

A atualidade do espetáculo: A contemporaneidade de Debord e McLuhan

The actuality of the spectacle: Debord and McLuhan's contemporaneity

Gustavo Luiz Pozza

Professor da Universidade de Caxias do Sul e doutorando do PPG Filosofia Unisinos (UCS)

glpozza@gmail.com

<http://lattes.cnpq.br/4568521706425340>

Resumo

Duas obras publicadas em 1967, *Sociedade do Espetáculo*, de Debord, e *O meio é a Mensagem*, de McLuhan, são polos opostos na análise e previsão dos efeitos do desenvolvimento acelerado das então chamadas mídias de massa sobre a sociedade. Desde então, os efeitos da espetacularização das relações e da comunicação como uma tecnologia em constante evolução fizeram dessas obras elemento recorrente nos debates sobre a comunicação. Passados mais de 40 anos, a revisão e atualização da aplicação desses conceitos se faz necessária para que se possa compreender as formas de apresentação e os desafios da comunicação como poder social na contemporaneidade. A adaptação e revisão dos conceitos frente a realidade atual demonstrou que os autores, ainda relevantes e de máxima importância para o entendimento das relações sociais, anteviram aspectos iniciais das consequências da espetacularização da vida, mas a midiaticização da realidade tomou proporções muito maiores do que as esperadas pelos autores.

Palavras-chave: Sociedade. Comunicação. Tecnologia. Debord. McLuhan.

Abstract

Two works published in 1967, Debord's *Society of the spectacle* and McLuhan's *The Medium is the Message*, are opposite poles in analyzing and predicting the effects of the accelerated development of the so-called mass media on society. Since then, the effects of the spectacularization of relations and communication as a constantly evolving technology have



made these works a recurring element in the debates about communication. After more than 40 years, the revision and updating of the application of these concepts is necessary to understand the forms of presentation and the challenges of communication as a social power in contemporary times. The adaptation and revision of the concepts in face of the current reality showed that the authors, still relevant and of the utmost importance for the understanding of social relations, foresaw initial aspects of the consequences of the spectacularization of life, but the mediatization of reality took much larger proportions than the ones expected by the authors.

Keywords: Society. Communication. Technology. Debord. McLuhan.

1. Introdução

O ano de 1967 vê surgir nos estudos sobre comunicação duas obras diametralmente opostas com relação à modernização das relações de poder disponibilizadas pela sociedade da comunicação de massa. De um lado, Guy Debord apresenta em *Sociedade do espetáculo*, sua obra que identifica os elementos constitutivos de uma realidade cada vez mais ilusória e ordenada pelas aparências, uma espetacularização das relações sociais – fruto de uma sociedade cada vez mais ligada à mercantilização da informação – e que dava o tom para a percepção de uma realidade que se transformava rapidamente. No outro extremo está Marshall McLuhan, com *O meio é a mensagem*¹, obra muito mais otimista que a de Debord, na qual reuniu suas teorias anteriormente publicadas em uma proposta de exemplificação – o livro segue um padrão visual muito diferente para a época, pela colaboração com o designer gráfico Quentin Fiore – das mudanças causadas na percepção e no entendimento do espectador pelas mudanças tecnológicas oriundas da evolução dos meios de comunicação.

A diferença de posições quanto aos efeitos dessa sociedade massificada pelos meios de comunicação se faz perceber nas afirmações iniciais de cada autor. Enquanto McLuhan afirma que a “tecnologia elétrica fomenta e estimula a unificação e o envolvimento” (2006, p. 8), Debord critica o espetáculo como um “complemento do mundo real, um adereço decorativo” (2000, §6). Esse conflito de posições pode ser usado como exemplo para a definição de uma

¹ De acordo com Eric McLuhan (2018), filho do autor e mantenedor do site sobre sua carreira, o título consiste em um erro tipográfico na primeira versão do livro, mantido pelo autor pelas suas possibilidades de leitura como mass age, message e mess age.



