

# A Representação como Alienação e Ideologia de Mercado na Sociedade do Espetáculo<sup>1</sup>

Jorge Anthonio e Silva<sup>2</sup>  
Osvando J. de Moraes<sup>3</sup>

## Resumo

Este trabalho funda-se no pensamento crítico de Guy Debord, em especial na obra *A Sociedade do Espetáculo* cujas bases críticas são fundadas na teoria marxista e no pensamento sobre a reificação e alienação, revistos pelo pensador György Lukács, em na obra *História da Consciência Crítica*, de 1923. Trata-se, ainda, de investigação histórico-filosófica dos conceitos de mimese e representação, como *leitmotiv* da apropriação da ontológica do estar humano no mundo, pelos meios de comunicação de massa.

## Palavras-Chave

Alienação; Fetichismo; Representação; Imitação.

## Introdução

O Século XX, pródigo em teorias e desenvolvimento tecnológico foi, também, o período de experimentação e de instauração de um novo projeto político social, cuja práxis definiu a divisão planetária em ideologias sócio-econômicas excludentes. Inebriado pela vulgarização das ciências, afeito a prodigalidade lúdica das tecnologias, o período adotou a pressa, a urgência e mudança como principais e defensáveis paradigmas de progresso. Voltando-se obsessivamente à idéia positiva de desenvolvimento, permaneceu inconstante na atenção formativa das humanidades. Estas, no sentido clássico de saberes constituídos na eticidade, determinam-se desde o Século XVI, como aporte para a valoração do conhecimento dirigido ao esclarecimento pleno sobre o homem. Trata-se do humanismo que defende o aprimoramento de valores naturais, gerados pela inteligência e na certeza da razão que cedeu passo intermitente à coisificação das relações, fazendo cristalizar-se o processo de alienação social do sujeito. Alienar-se é perder a autonomia da consciência. Isso resulta no alheamento humano de sua natureza criativa, na ausência de senso crítico para a realização de escolhas, no isolamento vertical em um viver prático irracional. Determinado por ações

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Núcleo de Trabalho Teorias da Comunicação, INTERCOM – 2007

<sup>2</sup> Prof. Dr. Jorge Anthonio e Silva ([jorge.silva@uniso.br](mailto:jorge.silva@uniso.br)) Programa de Pós-Graduação *stricto sensu*, nível de Mestrado em Comunicação e Cultura UNISO – Universidade de Sorocaba

<sup>3</sup> Prof. Dr. Osvando J. de Moraes ([osvando.morais@uniso.br](mailto:osvando.morais@uniso.br)) Programa de Pós-Graduação *stricto sensu*, nível de Mestrado em Comunicação e Cultura UNISO – Universidade de Sorocaba

exógenas à finalidade maior da existência, que é o melhoramento qualitativo da vida, o abandono crítico da realidade atende a interesses sócio-econômicos de base mercantil, escudados pelos meios de comunicação de massa, em especial sob a égide da propaganda. A alienação é um processo antinatural de relações entre os homens e, entre os homens e as coisas. É uma condição do homem, definida em seu estar no mundo, registrada na perda do controle sobre esse mesmo mundo, em condições determinadas. As razões da alienação são históricas, intimamente vinculadas ao trabalho e reforçam-se com os resultados do desenvolvimento tecnológico, da profunda pobreza que mais e mais se distancia dos excessos do luxo, tão caros à publicidade e do vazio espiritual. Baseando-se em Marx e Tonnies, Fritz Pappenheim atesta *que O indivíduo, que até então se considerava integrado numa ordem universal que abrangia sua existência física e espiritual, achou-se desarraigado e banido das habitações sobrenaturais que o haviam abrigado nos dias de sua inquebrantável certeza religiosa* (PAPPENHEIM; 17). Se, antes, a força da inocência religiosa asfixiava a felicidade pessoal com a idéia latente de pecado em cada ação livre do homem estabelecendo paradigmas comportamentais socialmente louvados, hoje *o céu está vazio de Deus e de idéias* (MELLMAN; 17). Desalojado de suas crenças, sem fé na certeza da totalidade na ordem universal, esse mesmo homem, premido pela descrença, agarrou-se ao progresso tecnológico, como se esse fosse o próprio progresso humano. Esse desvã advém da apropriação de dois princípios ontológicos; o da mimese e o da representação. Outro crítico da contemporaneidade histórica, Luc Ferry, adentra o âmbito religioso para explicar a laicização do mundo contemporâneo e a perda de sentido permanente da ação humana. Tendo em conta o âmbito da religiosidade que, historicamente, pautou todas as esferas da cultura, em especial a artística, a política, a mitológica e a científica, o autor delinea o fim das utopias em prol da imediatidade prevista pelo pensamento científico. Essa erosão de valores éticos e o aspecto imperativo da competitividade humana legitimam os meios de comunicação como instrumentos mediadores de escolhas individuais e coletivas. Não as que demandam a crítica ou o juízo, mas aquelas que situam o sujeito como individualidade suprema e feito de inscrições simbólicas de poder a partir de avatares mercantis que cambiam ideologias em produtos.

