

A Mensagem e sua Consequência – Da Indústria Cultural Para o Receptor¹

Vívian de BORBA²

Catarina de OLIVEIRA³

Faculdade Integrada do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O presente artigo apresenta as mudanças de pensamento ocorrido entre dois textos de dois autores distintos: “A separação consumada – Debord” e “A crítica da Indústria Cultural – Thompson”. Os autores relatam sobre a Indústria Cultural e sua forma de atuação na sociedade, assim como a forma de agir e de percepção de seus receptores. O objetivo deste artigo é apontar o que muda na visão de um autor para o outro e quais as características principais da Indústria Cultural na sociedade. Foi analisada a crítica feita à Indústria Cultural por Thompson e como o autor acrescentou novas sugestões para o estudo feito anteriormente por Debord, em relação ao poder do espetáculo e ao poder do receptor da mensagem.

PALAVRAS-CHAVE: Receptor; Mensagem; Indústria Cultural; Sociedade.

1.0 INTRODUÇÃO

Este estudo analisa dois textos de diferentes autores que abordam o mesmo tema, a Indústria Cultural e sua forma de agir e em sua transmissão da mensagem para seu público. Foi analisado como a mensagem é aceita ou não por seus receptores na visão dos autores Debord e Thompson.

A forma de agir da Indústria Cultural e do receptor é bastante questionada pelos autores, o presente trabalho busca identificar o que muda de um autor para o outro, e o que foi criticado, elogiado ou acrescentado na visão de Thompson sobre o estudo feito anteriormente por Debord quando o mesmo expõe sobre o poder do espetáculo na sociedade e até aonde o poder do receptor o levará.

Para um melhor entendimento do leitor, acredito ser importante a análise individual de cada texto, para posteriormente ser feita a junção de ambos os textos com a análise das mudanças ocorridas. Foram apontadas as principais mudanças ocorridas em relação à Indústria Cultural sua mensagem e seus receptores na visão dos autores em questão.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação recém-formada do curso de Publicidade da FIC, e-mail: viviandeborba@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho, Professora Doutorado da Universidade Federal do Ceará, Universidade Estadual do Ceará, e-mail: catarinatereza@uol.com.br

2.0 IMAGENS QUE CEGAM - “A separação consumada – Debord”

É comum a sociedade fugir da verdade, viver na ilusão, quanto mais se produz/evolui, mais a ilusão aumenta mais se valoriza o ter, fazendo as pessoas esquecerem a essência da vida, se tornando criadoras de imagens e cegas para a realidade. E assim nasce um espetáculo, onde as pessoas vivem automatizando as imagens, e na verdade, essa não aceitação de si, torna-se uma mentira principalmente para si. Debord (1997) refere-se a essa situação consagração do ter como:

“E sem dúvida o nosso tempo... prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser... Ele considera que a ilusão é sagrada, e a verdade é profana. E mais: a seus olhos o sagrado aumenta à medida que a verdade decresce e a ilusão cresce, a tal ponto que, para ele, o cúmulo da ilusão fica sendo o cúmulo do sagrado”.

O espetáculo faz das pessoas uma imagem, o que se percebe não é mais o ser, e sim sua imagem. As pessoas se tornam cegas e passam a ter um senso crítico baseado apenas em imagens (criadas). Fazendo o ser viver no irreal, esse novo estilo de vida é consequente da imagem criada pelo ser, - imagem essa - criada com o esforço de alcançar uma outra imagem, e não por um gosto pessoal e próprio, pois, o ser fica cego para enxergar o que realmente deseja. Debord (1997 pág. 13) afirma que: *“Tudo que era vivido diretamente tornou-se uma representação”*

A imagem aliena o ser que passa a achar que o espetáculo criado é real, é algo que ele deseja, existindo assim uma troca da realidade, assim sendo, a verdade passa a ser o falso. A alienação fará o ser negar a sua vida real, e o fará viver mostrando aparências falsas. Essa imagem criada cegará a si e a quem o vê. Tentam mostrar apenas o que é “bom” procurando a exaltação pessoal, nada além de uma contemplação. O autor complementa: *“A realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente”*. O que posteriormente completa Debord (1997 pág. 16): *“No mundo realmente invertido, a verdade é um momento do que é falso”*.

A economia que antigamente dominava, perdeu espaço para o show, a obra ganha valor e não quem fez. O ter é mostrado, o ser é escondido, é preciso ter para aparecer, mesmo que o que pareça não seja aquilo que se é. É uma falsa imagem de si, é a vontade que o outro fique cego e só perceba a sua imagem, que não é a verdadeira é apenas o que se possui. O verdadeiro ser invalidou-se. Debord (1997 pág. 17) interpreta:

“O espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. Ele nada mais é que a economia desenvolvendo-se por si mesma. É o reflexo fiel da produção das coisas, e a objetivação infiel dos produtores. A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda realização humana, uma evidente degradação do ser para o ter”.

O espetáculo não sabe o que realmente deseja, vive em uma aparência criada por si, com o propósito de alienar, não importando o que seja preciso fazer. Para a construção de uma imagem é preciso perder o seu “eu verdadeiro”, pois, deseja-se ser único, ser além dos outros.