divisão social entre apocalípticos e integrados, proposta por Umberto Eco alguns anos antes. Para Eco, crítico tanto da ideia de uma cultura de massa, quanto do uso dos conceitos-fetichismo que provém dos debates, a visão integrada, otimista por natureza, venera a tecnologia da comunicação pela facilidade de recepção das informações e pelo surgimento de uma cultura propriamente popular na sua concepção. O apocalíptico, em uma visão mais lúgubre dos efeitos dessa relação de comunicação social, se percebe como parte de um grupo cultural aristocrático, um super-homem que se diferencia da massa por sua capacidade sui generis de interpretação da realidade. (ECO, 2006, p.9)

Embora Eco apresente esses conceitos de forma declaradamente maliciosa, o tempo transcorrido entre a publicação dessas obras e a contemporaneidade propicia uma visão objetiva sobre as previsões apresentadas. Se Debord demonstrava as implicações nocivas do espetáculo e McLuhan as tinha como uma evolução da sociedade, a época atual tende a justificar os receios do primeiro e ver uma certa ingenuidade do segundo. Mesmo os autores não tendo como objetivo a profetização de uma sociedade soterrada pela informação, é inevitável que suas ideias de identificação dessa sociedade que se deparava com os efeitos iniciais das transformações midiáticas sejam hoje lidas como uma arqueologia do espetáculo midiático, fazendo com que uma leitura dessas posições iniciais seja vista como a fundamentação das evoluções subsequentes e, por isso, presentes no âmago das estruturas sociais contemporâneas. Para tanto, o que se pretende é uma leitura atualizada e uma exemplificação contemporânea dos elementos iniciais apontados pelos autores. Embora outros autores tenham dissertado sobre a sociedade midiática, sobre suas modernidades e simulações, a proposta de desenvolvimento aqui é de concentração nessas obras, visto sua reconhecida importância como ferramenta de compreensão das estruturas espetaculares da atualidade.

2. A sociedade espetacular

Debord inicia sua argumentação sobre a identificação e os efeitos do espetáculo na sociedade do período pela associação com as ideias marxistas de produção e fetichismo da mercadoria. A ideia de que um espetáculo seja a forma vigente de controle e subjeção do



trabalhador da sociedade no período em que o autor se insere encontra paralelo na contemporaneidade pela compreensão de um espetáculo agora mais consistente e enraizado na percepção do fazer da sociedade atual.

A atualidade dos escritos de Debord pode ser percebida pelo entendimento do espetáculo como um modelo cada vez mais presente de realidade. Se, durante o período a que o autor se refere, a realidade da produção dá lugar cada vez mais a um mundo publicitário de desejo de consumo, a sociedade atual se apresenta de tal forma inserida nessa realidade espetacular que a leitura de sua obra sobre a sociedade do espetáculo parece ser uma previsão abertamente inocente em alguns pontos, dada a grandiosidade da presença que o espetáculo passa a ter no cotidiano. Enquanto Debord considerava que o espetáculo era o modelo de vida dominante, a realidade presente apresenta um espetáculo que, para além de um conceito de modelo, figura como a única realidade possível.

O modelo proposto pela publicidade do século passado se valia de ferramentas como a construção de situações-modelo, exemplos de realidade como vivida pelos personagens de suas campanhas, mas que pouco tinham da realidade do espectador que os observava. Eco (2006, p. 25) já apresentava a disparidade de se apresentar como desejo de consumo um eletrodoméstico, exibido nas mãos delicadas de uma dona de casa elegante a uma população para a qual ter uma casa onde utilizá-lo é uma aspiração distante. McLuhan (2006, p. 72) confere à mensagem provinda da estrada de ferro o surgimento do desejo pelo afastamento da cidade, pela vida no subúrbio e o cortador de grama como símbolo.

2.1 O Indivíduo-Mercadoria

O discurso espetacular, percebido na década de 1960 por meio de sua presença publicitária, televisiva e cinematográfica, hoje se entremeia em realidades espetaculares que se apresentam digitalmente como possíveis, embora cada vez mais inacessível. O espetáculo de realidades inatingíveis, recorrente em uma sociedade que necessita de constante apresentação, é, ao mesmo tempo, a origem e o fim das ânsias midiáticas contemporâneas. A noção de que “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (DEBORD, 2000, §12), referindo-se inicialmente ao



poder de coação da publicidade, agora se associa à realidade artificial do indivíduo que existe através das redes sociais.