A mimese, com seus cambiantes sentidos históricos e locais, pode melhor ser definida como a capacidade humana de engendrar imitações. Para Pitágoras a realidade verdadeira está nos números que são a realidade única e imitados pela realidade. Em

Platão, especialmente na República 596b, atesta-se que, se o artista divino cria a idéia de mesa, cabe ao carpinteiro falho e transitório, copiá-la na concretude e na alteridade do real. Nisso há a imitação da totalidade ideal e pura pela contingência, onde subsiste o erro. É evidente para o *mundo das idéias* que a regulação ontológica da mesa real é inferior ao seu correlato metafísico. Porque a idéia é geral, plena, em cuja realidade está a *episteme* (conhecimento), enquanto é do ser imitativo a *doxa* (opinião); particular, sensível e passível do erro. Para Aristóteles, a mimese é a noção central da estética, fundada na natureza imitada pela arte, fato humano maior, educativo e modélico. Na Poética, o estagirita atesta que *O imitar é congênito no homem (e nisso difere dos outros viventes, pois, de todos, é ele o mais imitador e, por imitação, aprende as primeiras noções), e os homens se comprazem no imitado.* (Aristóteles; 243) A representação remonta os primórdios da caminhada humana em direção ao processo inexorável da civilização. Cambiada a condição humana primeira, de assemelhada aos bichos, liberaram-se as mãos da tarefa grosseira da defesa física, para a representação. Livres os braços, ressignificaram em afeto no abraço e as mãos tornaram-se o apoio mecânico na constituição da linguagem gráfica, em consonância com a fala. São 27 ossos, uma profusão de pequenos músculos e uma incontável quantidade de nervos a formar o órgão de prensão, dotado de um polegar opositor que o torna adequado à manipulação, um privilégio dos primatas que encontra sua plenitude no gênero humano (Silva; 31). O homem compõe seu instinto repertorial de saber organizando-o em representações. Por isso é um ser signico, construtor de relações entre a realidade física ou metafísica e a mente através de ícones, índices e símbolos. Essa tendência espontânea à substituição de realidades atende às próprias estruturas receptivas do saber iniciado pelos sentidos, dos quais a visão é o mais completo. Para Aristóteles

*Todos os homens têm, por natureza, desejo de conhecer: uma prova disso é o prazer das sensações, pois, fora até da sua utilidade, elas nos agradam por si mesmas e, mais que todas as outras, as visuais. Com efeito, não só para agir, mas até quando não nos propomos operar coisa alguma, preferimos, por assim dizer, a vista ao demais. A razão é que ela, de todos os sentidos, é o que melhor nos faz conhecer as coisas e mais diferenças nos descobre.* (Aristóteles;11)

