

Mídia e poder na SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Os meios de comunicação não possuem o mesmo tipo de poder. No Brasil, a eleição de Dilma Rousseff significou a retomada do debate sobre um declínio da capacidade de os grandes conglomerados influenciarem a opinião pública

CLÁUDIO NOVAES PINTO COELHO

Um dos principais equívocos sobre a sociedade contemporânea é o argumento de que o conjunto dos meios de comunicação, a mídia, é a instituição social mais poderosa. Fazem parte desse argumento expressões problemáticas como "sociedade midiaticizada", "cultura da mídia" etc.

Antes de mais nada, é preciso distinguir quais meios de comunicação possuem poder e que tipo de poder exercem. Não há dúvida de que conglomerados empresariais como as Organizações Globo, no contexto brasileiro, e a News Corporation, de Rudolph Murdoch, no contexto mundial, são exemplos de instituições poderosas, que movimentam enorme quantidade de capital, influenciam comportamentos individuais e coletivos e agem politicamente, defendendo seus próprios interesses e os interesses da sociedade capitalista de modo geral. De forma alguma essas empresas podem ser consideradas como fazendo parte de uma mesma instituição social, com todos aqueles que são produtores de mensagens e utilizam algum tipo de recurso tecnológico.

O conceito de "indústria cultural" ainda que tenha sido criado por Adorno e Horkheimer na primeira metade do século passado, explica muito melhor a atuação

dos meios de comunicação do que o termo "mídia", pois destaca a dimensão econômica da comunicação. Adorno e Horkheimer, no livro *Dialética do Esclarecimento*, publicado em 1947, já indicavam que os conglomerados empresariais que atuam na comunicação são fundamentais para a existência da sociedade capitalista, mas que seu poder depende do poder dos conglomerados empresariais de modo geral.

Sociedade do espetáculo e capitalismo

A própria expressão "sociedade do espetáculo" pode dar margem a interpretações equivocadas, se for entendida como o

poder que as imagens exercem na sociedade contemporânea. É certo que Guy Debord, o criador do conceito de "sociedade do espetáculo", definiu o espetáculo como o conjunto das relações sociais mediadas pelas imagens. Mas ele também deixou claro que é impossível a separação entre essas relações sociais e as relações de produção e consumo de mercadorias. A sociedade do espetáculo corresponde a uma fase específica da sociedade capitalista, quando há uma interdependência entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de imagens. O papel desempenhado pelo marketing, sua onipresença, ilustra perfeitamente bem o que Debord quis dizer: das relações interpessoais à política, passando pelas manifestações religiosas, tudo está mercantilizado e envolvido por imagens.

Mas, se a sociedade do espetáculo só pode ser compreendida dentro do contexto da sociedade capitalista, isso não quer dizer que só nessa forma de vida social ocorre a produção de espetáculos. A produção de imagens, a valorização da dimensão visual da comunicação, como instrumento de exercício do poder, de dominação social, existe, conforme argumenta Debord no livro *Sociedade do Espetáculo*, publicado em 1967, em todas as sociedades onde há classes sociais, isto é, onde a desigualdade social está presente graças à divisão social do trabalho, principalmente a divisão entre trabalho manual e trabalho intelectual.

Na sociedade feudal, por exemplo, o poder da nobreza sobre os servos estava vinculado à aparência de superioridade construída pelos nobres, mediante o uso de peças sofisticadas de vestuário, a construção de moradias com estilos arquitetônicos imponentes, a organização de festas suntuosas etc.

O que permite a caracterização do capitalismo como a sociedade do espetáculo é o caráter cotidiano da produção de espetáculos, a quantidade incalculável de espetáculos produzidos e seu vínculo com a produção e o consumo de mercadorias feitas em larga escala.

O poder espetacular

Na sociedade capitalista, o poder espetacular está disseminado por toda a vida social, na qual há simultaneamente produção e consumo de mercadorias e de imagens, constituindo-se na forma difusa desse poder, conforme definição dada por Debord em 1967, ou ocorre vinculado à ação do Estado, de forma concentrada,

**Das relações
interpessoais
à política,
tudo está
mercantilizado
e envolvido
por imagens**

com a produção de imagens para justificar o poder exercido por seus dirigentes.

Assim como o conceito de "indústria cultural", o conceito de "sociedade do espetáculo" faz parte de uma postura crítica com relação à sociedade capitalista. Não são conceitos pensados de maneira puramente acadêmica, como capazes apenas de descrever as características sociais, mas fazem parte de uma construção teórica que procura apontar aquilo que se constitui em entaves para a emancipação humana.

Na década de 1960, Guy Debord e os demais militantes políticos e culturais aglutinados em torno da Internacional Situacionista destacaram-se pela capacidade de influenciar um dos mais importantes movimentos sociais do século 20, que contou

com a participação de milhões de estudantes e operários e entrou para a história como o movimento de maio de 1968. Os situacionistas defendiam uma ação contra a alienação presente na vida cotidiana, postulando que os estudantes e os trabalhadores deveriam retomar o controle sobre suas próprias vidas, ocupando as escolas e fábricas e passando a exercer, com base em decisões tomadas coletivamente em assembleias, o poder nessas instituições. As ocupações aconteceram, mas fracassaram como estratégia para revolucionar a sociedade capitalista.