Nada pode ser mais espetacular no sentido debordiano do que uma realidade em que, de maneira constante, a vida cotidiana é apresentada como mercadoria de consumo, como objeto de desejo, agora não mais pelo poder que busca controlar os desejos, mas pelo próprio indivíduo. Ser mercadoria é a forma mais contemporânea de saciar o desejo do espetáculo.

Nessas redes do espetáculo, a mercadoria oferece a si mesma, estando tão profundamente inserida na ilusão imagética que acredita que o fim máximo, a realização da existência contemporânea se encontra na exibição de sua intimidade com o espetáculo. O indivíduo-mercadoria do espetáculo da atualidade é parte de uma construção midiática que se apresenta como uma realidade única e irrecorrível, na qual a apresentação supera o efeito, ou a espetacularização é maior do que o fato. Ser um com o espetáculo, ter sua presença midiática digital transformada em mensagem é a vitória do indivíduo contemporâneo.

A multiplicidade de possibilidades de exibição individual, ou seja, da presença midiática desse indivíduo por conta própria, sem a necessidade de associação com alguma tecnologia de transmissão, bem como a facilidade tecnológica na qual existe, torna o indivíduo explorador e consumidor de sua própria imagem, ao produzir, vender e comprar a si mesmo ou seu equivalente. Se o espetáculo não pretendia “chegar a outra coisa se não a si mesmo” (DEBORD, 2000, § 14), as fronteiras entre espetáculo, mercadoria e indivíduo se dissolvem e criam uma autotrofia espetacular que se consome e se produz constantemente, na ilusão de uma existência que precisa se afirmar como válida pela presença no espetáculo. O desacordo com a existência nas redes sociais beira a inexistência na realidade, em uma compreensão contemporânea de indivíduo que precisa constantemente de sua sombra digital para que se afirme como vivo.

Assim como, para Debord, a já consumada sujeição da economia permite a sujeição ao espetáculo e de um *ser em ter* e um *ter e parecer*, o espetáculo atual, já alicerçado nessa sujeição, congrega *ser* e *parecer* em um único elemento, em uma coexistência física e imagética, em que o *avatar*, essa sombra digital do indivíduo, precisa saciar uma necessidade de ser consumida, de ser vendável, de ser ela mesma o exemplo do espetáculo, embora a flagrante redundância de ser exemplo numa realidade que só reconhece a existência do que já está conformado.



O espetáculo como ilusão religiosa (DEBORD, 2000, §20) se confirma com a idolatria das entidades máximas do panteão digital. Se a função do indivíduo-mercadoria é justificar sua existência pela conformação de seu avatar, o espetáculo contemporâneo encontra na idolatria do semelhante seu artifício para a manutenção da sua ordem interna. É o consumo de seus semelhantes que provoca no avatar a idolatria da mercadoria que melhor se exhibe. O desejo não é da vida ou da posse exibida pelo outro avatar, mas pela capacidade de exibição dessa existência, pelo alcance midiático de sua mercadoria concorrente. O avatar idolatra aquele que o supera como mercadoria.

É preciso que se aponte, ainda, a obsolescência da restrição de Debord ao falar dos meios de comunicação de massa como a manifestação “superficial mais esmagadora” (2000, §24) do espetáculo, uma vez que a realidade atual o coloca como uma existência que se configura pela mensagem midiática, agora desprovida da unilateralidade da comunicação como vista pelo autor.

Enquanto o discurso publicitário televisivo apresentava seus exemplos de desejo e se valia da repetição massificada da mensagem para sua efetividade, a exibição do discurso espetacular já não conta com ferramentas tão rudimentares de persuasão, podendo hoje se valer do avatar como um replicador da mensagem. Esses satélites do espetáculo ecoam uma mensagem única, atualizada em função do desejo de consumo do momento, servindo como redatores incansáveis na busca por reconhecimento de sua utilidade na venda do discurso. Ao contrário da simetria dos aparelhos televisivos que, embora múltiplos, repetiam em uníssono a mesma mensagem para todas as sociedades, a atualidade apresenta avatares que, embora idênticos, se transvestem de individualidades para cada uma a sua maneira, apresentar o discurso do espetáculo. Um telespectador desavisado que se transportasse no tempo teria a nítida impressão de que o discurso que se apresenta é a única realidade possível, visto que, mesmo quem parece não se conformar a algum modelo midiático o repete infindáveis vezes.