Os olhos são terminais cerebrais imersos na imediatez da realidade. Por eles transitam cerca de 75% do que pode ser inteligido pela mente cognoscente. Aos ouvidos, também

conectados ao órgão da razão, e às outras formas físicas sensoriais ligadas às vísceras, restam 25% dos fenômenos para ser transformados em lei geral pela consciência significativa. Entende-se que o progresso positivo dos meios mecânicos de produção e de distribuição, amplamente difundidos no Século XX, construíram paradigmas valorativos, influenciando a personalidade coletiva do homem moderno, com a idéia de que a vida de cada um é um antecipador da felicidade suprema. Para o sociólogo George Simmel, cada período determina a maneira de ser ao homem. Na Grécia fundamentou-se a idéia geral do *ser*, na Idade Média a de *Deus*, na Renascença a de *natureza*, no Século XVII a de *Lei natural*, no Século XVIII de *sujeito* e no século XX sobrepôs-se às anteriores a noção coletiva de *vida individual*. A eficácia comunicativa dos meios de massa, funda-se na certeza do atingimento de metas de alocação de idéias e mercadorias, visto que o comércio propõe ofertas sempre inaugurais de produtos. Com isso gera a dialética da *satisfação incompleta*, um constante e incompleto prazer na relação do sujeito com aquilo a que se condiciona possuir. Tão logo de posse desse bem que lhe indica autonomia, personalidade, e suposta liberdade individual, entra em processo alienante na relação com as coisas do mercado que se renovam ao ritmo da produção. Toda a experiência social pode ser universalmente configurada como se um signo educativo para a felicidade fosse, e que devesse ser imitado *ad nauseam*. A representação intermedeia a cisão social entre os homens, acelerada, segundo Ferdinand Tönnies, após a Renascença. Na obra *Gemeinschaft und Gesellschaft*, cuja tradução não é simples o autor relata duas bases da associação humana, a *Gesellschaft* forma-se ocasional e contratualmente entre homens que necessitam de uma superestrutura que cuide de seus interesses de forma eficaz. Os acionistas de uma empresa são exemplares nessa citação. Não se relacionam, embora tenham um interesse comum gerido por outrem. A *Gemeinschaft* é a unidade social fraterna inconsciente, para a qual o homem entra totalmente, sem cisões, como a relação entre mãe e filho, que permanece, mesmo que a proximidade inexista. Tönnies acredita que a passagem da natural *Gemeinschaft* para a contratual *Gesellschaft* indica um mundo despersonalizado, tenso e feito de isolamento pessoal, com organizações de fachada, como as religiões eletrônicas cuja ação reforça a capacidade operativa de juntamento em torno de pastores e párocos. Está-se, aqui, no âmbito das representações que acenam com paradigmas sociais a ser mimeticamente seguidos, reforçando a alienação como processo de despersonalização pensante. A eficácia comunicativa dos meios se valem dessa constatação em relação de causa e efeito para o atingimento de metas de alocação das

mercadorias no âmbito social. É visto que o comércio torna-se finalidade na difusão massiva de produtos apresentados como imagens. Toda a experiência social pode ser universalmente configurada como idealidade a ser vivida, tornando a vida imitação da virtualidade operada pela ditadura da imagem, artificialmente engendrada dentro de modelos de perfeição, que nem de longe se assemelham à realidade. A jovem modelo que morre de inanição, o faz em nome da auto-desmaterialização, e em prol de uma alma incorpórea, plena de qualidades ultra humanas, inatingíveis realmente, mas referendadas para imitação pelos sistemas produtivos de bens de consumo. O fotógrafo dos magazines que erotizam a visão, corrige pelas técnicas sofisticadas de *photo shop*, a proeminência fértil do ventre feminino, simbolicamente cultuados em sociedades ancestrais, pela amorosidade à maternidade. O corpo não perfeito é resultado do descuido com a juventude, é evidência da demoníaca passagem do tempo, capaz de desestabilizar o hedonismo pós-moderno. A tudo podem as tecnologias e a ciência, em nome da eternização da juventude. O céu continua vazio *de Deus e de idéias* enquanto máquinas disparam fusos e misturam químicas para a reprodução sem amor. É preciso parecer, já que ter representa mais do que simplesmente ser.

