

A retomada de “a sociedade do espetáculo”, de Debord. Comentando um erro de Gilles Lipovetsky

Paulo Ghiraldelli Jr.

A expressão “sociedade do espetáculo” de Guy Debord não diz respeito diretamente à mídia e ao modo de vida, tipicamente americano, que inaugurou o “show time”. O espetáculo a que Debord se refere é o espetáculo da mercadoria. Ele constroi sua expressão na base de uma visão marxista da noção de mercadoria. O fenômenos midiáticos que povoam nossa vida contemporânea são apenas adendos do trabalho da principal atriz, aquela mesa dançante a que aludiu Marx na parte do “fetiche da mercadoria”, em *O capital*.

Quando deixamos essa simples constatação de lado, e tomamos a expressão “sociedade do espetáculo”, e ainda continuamos a nos referir a Debord, atraímos o erro. Já vi muitos cometerem esse erro que, de certo modo, é crasso. Infelizmente um tal deslize, em si imperdoável, aparece no livro sobre o “capitalismo artista”, de Gilles Lipovetsky em parceria com Jean Serroy.

As descrições de nossa época, levadas a cabo por Lipovetsky, são extremamente instrutivas. Mas, quando ele envereda por comentar a “sociedade do espetáculo” de Debord, sua falta de atenção ao marxismo o faz tropeçar. Seu objetivo é contestar a tese dos “situacionistas”, a turma de Debord, sobre a passividade em torno da condição de espectador, que teria se generalizado na contemporaneidade. Sendo assim, ele diz que a análise feita por Debord, típica dos anos setenta, centra sua atenção na TV, e não apreende a mídia interativa de nossos dias, em especial a Internet.

“Falou-se muito que a ‘sociedade do espetáculo’ havia sido superada num mund dominado pelas redes interativas e pelo virtual, pelos referenciais da autenticidade e da transparência. Esse diagnóstico é manifestamente inexato. De fato, nunca a dimensão espetacular teve tanto relevo em tantos domínios da oferta mercantil, cultural e estética. Há de se convir: a lógica espetacular continua governando

todo um conjunto de produções mercantis. Com a diferença de que as palavras que fornecem a sua chave não são mais as que Debord apreciava — alienação, passividade, separação, falsificação, empobrecimento, despojamento —, mas excesso, hipérbole, criatividade, diversidade, mistura de gêneros, segundo grau, reflexividade. O capitalismo criativo transestético fez nascer a sociedade do hiperespetáculo, que é ao mesmo tempo a do entertainment sem fronteiras.” (A estetização do mundo. São Paulo: Cia das Letras, 2015).

O trecho é capcioso. Lipovetsky diz que a “sociedade do espetáculo” não morreu, mas cria novo nome para ela, a sociedade do hiperespetáculo, para captar a situação de dinamismo, integração e reflexão que caracterizariam nossa contemporaneidade, na nossa relação atual com as novas mídias. O que ele descreve está correto, no meu ponto de vista. Mas o que ele comenta sobre Debord, está errado.

É possível ver as atribuições e atividades do hiperespetáculo como pseudo-atividade. Muita velocidade e dinamismo, se presos ao mesmo círculo, não denotam a base de fundo que ainda pode ser a passividade. E isso porque Debord não fez da sua conversação sobre a mídia alguma coisa sobre a mídia, mas sobre o resultado da mercadoria ter criado o espetáculo e gerado também os homens que se adaptaram ao mundo do espetáculo. Se há o entretenimento sem fronteiras, como de fato há, isso se deve ao fato, em Debord, da mercadoria ter quebrado fronteiras, e ter feito todos, até antes da TV, a serem expectadores.

Não se pode entender a formulação de Debord, em especial sua tese sobre a “separação” que rege o nosso mundo, se não entendermos como ele vê a mercadoria, e como que ele fez da análise de Marx a ponte para o entendimento de uma sociedade de cultivo da profissão das mesas dançantes.

Nos escritos de Debord há uma constatação difícil de rejeitar: a questão moderna não é a da disputa entre *ser* e *ter*, mas a de notar que nossa época exige o *aparecer*. Heidegger fez a defesa da modernidade como a “época das imagens de mundo”, a modernidade como o tempo da “representação”. Ele assim fez levando em conta que o Humanismo trouxe tudo o que é o mundo para o campo do homem e, portanto, subjetivou em um sentido especial todas as coisas e relações. Desse modo, fez do

mundo um palco, aquele que serve ao espectador privilegiado, e que é o próprio espectador, ou seja, nós mesmos. Essa conclusão heideggeriana não se põe no sentido contrário da tese de Debord, mas a análise deste é antes de tudo atinente não ao fenômeno do ideário do Humanismo e, sim, a um outro elemento central da modernidade: o advento da sociedade de mercado.

