressos da individuação se fez à custa da individualidade em cujo nome tinha lugar, e deles não sobrou senão a decisão de perseguir apenas os fins provados”. Me parece que a crítica, aqui, aponta para a redução do “indivíduo”, que floresceu sob as condições da vida burguesa, a uma somatória de pessoas perseguindo suas finalidades privadas – o que torna todos idênticos, afinal. Esses “desenraizados”, privatizados, são presas fáceis do totalitarismo em função de seu desamparo subjetivo. Aqui podemos situar as “paixões de segurança” mencionadas por Lacan: o “indivíduo”, como ideal que promove identificações, só se sustenta pelo recalque da dívida simbólica, que produz um “a mais” de alienação. Perdido de suas referências simbólicas, ele é capturado pela imagem. Débord refere-se à relação entre as pessoas mediada pela imagem. Isleide Fontenelle²: a sociedade do espetáculo é um momento da sociedade capitalista em que o princípio de diferenciação se dá pela imagem. Existir é fazer-se imagem para o outro (muito diferente do conceito de visibilidade – *política* – em Hanna Arendt por ex.). Imagem (estádio do espelho, em Lacan): forma mais primitiva de identificação.

Guy Débord: “O homem cuja vida se banaliza precisa se fazer representar espetacularmente”.

“Do carro à televisão, todos os bens selecionados pelo sistema espetacular são armas para reforçar as condições de isolamento das multidões solitárias”. (p. 39) (por isso...) “o espetáculo encontra sempre mais, e mais concretamente, suas próprias pressuposições”. (p. 23)

² - Autora de *O nome da marca* (Sobre a marca Mac Donald's)

O espetáculo como “pseudo-sagrado”: sistema circular de produção de sentido e de “verdade”.

2. Quando não é reduzido a mais um competidor na massa, o “indivíduo” é tratado como “consumidor”. A operação consiste em apelar para a dimensão do desejo, que é singular, e responder a ela com o fetiche da mercadoria. A confusão que se promove, entre objetos de consumo e objetos de desejo, desarticula, de certa forma, a relação dos sujeitos com a dimensão simbólica do desejo, e lança a todos no registro da satisfação de necessidades, que é real. O que se perde é a singularidade das produções subjetivas (tentativas de simbolização). “Ao desejo, excitado por nomes e imagens cheios de brilho, o que enfim se serve é o simples encômio do cotidiano cinzento ao qual ele queria escapar”(p. 131). Mais adiante, à p. 133: “O princípio impõe que todas as necessidades lhe sejam apresentadas como podendo ser satisfeitas pela indústria cultural, mas, por outro lado, que essas necessidades sejam de antemão organizadas de tal sorte que ele se veja nelas unicamente como um eterno consumidor, um *objeto da indústria cultural*”(g.m.). O interessante dessa operação não é apenas o nivelamento do indivíduo enquanto consumidor mas sua transformação em *objeto* da indústria, na outra ponta da linha que produz os bens com que ele deve se satisfazer. Mais adiante: “Quanto mais firmes se tornam as posições da indústria cultural, mais sumariamente ela pode proceder com as necessidades dos consumidores, produzindo-as, dirigindo-as, disciplinando-as e, inclusive, suspendendo a diversão: nenhuma barreira se eleva contra o progresso cultural. Mas essa tendência é imanente ao próprio princípio da diversão enquanto princípio burguês esclarecido. (p. 135) (...) Divertir-se significa estar de acordo”. Missão da IC, afirma, não é dirigir-se ao consumidor como sujeito pensante mas *desacostumá-lo da subjetividade!* “Mesmo quando o público se rebela contra a indústria cultural, essa rebelião é o resultado lógico do desamparo para o qual ela própria o educou”. Que desamparo é esse? O desamparo do aperfeiçoamento da alienação, no qual os sujeitos já não se apoiam nem sobre suas faculdades de julgamento (pensamento), resolução (agir conforme o desejo) e senso moral, nem sobre os laços que as liga a uma comunidade com base em experiências compartilhadas. Se toda experiência é mediada pelo espetáculo, cuja produção está fora do alcance da experiência mesma, e se o espetáculo “desacostuma as pessoas à subjetividade”, elas estão totalmente à mercê dele. “É só por isso que a indústria cultural pode maltratar com tanto sucesso a individualidade, porque nela sempre se reproduziu a fragilidade da sociedade”(p. 146).