A crítica aos processos sociais em andamento é tarefa difícil ao pesquisador, uma vez que a história escrita ao sabor dos acontecimentos vivos não elimina o acaso, em menor dimensão quando se investiga o passado. Analisar momentos históricos de crise, como especificados por Ferdinand Tönnies é ver criticamente o embate entre uma situação histórica de aparente permanência, identificada consigo mesma, e sua correspondente ruptura, vendo-se o homem em sua constante dialética de renovos. É a dinâmica sócio-cultural engendrando processos cognitivos como realidade livre, incondicionada. Sem conformidade pressuposta, a história é liberdade em constante descoberta. Essa é a razão pela qual escrevê-la ao ritmo dos acontecimentos é tarefa árdua ao historiador verdadeiramente analítico. Ao mero narrador de fatos cabe o recurso da cronologia na sucessão de eventos que, um dia sendo passado, receberão a chancela do pesquisador com os recursos formais da metodologia na decomposição de seus constituintes para, seletivamente, ser revistos, reordenados e atualizados segundo novas teorias ou hipóteses. Sem poder abarcar todos os fatos e feitos em andamento, o filósofo da história opera a razão especulativa a partir da observação seletiva de eventos, organiza-os e propõe a crítica como possibilidade de leitura. Não depende do fato recluso no passado para analisá-lo em total distanciamento do acaso, elemento dificultador das

certezas e gerador do que se pode dizer a crise constante da transitoriedade. A popularmente chamada Escola de Frankfurt (Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt am Main), escudada no pensamento marxista aprofundou-se analiticamente sobre a redução da vida às leis da economia e, especialmente, da mercadoria como fetiche sobre o sujeito. Na emergência histórica dos meios de comunicação de massa, produziram seus partícipes (Th. W. Adorno, H. Marcuse, E. Fromm, W. Benjamin) uma teoria crítica da sociedade, em diferentes visões, algumas com crença de que os meios de comunicação democratizariam o saber e outras não. Gyorgy Lukács em *História e Consciência de Classe*, de 1923, retoma o assunto para aprofundar o conceito de fetichismo da mercadoria. Essa obra funda o pensamento de outro crítico, o francês, Guy-Ernest Debord (1931/1978), cujos estudos assistemáticos, na forma da teoria crítica, foram organizados em 221 seções, na obra *A Sociedade do Espetáculo*. Crítico das transformações paradigmáticas de afecção imediata na constituição social do ser no Século XX, Debord sustenta que o sujeito instrumentalizou-se nas formas de acesso e reprodução do mundo. Que substituiu sua natureza humanista por formas mercantis de representação. Estas, determinando as ações relacionais do sujeito, exilam-no de sua condição pensamental e política, tornando-o sistema de repetição, consumo e reprodução da alienação. Pensando criticamente a amplitude, a inserção e o arbítrio dos meios de massa, analisa a sociedade pós-industrial, sua administração pela informação, e sua apropriação pela agenda mercantil de um sistema produtivo selvagem, no qual prepondera uma teleologia positivista. Repensar a relação dos meios de comunicação com a sociedade, sua ação educadora para valores éticos e sua função integralizadora no mundo globalizado é tarefa da pesquisa conseqüente. Para Marshall McLuhan, a emergência e ampliação dos meios de comunicação forneceriam hipóteses e indicariam ações para o pleno reconhecimento do bem, no progresso pela informação. Essa crença gerou certo positivismo crítico em meados do século passado com adesão de outras ciências que emprestaram seus métodos analíticos para que as comunicações se estruturassem enquanto conhecimento equalizador de diferenças de saber. A interface entre os meios de comunicação e os sistemas produtivos perverteu o sentido humanizador das mídias que se tornaram práxis tecnológica a serviço da ideologia produtiva e da mercadoria como fetiche. Se a comunicação é uma extensão do ser humano, então os meios possíveis de propagação do conhecimento deveriam ser uma extensão do pensamento e da cognição, sem eximir-lhes a função de lazer e informação. Mas o aspecto ideológico-mercantil da informação, quando usada como poder,