Quanto mais se esforça para alcançar esta imagem, mais se perde sua essência “*vida verdadeira*”, menos saberá de si e dos seus verdadeiros desejos pessoais, vivendo alienado em busca de uma imagem, pensando no que os outros irão julgar e não com o propósito de um benefício pessoal. Criando assim sua imagem, esperando que os outros fiquem cegos e só enxerguem o que sua imagem falsa está representando. Debord Expressa: “*À medida que a necessidade se encontra socialmente sonhada, o sonho se torna necessário. O espetáculo é o sonho mau da sociedade moderna aprisionada, que só expressa afinal o seu desejo de dormir. O espetáculo é o guarda desse sono*”.

O espetáculo surge e é perceptível em toda parte o ser fica exposto a tudo que lhe é passado. Inconscientemente, o telespectador vai contemplando e admirando tudo que lhe é passado pela Indústria Cultural. Deixando assim como consequência, seus planos e metas pessoais, sendo alienado e sem perspectiva.

“A alienação do espectador em favor do objetivo contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serão seus, mas de outro que os representa. É por isso que o espectador não se sente em casa em lugar algum, pois o espetáculo está em toda parte”. Debord (1997 pág. 24)

3.0 UMA CRITICA - “A crítica da Indústria Cultural – Thompson”

É importante observar a evolução dos seres humanos e a atuação que as influências externas tiveram sobre o comportamento da sociedade. Conforme essas múltiplas influências, Thompson (1995) descreve:

“Com o crescimento dos conhecimentos, os seres humanos desenvolveram seu domínio da natureza – tanto da natureza externa como da natureza interna da subjetividade humana – e eles subordinaram sempre mais o mundo natural ao

exercício do controle técnico. Crenças míticas e animísticas foram, progressivamente, sendo eliminadas a favor de uma razão científica, instrumental, que refica o mundo do ponto de vista do controle técnico. Os próprios seres humanos se tornam parte desse mundo reificado, e sua subordinação à lógica da dominação é realçada pela mercantilização da força de trabalho dentro do capitalismo.”

Com o surgimento da Indústria Cultural o indivíduo faz com que seus objetos produzidos sejam visto com outra perspectiva. O que antes tinha um valor – uma obra como exemplo – foi produzido em grande escala, perdendo assim esse valor, o que realmente importa agora é a troca e o lucro que pode ser obtido através deste produto. Conforme diz Thompson (1995): “*A contemplação e o gozo de uma obra de arte são substituídos pela troca de uma mercadoria que é valorizada, primeiramente, por seu valor de troca, e não por seu caráter estético intrínseco*”.

Quanto mais a Indústria Cultural evolui, mais a sociedade é reificada, mais o consumismo é aceitável resultando em um receptor mais facilmente manipulável e adaptável pela Indústria Cultural. Toda forma de se atingir ao receptor não pode deixar de lado o poder que a comunicação de massa pode exercer sobre a sociedade. O poder da comunicação de massa é descrito da seguinte forma por Thompson (1995):

“A comunicação de massa se tornou o canal mais importante para a circulação de informação e comunicação de vários tipos, e toda tentativa de repensar a natureza e o papel da ideologia nas sociedades modernas deve prestar uma atenção total a esse desenvolvimento.”

A forma de recepção é variante, cada ser receberá o produto de uma forma diferente. O contexto social, suas atividades cotidianas é que irão distinguir a forma de recepção da mensagem. O receptor poderá aceitar e repetir tudo o que lhe foi transmitido ou não. Não existirá uma regra de recepção, pois, o meio interfere na atuação dessa recepção. O autor esclarece as diferentes formas de recepção da seguinte forma:

“A recepção e apropriação de produtos culturais é um processo social complexo, que envolve uma atividade contínua de interpretação e a assimilação do conteúdo significativo pelas características de um passado socialmente estruturado de indivíduos e grupos particulares. A tentativa de derivar as conseqüências dos produtos culturais dos próprios produtos significa esquecer essas atividades permanentes de interpretação e assimilação; é especular sobre o impacto desses produtos sobre as atitudes e comportamentos de indivíduos, sem examinar esse impacto de uma maneira sistemática.” Thompson (1995).

O ser humano é livre e tem um pensamento crítico e complexo, apesar da Indústria Cultural exercer um forte papel de influenciadora, a sociedade moderna receptora é crítica e agirá conforme seu meio, não basta apenas enviar uma mensagem e esperar que a mesma seja completamente aceita por todos da mesma forma. Cada um irá interpretar a mensagem de sua forma, e não somente aceitá-la.

4.0 DE IMAGENS QUE VEGAM PARA UMA CRÍTICA

Os autores discutem sobre a Indústria Cultural e seu receptor e principalmente a forma de agir de cada um. Thompson crítica vários pensamentos de Debord e acrescenta novos critérios de avaliação da mensagem e sua recepção.