O que Debord diz é que a sociedade de mercado espalhou seu espírito de modo que a mercadorização de todas as relações é a nossa realidade atual. Isso não é outra coisa senão a situação na qual nos tornamos espectadores do mundo e que, por isso mesmo, é um espetáculo. Esse espetáculo não é o de um show ou de conjuntos de shows postos pelos meios de comunicação, embora isso tenha a ver. O espetáculo é o mundo que só é mundo por ser feito como o que não apresenta a *utilidade* como essencial, mas sim o que se presta a nos tornar os passivos espectadores. A “sociedade do espetáculo” é antes de tudo uma sociedade que é assim chamada por conta de nela todos sermos espectadores, os que vivem envoltos da imagem, na imagem e pela imagem. Somos os que estão separados da vida utilitária, ainda que possamos estar nela, mas fundamentalmente porque temos a vida contemplativa – em um sentido completamente da contemplatividade antiga. Contemplamos o que? A mercadoria ou seu show especial. Como? Aqui, precisamos recorrer a Marx.

Marx trouxe para a cena da filosofia um dado extremamente simples, corriqueiro, banal mesmo, e fez dele um fato central da modernidade, a saber: 20 braças de linho *valem* 2 casacos. Ou seja, Marx pôs para os nossos olhos um dos segredos de Polichinelo do capitalismo, o fato de que o mercado é um lugar de mercadorias, ou seja, de coisas que se trocam e que, para tal, precisam de um elemento que diga como se faz a equivalência dos diferentes. Marx falou do valor de uso transformando-se no valor de troca, do trabalho concreto se transformando no trabalho humano abstrato e, enfim, do trabalho privado se transformando no trabalho social. No mercado as mercadorias não valem pela utilidade delas enquanto produtos ou serviços, mas pela troca, e o modo pelo qual as coisas diferentes se equivalem é que o trocado é a quantia igual de trabalho humano abstrato embutido nas mercadorias. Ora, em uma situação em que tudo é mercadorizável, tudo recebe valor como valor de troca, não

como o que é útil, e passa então, uma vez separando de nós que produzimos tudo, a funcionar como o que se apresenta para nós sem ser o que tem valor subjetivo, para nós. Aliás, Marx chegou mesmo a falar do valor de troca como um “sujeito automático”. O valor de troca adquire o comando das ações. As mercadorias todas ganham assim um caráter de imagens como são as imagens de um museu, de uma galeria de arte ou de uma exposição, ou seja, aquilo que vemos sem ser o útil, o que vemos por ver, ou o que se impõe à vista. Elas não demoram, então, para adquirirem animação.

Essa animação ou seu “fetiche” é o que está na observação célebre, a que já aludi aqui, sobre a mesa dançante de Marx, em *O capital*.

Não à toa Marx escreveu essa sua teoria na época do início das chamadas grandes exposições. A primeira foi a do Palácio de Cristal, em 1851 em Londres. A segunda logo depois, em 1855, em Paris. Elas trouxeram para o interior de um lugar previamente aclimatado a produção de todo o mundo, principalmente o produzido nas colônias inglesas. Essa produção mundial foi apresentada para as pessoas que se dirigiram ao local não para a compra ou venda (ainda que isso também ocorresse, inclusive em termos de encomenda), mas para terem algum entretenimento com esses novos artistas e celebridades desse novo mundo circense, mais tarde televisivo (e agora na articulação entre TV e Internet), o mundo do show das mercadorias. O show humano. O show dos produtos humanos que se descolam dos humanos, ou seja, se alienam deles e reaparecendo como deuses, ou como celebridades, o que é a mesma coisa.

O mercado passou a ser o grande palco, mas o palco no qual todos nós estamos, e no qual nos transformamos em quem assiste ao show e em quem o produz ao mesmo tempo. Todavia, toda nossa atividade, por mais frenética que pareça no mundo do comércio e indústria das grandes cidades, nada é senão o que ocorre no nosso local como espectadores e, depois, telespectadores do que é feito somente e exclusivamente, na relação com cada um de nós, para ser visto. Tudo é então imagem para ser vista, para o novo deleite, o novo entretenimento. O capitalismo não faz do homem um ser utilitário – este é seu paradoxo. A “sociedade do espetáculo” depende

então dessa inutilidade como elemento central, sendo que é isso que faz das mercadorias as atrizes sensacionais que de fato são, e que moldam assim todo o resto. A mercadoria ganha vida. Trata-se da fetichização da mercadoria. Ela é o fetiche. Ela é o vivo enquanto nós, os humanos que as produzimos, somos os mortos. Mas podemos ganhar vida se agirmos como as mercadorias. Para tal temos de ser, também, em determinados momentos, os que fazem o show junto com elas. O mercado mundial é a sociedade do espetáculo e a sociedade do espetáculo é o mercado mundial, ampliado pelos meios de comunicação, ou seja, pela TV e, agora, pela Internet. Cresce aí a passividade geral de um mundo que é um mundo de espetáculo e espectadores. Se apertamos botões no celular isso não quer dizer que ficamos ativos. Ficamos interativos, mas uma interação pode ainda conservar a passividade inerente ao fato de que cadáveres também trocam seus vermes.