inviabiliza a sua ação transformadora do espírito pelos meios que a instrumentalizam como ideologia do *status quo* dominante. Quem tem a informação tem o poder e isso é verificável pelos sistemas constituídos como órgãos de inteligência em defesa ideológica do poder constituído democraticamente ou não. A KGB, a CIA e o antigo DIP brasileiro comprovam o valor da informação enquanto instrumento impalpável de poder. Teoriza Debord, o novo homem refém de sua realidade social fragmentada pelo espetáculo econômico e ideológico. Em sua investigação, a humanidade planetarizada é um correlato útil da ideologia produtivo/consumista e exacerbada, corroborada pela propaganda e pelas comunicações de massa. O esforço intelectual de Debord e sua predileção pela crítica da presentidade ocorreu a partir de teorias cristalizadas e da observação precisa de seu tempo, sobre o qual elaborou uma obra seminal para a compreensão da contemporaneidade. A *Sociedade do Espetáculo* demanda análises várias, uma vez que Debord não criou um sistema fechado de pensamento, como Kant, Hegel ou Spinoza, optando por apresentar sua crítica na forma versicular. Nelas apresenta a realidade pós-industrial como reguladora ética e estética, geradora de necessidades lúdicas, formadora de demandas periféricas a um humanismo esvaído, carente de propósitos de permanência. Intermediada pelo progresso da ciência, em especial das comunicações, a espécie deixou sua condição natural ao entregar-se ao universo pragmático dessas representações artificiais, imitando-as para a constituição de um *corpus* social acrítico e falsamente feliz. O que é produzido sob a forma de mercadoria é transformado em imagem espetacular e esta faz a mediação entre o sujeito e os meios produtivos, indicando a desrealização da vida, tornando as relações e a existência em mero paradigma de idealidade e representação. O fetiche das mercadorias sobrepasa o da equidade social na medida em que o acúmulo daquelas gera lucros que se transformam em novas formas de riqueza, enquanto a pauperização do mundo se amplia na medida em que a riqueza se torna abstrata pela ação do capital. A perspectiva crítica alemã anterior alarga-se com Debord, quando este analisa a reificação do desejo, a supressão da natureza primeira de todas as coisas em prol do artificialismo social, do conformismo atenuador das possibilidades sociais de transformação e do culto ao valor financeiro, tão caro, hoje, ao capitalismo neoliberal. Nessas ordenações deletérias à natureza, desestabilizam-se valores como que dissipando os guias históricos do homem pela via individual e coletiva, deixando-o refém da própria vontade constantemente insatisfeita. Debord critica o fetichismo alienante imposto pelo capital e referendado pelos meios de comunicação, em especial pela publicidade, pelos ícones espetaculares

da televisão e pela virtualidade mediadora e substituta da experiência direta. Fundada em artifícios de sedução textual e de imagem, a publicidade, arte do convencimento pela ação psicológica sobre o público com fins mercantis, torna o trabalho em abstração fracionada, sem identidade com o seu resultado concreto; a mercadoria. Atendendo às determinações dialéticas de quaisquer sistemas econômicos, em especial às do capitalismo que propugnam a relação produção/consumo como sustentáculo da dinâmica social, Debord vê criticamente e de forma contumaz a realidade contemporânea, na qual a sociedade é a forma mais desenvolvida de produção.

A análise do espetáculo em sua razão histórico-antropológica, leva a concluir que é da natureza humana a adoção sensível da espetacularidade, porquanto a mimese e a representação são formas de segunda natureza do homem. Mas se o espetáculo é um adendo da cultura do homem, ele é co-natural ao ser não sendo, em si, a razão motivo da alienação, mas sua força diretiva visando a fins. O que aliena, é a utilização do espetáculo pela sociedade industrial em sua fase de apogeu capitalista. Ao espetacularizar a vida em prol do negócio, os sistemas produtivos e políticos apropriam-se da linguagem como representação visando a finalidades. O grande espetáculo do mundo grego era a democracia, o discurso, a participação social coletiva, a decisão colegiada pelos cidadãos da *ágora*. O homem grego não era um ente à parte de sua realidade.