Debord fala de um consumidor que se preocupa mais com um externo, com o bem material em si. Adotando essa postura, passa a viver em um espetáculo, onde sua imagem será sua prioridade e seus verdadeiros desejos não será identificado, ficando, como consequência, submetido ao que a Indústria Cultural irá apresentar. O receptor se torna assim um alvo fácil, manipulável e irracional perante aos desejos e vontades da Indústria Cultural, seu poder de aceitação será completo e seu poder de crítica a esse contexto será quase nada ou até mesmo nulo.

Thompson já percebe a diversidade, o meio externo, para ele cada consumidor terá uma forma particular de aceitação da mensagem transmitida. A Indústria Cultural terá um papel de transmissora e influenciadora, o que não indica poder afirmar que, apenas o fato do ser humano ser exposto a mensagem, ele aceitará e irão reagir iguais aos demais receptores. Cada um receberá a mensagem e fará sua interpretação e assimilação de acordo com sua percepção pessoal, e caberá a cada um diante desta visão que é influenciada pelo meio em que o sujeito vive aceitar ou não o que foi exposto pela mensagem.

Debord indica que com o surgimento da Indústria Cultural o consumidor perdeu sua essência, o mercado forçará uma alienação no ser humano. A indústria reproduzirá em grande escala procurando atingir o maior número de pessoas possíveis, esperando que todos reajam igualmente a suas produções.

Esse processo de mercantilização é apontado por Thompson como uma forma de reificação do ser ou a coisificação, todos os valores a partir de então, passam a ter outro sentido. As perspectivas em relação às obras mudaram a coisa em si passa a ter um valor, que muitas vezes é maior que o valor anteriormente dado ao seu autor.

Thompson concorda com Debord quando o mesmo relata a importância da comunicação de massa na sociedade, pois a mesma teve um importante papel na sociedade contribuindo para o seu desenvolvimento.

Os que mais se percebe de alteração entre os dois textos é a forma com que os autores relatam o receptor e sua atuação perante a mensagem enviada pela Indústria Cultural, quando um fala que o ser humano é alienado, receberá a informação e aplicará de forma precisa em sua vida independente de qual contexto esteja inserido esse receptor, enquanto o outro defende a particularidade de cada ser, onde o consumidor recebe e analisa a mensagem de forma diferente e não obrigatoriamente irá aceita-la.

O termo Indústria Cultural é usado para representar qualquer indústria que tenha como objetivo produção em massa de bens culturais e retorno de lucros. Ambos os textos estudados, concordam que o produto perderá seu valor inicial e passa a ser visto apenas como qualquer outro objeto de consumo, a relação de valor sentimental ou emocional perde seu foco, tomando como princípio apenas o resultado do lucro por sua repetição e venda.

A sociedade e seu desenvolvimento, não deverão ser deixados de lado ao analisar seu público e seu receptor, cada individualidade deverá ser colocada como fator determinante em relação ao uso de uma comunicação eficaz.

5.0 Considerações Finais

Os autores discutiram as consequências da indústria Cultural e suas principais formas de agir, as mensagens transmitidas e o retorno esperado. Aponta o receptor como o principal interlocutor do contexto, portanto, sua forma de agir e receber a mensagem assim como sua percepção e o meio que lhe cerca foram contextualizados buscando perceber quais alterações foram notadas.

Muitas vezes é notória a crítica de Thompson em relação ao que foi dito anteriormente por Debord. Thompson chama-o de pessimista e limitado, porém expõe o porquê de suas críticas e coloca outros temas que para ele deveriam ter sido questionados em relação a Indústria Cultural e seus receptores por Debord.

Entre o primeiro e o segundo texto percebe-se uma mudança em relação ao seu receptor, onde no segundo texto o autor conseguiu visualizar o receptor de uma forma mais completa e consciente, o que não exige a qualidade dos pensamentos apontados anteriormente no primeiro texto.

Lembro que Debord sofria fortes pressões externas do ambiente, referente à época em que vivia. Já Thompson pode expressar mais livremente seus pensamentos, talvez essa liberdade

proporcionasse ao autor um resultado mais preciso comparado com os estudos realizados antes por Debord. Entretanto, sem o estudo inicial relatado por Debord, Thompson provavelmente não conseguiria ter tido a base sólida e precisa que teve como apoio para a formação de suas críticas e análises.

As mudanças mais perceptíveis em relação ao segundo texto comparado com o primeiro texto são: O receptor é abordado mais amplamente é considerado o meio em que vive e suas experiências passadas em relação ao uso dos produtos; A indústria Cultural por si só, não tem o poder de alienar a todos os receptores; A comunicação de massa é importante para a modernização da sociedade, e é necessário um estudo profundo e contínuo referente a sua atuação; A ideologia do ser é um forte influenciador na evolução da sociedade.

REFERÊNCIAS

DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. Tradução: Estela dos Santos Abreu – Rio de Janeiro: Contratempo, 1997.

THOMPSON, John B. Ideologia e Cultura Moderna: Teoria Social Crítica na era dos Meios de Comunicação de Massa/John B. Thompson – Petrópolis – RJ: Vozes, 1995.