Em 1988, Debord publica os *Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo*, reconhecendo que, em vez de a sociedade do espetáculo ser destruída, ela se fortaleceu no período histórico posterior às lutas sociais de 1968. Nesse texto, ele afirma que a produção de espetáculos tomou conta de toda a vida social; o poder espetacular manifesta-se agora de forma integrada, já que desapareceram os movimentos sociais de oposição, que se assimilaram à sociedade capitalista e não defendem mais sua superação.

A análise feita por Debord em 1988 a respeito do poder espetacular corresponde ao momento do triunfo do neoliberalismo em escala mundial. O neoliberalismo, com a defesa da liberdade de atuação para os grandes conglomerados empresariais, significou um retrocesso nas conquistas sociais dos trabalhadores, causando o avanço do desemprego, da precarização das condições de trabalho, e o enfraquecimento dos sindicatos, movimentos sociais e partidos de esquerda.

Com o neoliberalismo, o poder dos conglomerados comunicacionais fortalece-se e a indústria cultural, articulada mundialmente, transforma-se no

porta-voz ideológico do capitalismo, desqualificando qualquer visão contrária a ele como ultrapassada, promovendo assim o pensamento único, em relação ao qual não há alternativa.

O contexto contemporâneo

A atual crise econômica, que se manifesta intensamente nos Estados Unidos e na Europa e faz com que somas gigantescas, na casa dos trilhões de dólares, sejam direcionadas pelos governos para "salvar" instituições financeiras envolvidas numa verdadeira orgia especulativa, está provocando um abalo significativo no neoliberalismo e no pensamento único.

Na América Latina, esse abalo teria começado antes, com a ascensão ao poder de líderes políticos considerados de esquerda. No entanto, não é muito fácil avaliar se essa ascensão significou efetivamente um abalo no neoliberalismo, já que, na prática, são governos com atitudes bastante distintas. No Brasil, por exemplo, em que pese a melhoria das condições de vida da maioria da população com a diminuição das desigualdades sociais, houve, em linhas gerais, uma manutenção da política econômica neoliberal. Além disso, nas campanhas eleitorais e durante os mandatos presidenciais de Lula ocorreu uma farta utilização das técnicas de marketing para a produção de imagens espetaculares capazes de garantir sua eleição, reeleição e altíssimos índices de popularidade.

Mas, de qualquer maneira, a realidade contemporânea possui elementos suficientes para que uma reflexão sobre a possibilidade de um retorno da crítica teórica e prática da sociedade capitalista do espetáculo se torne indispensável. No contexto brasileiro, a vitória da candidata Dilma Rousseff significou a retomada

do debate sobre um eventual declínio da capacidade de os grandes conglomerados comunicacionais influenciarem a opinião pública.

Esse debate já havia acontecido à época da reeleição de Lula, quando a atuação desses conglomerados, com a divulgação intensa de "escândalos" envolvendo figuras importantes do PT, contribuiu de forma decisiva para a existência do segundo turno eleitoral, que, no entanto, foi vencido por Lula. Na campanha de 2010, a atuação dos grandes grupos comunicacionais, em especial a mídia impressa, foi ainda mais forte contra a candidata do PT, mas o resultado fi-

Durante os mandatos de Lula ocorreu uma farta utilização das técnicas de marketing

nal foi o mesmo: houve um segundo turno vencido por Dilma Rousseff.

Um aspecto importante, que precisa ser levado em consideração, é que é a mídia eletrônica, em especial a Rede Globo de Televisão, a principal mídia capaz de influenciar a opinião pública em escala nacional, atingindo todas as classes sociais. Ainda que a cobertura eleitoral feita pela Globo possa ser considerada favorável à candidatura Serra, basta lembrar o destaque dado à "agressão" sofrida por Serra no Rio de Janeiro: em nenhum momento ela atingiu o caráter de uma ação sistemática de desqualificação da candidatura Dilma, como a cobertura feita pela *Veja*.

Também precisa ser levado em consideração que, em São Paulo, o PSDB governa o estado há mais de

uma década, com total apoio da chamada grande mídia. Além disso, José Serra foi o candidato à Presidência mais votado no estado, evidenciando o peso das posturas políticas mais conservadoras, amplamente hegemônicas no jornalismo dos grandes conglomerados comunicacionais.

Embora o governo Lula não possa ser considerado um governo que rompeu com o neoliberalismo, só o fato de ele ter sido um líder operário eleito pelo partido que se afirma como defensor dos trabalhadores e com um passado político vinculado à defesa de posições de esquerda já foi suficiente para gerar uma forte onda conservadora na grande mídia, especialmente na mídia impressa. Se essa onda conservadora não foi capaz de superar a imagem positiva de Lula trazida principalmente pela retomada do crescimento econômico acontecida em seu governo, ela não pode ser deixada de lado e se fez presente com força na campanha eleitoral de 2010, principalmente em torno da questão do aborto.

Como o passado político de Dilma Rousseff é ainda mais problemático do ponto de vista do conservadorismo político, visto que ela se envolveu na luta armada contra a ditadura militar, é provável que a reação conservadora seja ainda mais forte do que foi contra o governo Lula. Caso isso aconteça, é possível que o governo Dilma avance no sentido de uma ruptura com o neoliberalismo, ou pelo menos na direção de uma postura ideológica de esquerda mais definida, diminuindo o uso do marketing político e da produção de espetáculos políticos, inclusive porque, se Lula dificilmente sairá do cenário político, ele não estará mais ocupando a posição central.

Cláudio Novaes Pinto Coelho
é professor da Faculdade Cásper Líbero