### O Espetáculo

A *Sociedade do Espetáculo* não é sinônimo da Sociedade Capitalista, uma vez que a espetacularização é fenômeno planetário maior que as ideologias sócio-econômicas. Funda-se no sistema de idéias da imagem, em seu caráter de fetiche incoercível, na alienação desejante e no ajuste cognitivo do sujeito, à eficácia do olhar. Entendê-la como exegese dos meios de comunicação somente, não faz sentido para Debord, para quem

*O funcionamento dos meios e comunicação de massa, ao contrário, expressa perfeitamente a estrutura de toda a sociedade de que fazem parte. A contemplação passiva de imagens, que ademais foram escolhidas por outros, substitui o vivido e a determinação dos acontecimentos pelo próprio indivíduo”. (Sde, § 24).*

A ação política que, com os Sofistas representou a reinvenção da realidade pela linguagem (*Eu não crio verdades, eu invento razões*), com o sentido do convencimento discursivo, torna-se, no mundo planetarizado, mitologia acrítica e transitória, de forte teor imagético. A imagem é o *intermezzo* que aproxima as relações sociais de produção e consumo, na dinâmica das trocas e nos componentes essenciais da realidade produtiva. O espetáculo é a síntese da alienação quando o sujeito já não busca o sentido humanitário de *ser* para engendrar subjetivamente a sua possibilidade de *parece ser*. Isso significa a assunção do sujeito abstrato em contraposição ao sujeito real. Anselm Jappe em sua obra histórico-analítica *Guy Debord*, argumenta que

*Tudo o que falta à vida se encontra nesse conjunto de representações independentes que é o espetáculo. Podem-se citar, como exemplo, as celebridades, atores ou políticos, que estão encarregados de representar esse conjunto de qualidades humanas e de alegria de viver que está ausente da vida efetiva de todos os outros indivíduos, aprisionados em papéis miseráveis (Sde, § 60-61). A separação é o alfa e o ômega do espetáculo (Sde, § 25). e, se estão separados uns dos outros, os indivíduos só encontram sua unidade no espetáculo, onde “as imagens que se afastaram de cada aspecto da vida fundem-se num curso comum (Sde, § 2).*

O espetáculo presentifica-se na economia, na indústria cultural, na desinformação como forma de controle, nas religiões eletrônicas, na política, no ensino, na mediação das relações por imagens idealizadas, em clara conjuração das mídias com as qualidades sensíveis da espetacularização. Seu fim, embora utópico, só se dará com o engajamento da consciência, com a exacerbação da Teoria Crítica e com a economia gerida socialmente.

O *leitmotif* intelectual de Debord é o desencanto que o levou ao suicídio em 1978 e lhe valeu repúdio, confirmado por fatos registrados na imprensa européia. Ainda assim, suas avaliações da contemporaneidade continuaram se firmando em vigor verificável na quantidade de estudos que tem gerado. A *Sociedade do Espetáculo* é parte de sua extensa obra que mais se popularizou criticamente e que foi utilizada de forma extensa, sem a citação do autor, tal o vigor e a evidência que seus escritos comprovaram como explicação e análise de fatos produtivos massificados no Século XX. A atualidade da

teoria do *espetáculo* é marcadamente cruel com as constatações da sociedade baseada na produção de mercadorias e no “fetichismo da mercadoria”, como entendido por minorias intelectuais marxistas. Sabedor de que a atividade mercantil humana contrapõe-se ao justo sentido de humanidade que, eticamente, caracteriza o sujeito, Debord não viu justeza para a espécie na acumulação desigual de riquezas que, em nenhuma instância eliminou a miserabilidade mundializada. Atestando que *A economia submeteu a vida humana a suas próprias leis*, Debord não propôs um recuo do progresso, já que não se apresenta como um crítico do progresso em si, como ocorreu com o pensador Jean-Jacques Rousseau no Século XVIII. Entendendo que o processo evolutivo da economia só deixará de ser danoso ao bem comum quando o controle dos processos produtivos for realizado pela sociedade democrática e com acesso total aos bens de consumo. Embora não acadêmico, a ação cognitiva de Debord resultou em copiosa obra escrita que a atualidade debate na tentativa de se auto entender, no momento em que a constatação analítica de outros pensadores de mesma envergadura denunciam, também, mudanças de paradigmas econômicos de afecção imediata ao sujeito. Enquanto Debord propugna a eliminação da mercadoria como sistema valorativo das trocas humanas, seu contemporâneo, o psicanalista francês Charles Melman teoriza o que entende como *nova economia psíquica*. Trata-se da promoção da neurose social pela *mudança de uma economia organizada pelo recalque a uma economia organizada pela exibição do gozo* (Melman; 16). Sem prescrições, com os indivíduos *tendo que se determinar por eles mesmos* (Melman: 16) seguem a autoridade das mídias que lhes legitimam. Analisando a subjetividade contemporânea como perversão resultante do progresso da individualidade em prol da exibição pública do gozo, Melman une sua voz psicanalítica àquela de modulação sócio-política de Debord no mesmo diapasão, ao entender o espetáculo como suporte psíquico para a estruturação social razoável do sujeito. A extensão do privado para o público dá-se na forma da glorificação do gozo como se o sexo se assemelhasse à fome e à sede.