A proletarização do mundo, identificada por Debord na separação entre o que o trabalhador produz e o consumo induzido pela direção do sistema (2000, §26) é atualizada para uma realidade capitalista do empreendedor de si, do indivíduo que é, simultaneamente produtor e produto, trabalhador e marca, que faz e que precisa – utilizando a linguagem do mercado – se vender. Assim, não há mais a necessidade de uma direção externa ao trabalhador, de uma



liderança materializada que aponte o caminho para o sucesso, ou para seu desejo, mas sim um motor interno ao indivíduo-mercadoria, que o impulsiona pelo caminho.

A intenção nessa realidade é a de que esse desejo seja resultado de uma lógica individual, de uma particularidade pessoal que se justifica como uma meta. O avatar desconhece a existência de uma liderança, mesmo porque sua lógica interna o priva da percepção de que algo – fora ele próprio – seja o responsável pela definição da meta desejada. O indivíduo-mercadoria é empreendedor na medida em que exerce sua autonomia de seguir o que lhe é dado como única alternativa.

2.2 Espetáculo simultâneo

É nessa ilusão de liberdade que mantém sua existência: enquanto a evolução tecnológica lhe propunha uma realidade com facilidades mecânicas, em que sua única preocupação manter-se atualizado para não realizar “o trabalho de hoje com ferramentas [e conceitos] de ontem” (MCLUHAN, 2006, p. 8), a realidade é uma tecnologia que absorveu o trabalhador e o transformou em uma instrução no código da máquina. Suas escolhas e decisões, embora lhe pareçam resultado de sua vontade, são liberdades em relação à máquina (ECO, 2006, p. 16). Flusser (2013, p. 64) já alertava para a ilusão de escolha do programador que não se percebe inserido em um metametaprograma infinito, onde responde sempre às possibilidades de ser um programador programado.

Se antes o tempo e seu usufruto eram a ilusão de desejo do trabalhador no espetáculo, na busca pela libertação (DEBORD, 2000, §27), o espetáculo contemporâneo não concebe uma existência fora do trabalho. A multiplicidade de pontos de contato com o indivíduo tornou a sociedade digital como a única morada possível para sua existência máxima na forma do avatar. Mais do que um microcosmos que possua as condições necessárias para a sobrevivência do avatar, o espetáculo é a totalidade das existências, nada existe em sua forma completa fora de seu universo. Se antes o espetáculo estava em toda parte (DEBORD, 2000, §30) agora ele está o tempo todo, pois parte alguma da vida pode estar fora dele.



Para Debord (2000, §35), a transformação em mercadoria, pelo processo de ingestão e expulsão da atividade humana em estado líquido para o estado coagulado, é o movimento essencial do espetáculo. A transformação do resultado do trabalho em imagem e em desejo de consumo é a ferramenta principal de estruturação do espetáculo. Na contemporaneidade, o espetáculo, agora parte inseparável da totalidade da realidade digital, transforma o indivíduo em mercadoria, sendo ele também consumido em forma líquida e devolvido coagulado. A versão excretada do indivíduo é seu avatar, sua forma virtual, a soma de todas as ânsias provocadas pelo espetáculo. É por isso que não pode compreender uma existência para além do espetáculo. Sua gestação como trabalhador impulsionado pelo desejo, no século passado, dá origem a um ser que não se compreende como indivíduo capaz de funcionar fora dessa realidade. A sujeição ao discurso do espetáculo é mais do que uma pulsão mercantil que o impulsiona para o modelo do sistema, é uma realidade que o origina.