Olhando esse fenômeno, Debord conclui então, como já disse acima, que não vivemos a disputa entre ter e ser, mas a questão toda é a do aparecer. Somos vivos, novamente, se aparecemos. Revivamo-nos se aparecemos. Se imitamos a mercadoria, o morto que se torna vivo, nos reavivamos.

É fácil notar, portanto, que a Internet, mesmo promovendo a interação, uma aparente não passividade, apenas faz do show algo ainda mais ampliado. Não tenho mais que só assistir ao mercado, mas entro nele de qualquer lugar onde estou para me transformar em mercadoria ou parte do que é visto no show, numa sociedade em que o valor é o valor do visto, do que é imagem. A imagem é o que vale, uma vez que o que vale é o valor que não é o valor de uso. Se participo da criação, produção, reprodução e redirecionamento das imagens, como é o todo da Internet, mais ainda estou no interior da sociedade do espetáculo, nos moldes de Debord. Todo meu ativismo para mudar o mundo ou para conservá-lo é para ser visto e, então, segue a lógica do valor como valor de troca, o que é aquilo que é por conta de estar no campo do show, do mostrável, do que é objetivo.

Nenhum valor de uso tem valor se o mundo da mercadoria se impõe, tudo é uma espécie de obra de arte que vale pelo contemplar ou, então, pela arte que é o tipo da arte atual, a da performance. Faço teatro de rua, faço intervenção, e também me

empenho em petições pela Internet. Isso muda ou não muda o mundo? Pouco importa. Em um sentido, participo do mundo como ele é e continua sendo: o mundo da imperante sociedade do espetáculo ou, para melhor dizer e tornar claro, o mundo dos espectadores. Não termino com o espetáculo por ter me tornado um ator de performance que faz intervenções, que não é passivo, apenas amplio a exuberância do espetáculo.

Uma sociedade assim, do espetáculo, não iria para diante se as pessoas não pudessem ter tempo, mimo, luxo, lugares e condições tecnológicas para viver esse espetáculo. O espetáculo pode ser o mundo pobre, mas ele se amplia se o mundo do mimo – a *invernada* (Sloterdijk) – lhe dá condições de se sofisticar. Desse modo, a diminuição do tempo de trabalho para todos, a libertação da mulher, a consideração pela infância e a crescente juvenilização das pessoas, o âmbito do espraiamento dos seguros e da paz, além dos dispositivos de individualização fortalecidos, inclusive a proliferação de apartamentos *single*, revelam uma doutrina liberal modificada: sou indivíduo isolado e ao mesmo tempo sou massa, mas não tenho mais a impressão de ser isolado e massa. Afinal, agora, com tudo isso, podemos aproveitar mais do espetáculo.

Com a Internet estamos o tempo todo no espetáculo, mesmo se aparentemente isolados. A impressão terrível de que sou o indivíduo solitário e sou “massa” desaparece, pois o espetáculo em que vivo me faz agora pertencer a inúmeras comunidades virtuais e inúmeros grupos de gosto, militância, ativismo, idiossincrasias. Tudo é *para ver*, para ser espectador, e ao mesmo tempo, agora, não temos mais que, porventura, nos punir por sermos espectadores passivos. Pois ninguém é mais ativo do que somos agora, como ativistas via Internet – ativistas de tudo! E isso não quer dizer falso ativista! O espetáculo não nos dá mais o homem triste ou melancólico de quem assiste, mas o homem histérico da hiperatividade – e aqui já falo no sentido de Sloterdijk, sem precisar negar completamente Debord.

Assim, se no início do século XX toda a educação pedia para que deixássemos Herbart e aderíssemos a Dewey e outros líderes da filosofia da educação ativa, hoje contabilizamos a hiperatividade como patologia que é abrandada, tornada quase normal, e criamos todo um aparato para o problema doentio do “déficit de atenção”

que causa a má aprendizagem. O que é o hiperativo? Não é mais quem tem uma lesão cerebral, como no início do século XX, mas, agora, quem tem uma voracidade inteligente por coisas novas, e que aprende melhor por imagens. Médicos logo se adiantam em mostrar John Lennon e o nadador Michael Phelps como hiperativos e, no entanto, nada fracassados na vida. É uma forma de dizer aos pais: seus filhos, como todos nós na sociedade da crescente morbidade (curtir o mórbido), são doentes, mas isso não quer dizer que eles serão doentes fracassados. O hiperativo é o doente normal. Ou o normal em tempos de histeria.

Dizendo isso, integrei a análise de Marx-Debord com a análise de Sloterdijk, e sem macular a “virada para o indivíduo”, notada por Lipovetsky. Mas creio que corriji o problema de Lipovetsky quanto ao seu não entendimento de Debord.

Condomínio Jaguaré, 24/06/2018