No âmbito clássico grego, a representação está imbricada na prática da vida em uma sociedade democrática, de iguais, cujo *leitmotif* cognitivo são as qualidades da natureza. A *mimesis* é um estar no mundo em sintonia com o cosmos. O sujeito se aplica a conquistar a habilidade suprema em cada fazer cotidiano, tomando a natureza como paradigma de seus feitos. Sua representação é imitativa e não desconectada daquilo que é representado. Analisada verticalmente, a natureza constitui-se no cerne deste trabalho

que intenciona o exame dos meios de comunicação de massa, em especial a televisão, como instrumento de gestão da sociedade tendo-se como princípio de sustentação do *status quo* o fetiche da mercadoria. O espetáculo preconizado pelo pensador francês é a síntese da sociedade que opõe humanidade a atividade humana. A televisão é, dos meios de comunicação de massa, aquele de grande empatia coletiva, por congrega necessidade e satisfação. Confortavelmente e na particularidade dos espaços individuais ou coletivos, o sujeito satisfaz auto-necessidades de informação, professa sua fé e crença nos serviços em constante oferta de futuro e benesses. Diverte-se ao purificar-se catarticamente com o drama cotidiano das novelas, sente-se partícipe da esfera cultural ao formar um vocabulário de decodificação imediata pelo coletivo, com o qual se comunica em igualdade acrítica. Nisso está a economia submetendo a vida humana às suas leis internas sem a participação do sujeito, enquanto determinante de processos. Se há participação crítica do sujeito, ela ocorre como correção de desvios, como os Serviços de Atendimento ao Consumidor, os órgãos oficiais de proteção ao consumo, as Organizações Não-Governamentais, atuando como recondutores da cidadania. Debord não esteve alheio à relação intrínseca entre o trabalhador e o resultado de sua dinâmica sobre o mundo, fragmentada em sua unicidade produtiva. Os sistemas do espetáculo desrealizam a vida, tornando-a mera representação a ser imitada na forma do consumo, não mais da identidade através nos processos produtivos. Entra-se no âmbito das representações, como se fossem a própria realidade, ou natureza tornada linguagem. O trabalho não é mais um realizar-se no mundo, mas a ocupação de espaços pelo sujeito que se faz aproveitar no sistema produtivo hierarquizado adentrando brechas e sem co-naturalidade com o que faz. O *lumpen*, que a sociologia marxista define como uma camada social alheia à consciência política e sem participação nos processos produtivos; dedicando-se ao ganho da vida de forma alheia ao próprio sistema em que se encontra, torna-se de outra natureza. Se, antes, era fruto de um *apartheid* natural, através das comunicações torna-se partícipe de uma suposta democracia midiática. A garota de programa alheia a qualquer juízo educativo ético, se torna ícone em capas de revistas ao professar suas escolhas, também impressas em livros de boas tiragens, congrega milhares de internautas com as facilidades comunicantes da Internet, aquece debates superficiais em entrevistas televisivas e instaura-se como agente estimulante de seu próprio ato. O político corrupto e pernicioso para o erário público, condenado por leis federais por evasão de divisas, falsa ideologia, peculato e corrupção passiva, eleger-se com sugestivos números no sufrágio universal da democracia. O

homem apartou-se da natureza e se fez intermediar pelas representações porque a criação de aparências é própria do ser que se civiliza, quando. Como aduz o pensador alemão Friedrich von Schiller, *a realidade das coisas é obra das coisas; a aparência das coisas é obra do homem*. Trata-se, agora, de rever a ordem das representações, lapidares ao aprimoramento sensível do espírito. Tomadas como paradigma pelos meios de comunicação e utilizadas com objetivos pressupostos, deixam de ser qualidade aprimoradora para tornar-se arauto da alienação, do fetiche e do controle pela mercadoria.