Guy Debord, ao referir-se à alienação do espectador em favor do objeto contemplado:

“Quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua existência e desejo.” (p. 24).

3. A crítica da pseudo-individualidade abrange os métodos de coerção aperfeiçoados pela Indústria Cultural, que só reconhece aqueles que ela é capaz de incluir em seu sistema.

Adorno faz várias referências ao imperativo de conformidade, reforçado pela exclusão radical dos que não se adaptam.

“A unidade implacável da Indústria Cultural atesta a unidade em formação da política (p. 116) (...). Para todos algo está previsto; para que ninguém escape, as distinções são acentuadas e difundidas. (...)”

Reduzidos a simples material estatístico, os consumidores são distribuídos nos mapas dos institutos de pesquisa (que não se distinguem mais dos de propaganda) em grupos de rendimento assinalados por zonas vermelhas, verdes e azuis”. “Em seu lazer, as pessoas devem se orientar por essa unidade que caracteriza a produção”(p. 117).

Comentar Débord: “espetáculo é o dinheiro que se olha”. Nada mais uniforme, nada mais opressivo, já que apaga o homem como agente social. MAS: O espetáculo torna essa opressão *desejável*. É a face sedutora da opressão.

“Discurso ininterrupto que a ordem atual faz a respeito de si mesma” (Débord, p. 24).

É a face imaginária da dominação, o mito que “naturaliza” o poder e coloca (nossa) fantasia a seu serviço:

“O espetáculo é a conservação da inconsciência na mudança prática das condições de existência” (p.21)

A referência a Eugênio Bucci cabe bem aqui. Ninguém melhor do que ele demonstrou que “o gestor do espetáculo é o inconsciente”.

4. Isso nos remete à relação da Indústria Cultural com a reprodução dos dispositivos de

poder, cujo primeiro alvo é o próprio artista. Este, que na modernidade deveria realizar as pretensões do individualismo, é o mais pressionado à conformidade pela própria condição de sua inserção profissional na IC. “Só a obrigação de se inserir incessantemente sob a mais drástica das ameaças, na vida dos negócios como um especialista estético, impôs um freio definitivo ao artista (p. 125). (...) A análise feita há cem anos por Tocqueville verificou-se integralmente nesse meio tempo. Sob o monopólio privado da cultura “a tirania deixa o corpo livre e vai direto à alma. O mestre não diz mais: você pensará como eu ou morrerá. Ele diz: você é livre de não pensar como eu: sua vida, seus bens, tudo você há de conservar, mas de hoje em diante você será um estrangeiro entre nós. Quem não se conforma é punido com uma impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do individualista. Excluído da atividade industrial, ele terá sua insuficiência facilmente comprovada”.

Mas o trabalho do artista contratado pela Indústria visa, evidentemente, às massas:

“Assim como os dominados sempre levaram mais a sério do que os dominadores a moral que deles recebiam, hoje em dia as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso dos bem sucedidos. *Elas têm os desejos deles*.(g.m.) Obstinadamente, insistem na ideologia que os escraviza”.

Mais adiante (p. 126): “Quando mais total ela se tornou (a IC), quanto mais impiedosamente forçou os outsiders seja a declarar falência seja a entrar para o sindicato, mais fina e elevada ela se tornou, para enfim desembocar na síntese de Beethoven e do Casino de Paris.”