## Referências Bibliográficas

**ARISTÓTELES**, *Poética*, Os Pensadores II, Abril Cultural, São Paulo, 1979

**BARTHES, R.**, *Mitologias*, São Paulo, Difel, 1982

**BOURSELLIER, C.** *Vie et Mort de Guy Debord (1931-1994)*  
Plon, Paris, 2001

**COHN, G.**, *Sociologia da Comunicação*, São Paulo, Pioneira, 1973

**DEBORD, G.** *Oeuvres*, Gallimard, Paris, 2006

\_\_\_\_\_ *Archives & Documents Situationnistes*, Denoël, Paris, 2005

\_\_\_\_\_ *La Planète Malade*, Paris, Gallimard, 2004

\_\_\_\_\_ *Panegírico*, Conrad Livros, São Paulo, 1993

\_\_\_\_\_ *A Sociedade do Espetáculo*, Rio de Janeiro, Contraponto, 2005

**FERRY, Luc**, *L'Homme-Dieu ou Le Sens de la Vie*, Bernard Grasset, Paris, 1968

**GADAMER, H-G.**, *La Actualidad de lo Bello*, Paidós, Barcelona, 1999

**HARRINGTON, M.**, *O Crepúsculo do Capitalismo*, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1977

**HOBSBAWM, E.**, *Era dos Extremos*, São Paulo, Cia. Das Letras, 2004

**JAUSS, H. R.**, *Las Transformaciones de lo Moderno*, Visor, Barcelona, 1995

**KRIEGHBAUM, H.**, *A Ciência e os Meios de Comunicação de Massa*, Rio de Janeiro, Correio da Manhã, 1970

**MARX, K.**, *Capital*, Abril, 1962

**MCLUHAN, M .**, *A Galáxia de Gutemberg*, São Paulo, Cia. Editora Nacional, 1977

**MANGUEL, A.**, *Lendo Imagens*, São Paulo, Companhia das Letras, 2001

**MARCUSE, H.**, *Eros e Civilização*, Rio de Janeiro, Zahar, 1978

\_\_\_\_\_ *A Ideologia da Sociedade Industrial*, Rio de Janeiro. Zahar, 1967

**MATOS, O. F.**

**MELMAN, C.**, *O Homem sem Gravidade*, Rio de Janeiro, cia. De Freud, 2003

**NOVAES, A.**, *A Descoberta do Homem e do Mundo*, São Paulo, Companhia das Letras, 1998

**ORTEGA Y GASSET, J.**, *A Desumanização da Arte*, São Paulo, Cortez, 1991

**PAPPENHEIM, F.**, *A Alienação do Homem Moderno*, São Paulo, Brasiliense, 1967

**PEIRCE, C. S.** *Semiótica*, São Paulo, Perspectiva, 2000

**PRAZ, M.**, *Literatura e Artes Visuais*, São Paulo, Cultrix, 1972

**REALE, G. & ANTISERI, D.**, **Historia** del Pensamiento Filosófico y Científico, Herder, Barcelona, 1995

**SCHWEITZER, A.**, *Cultura e Ética*, São Paulo, Melhoramentos, 1953

**SPALDING, T. O.** *Dicionário de Mitologia Greco-Latina*, Editora Itatiaia, Belo Horizonte, 1965

**SILVA, J. A.** *Arthur Bispo do Rosário, Arte e Loucura*, São Paulo, EDUC/FAPESP, 1997

**SPIRKIN, A.**, *El Origen de la Conciencia Humana*, Buenos Aires, Libro de Edición, 1965

**STANGOS, N.** *Conceitos da Arte Moderna*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1994

**VOLPE, G. DELLA,** *História del Gusto*, La Balsa de La Medusa, Madri, Espanha, 1987

**WALLERSTEIN, I,** *Capitalismo Histórico*, Rio de Janeiro, Contraponto, 1995

**YANNARAS, C.,** *Philosophie sans Rupture*, Atenas, Labor et Fides, 1981