5. Ao indivíduo como consumidor corresponde, logicamente, a arte como mercadoria. A arte não teria mais uma função subjetivante, como expressão dos sujeitos (sujeitos do desejo), mas uma função objetiva – valor de troca.

“O novo não é o caráter mercantil da obra de arte, mas o fato de que, hoje, ele se declara deliberadamente enquanto tal, e é o fato de que a arte renega sua própria autonomia, incluindo-se orgulhosamente entre os bens de consumo, que lhe confere o encanto da novidade. A arte como um domínio separado só foi possível como arte burguesa.” (p. 146).

“O Beethoven mortalmente doente, que joga longe um romance de Walter Scott com o grito: ‘este sujeito escreve para ganhar dinheiro’ e que, ao mesmo tempo, se mostra na

exploração dos últimos quartetos – a mais extremada recusa do mercado – como um negociante altamente experimentado e obstinado, fornece o exemplo mais grandioso da unidade dos contrários, mercado e autonomia, na arte burguesa. Os que sucumbem à ideologia são exatamente os que ocultam a contradição, em vez de acolhê-la na consciência de sua própria produção, como Beethoven” E Flaubert. E no Brasil de hoje, muito criticados por isso, os Racionais MC’s. Consequências do ponto de vista do artista (desenvolver).

Débord: “aceitação dócil do que existe (p.39)” – autonomia da economia sobre a vida social. O espetáculo visa a identificação entre *bens* e mercadoria:

“O consumo alienado complementa a lógica da produção alienada”(p.35).

Relação entre a liberalidade da Indústria Cultural e o recalçamento (anos 40) – ainda se pode falar assim? Adorno escreve que a sexualidade é permanentemente convocada de modo a reforçar o recalçamento da finalidade principal. Em outros trechos, fala do recalçamento da imaginação (não sei se o termo é adequado).

“Eis aí o segredo da sublimação estética: apresentar a satisfação como uma promessa rompida. A indústria cultural não sublima, mas reprime”(p. 131). “As obras de arte são ascéticas e sem pudor, a indústria cultural é pornográfica e puritana (...) A produção em série do objeto sexual produz automaticamente seu recalçamento”(discutir).

Talvez se possa articular esse ponto ao que está em 2), o modo de inserção na lógica da IC visa a “desacostumar as pessoas da subjetividade” ou, como em MRK (“Imaginário e pensamento”) a dispensá-las da necessidade do pensamento, o que não é o mesmo que recalcar o pensamento – aliás, é muito mais eficiente do que isso.

A evolução da relação da Indústria Cultural com o inconsciente das massas, capturado pelos métodos avançados das pesquisas de marketing, produz hoje um fenômeno que é o oposto do recalçamento, com resultados talvez mais graves.

Importante fazer algumas diferenciações conceituais aqui. Será que a sociedade atual vive o “império do desejo”, como imaginam os marqueteiros? Desejo sustenta-se da interdição do gozo. Publicidade: apelo ao gozo. Positivização das representações recalcadas do desejo, objetivadas nas mercadorias e suas marcas - e no espetáculo! Guy Débord: “o espetáculo é uma visão de mundo que se objetivou” (...) A imagem espetacular é fetiche justamente porque é a positivização dos efeitos da Exploração e a naturalização de uma relação (apagamento da história). O que é a “fabricação concreta da alienação” (Débord) senão a produção *industrial* do lcc? F. Jameson: “O capitalismo colonizou o inconsciente”. As representações do inconsciente, reveladas pelas pesquisas de marketing e positivadas nas imagens da publicidade, do cinema, das telenovelas e dos programas de auditório, dispensam os consumidores/espectadores da responsabilidade pela dimensão (singular) do lcc.

O que se produz é uma versão industrial do “inconsciente coletivo”, com o conseqüente “apagamento” dos sujeitos do inconsciente. Pensar as conseqüências disso sobre o laço social – delinquência, apelo ao gozo, perversão do laço, etc.