Na mudança do espectador para o avatar, causada pela absorção do mundo pela realidade digital, o trabalhador não mais encontra seu valor ao se disfarçar de consumidor. A separação de classe já não lhe permite que assuma essa versão na qual manifesta seu desejo induzido pelo espetáculo. Ao indivíduo-mercadoria, ao empreendedor de si, é requisitado que seja, constantemente e simultaneamente, criador e criatura, consumidor e produto. A ele é exigido que consuma para que possa ser consumido, que participe para que possa ser exibido como membro produtivo dessa realidade única. Ao contrário do trabalhador debordiano, não lhe é oferecida a ilusão do tempo ocioso como réplica a sua participação e eficiência, mas agora unicamente a sua permanência nesse plano, a manutenção de sua frágil existência. Até a próxima transmissão. O espetáculo deixa de ser a manipulação midiática que confunde no espectador a satisfação por sobrevivência, para agora ser sobrevivência crua. Para esse novo homem heterodirigido (ECO, 2006, p.261), a necessidade sugerida pela persuasão da mensagem é de que se mantenha operacional, é demonstrar ao outro a obrigatoriedade de uma realidade sem a qual ele próprio não poderia existir. Não há mais uma entidade organizacional que vende necessidades e desejos mascarados de mercadoria. A mercadoria agora se vende por si só. O desejo de consumo vira consumo de desejos que vira o desejo de ser consumido, de consumir-se.

A contradição dentro do espetáculo, dada anteriormente pelas falsas lutas espetaculares (DEBORD, 2000, §56 e §57) que demonstravam uma unidade obscurecida, são agora



apresentadas pelos microconflitos globais que se multiplicam em suas individualidades, como um coro que, embora dissonante, compartilha do mesmo ritmo. A atualização dos pseudoproblemas apresentados aos revolucionários do espetáculo agora se sustenta globalmente, com partidários à revolução compartilhando de modelos conspiratórios que lhes são apresentados pelo próprio espetáculo. A revolução é mercadoria a ser vendida e exibida num mercado virtual, tendo como sua moeda a contabilização de revolucionários que exercem sua jornada dupla de seguidores e de pregadores. Dentro do universo do espetáculo, o avatar que exerce seu direito de ser contrário ao sistema, o faz dentro do modelo possível de revolução. A manifestação da individualidade ocorre a partir de uma lista fechada de individualidades disponíveis naquele instante. A exibição do conflito do momento exige a resposta do avatar em suas possibilidades binárias, seus modelos de pseudorevolução. Em nome da eficiência mercadológica do avatar, pseudociências, racismos e dilemas éticos são lançados em busca de ecos idênticos no semelhante. A polêmica é a oferta do mercado do espetáculo. Não se manifestar sobre o confronto do momento é uma das opções na lista de manifestações. O conjunto finito de escolhas já aparece para Debord no espetáculo que uniformiza a individualidade e conforma o comportamento: “lá onde domina o espetacular concentrado domina também a polícia.” (2000, §64)

A luta da mercadoria deixa de ser a busca por sua individualidade, pelo irreconhecimento do concorrente (DEBORD, 2000, §66), para agora ser a do reconhecimento e da configuração nos moldes disponíveis. Ser individual só é permitido quando a individualidade é reflexo da norma.

2.3 Espectador-Espetáculo

A circularidade da comunicação de massa já foi identificada por Debord (1997, §III), embora ainda vista como uma via unilateral. O discurso não dava lugar para a resposta, servia apenas como manifestação daquele que era entendido como superior por estar no espetáculo (1997, §X). Entenda-se: a unilateralidade da comunicação não foi resolvida pelo espetáculo digitalizado, apenas passou o problema para outra esfera. Uma comunicação bilateral



presumiria um espectador com uma via de resposta, um *feedback* constante e eficiente. Visto que não se pode negar tal capacidade nos meios digitais, a lacuna aqui está na figura do espectador. Ninguém mais observa passivamente o espetáculo, não há um público a ser atingido, aguardando a próxima transmissão para, com sua resposta, validar ou vaiar aquilo que se apresenta. O espetáculo agora é recebido por outro espetáculo, cada resposta é um evento em si, tendo por sua vez outro idêntico como resposta. A um espetáculo se segue um turbilhão múltiplo de respostas espetaculares, todas na expectativa de serem equivalentes ao que lhes deu origem. Toda resposta é uma nova pergunta a provocar um *feedback ad infinitum*. Ainda assim, a circularidade se apresenta na uniformidade do discurso espetacular, uma vez que tais respostas, ao buscarem a validação do espetacular, são também conformadas ao molde que permite sua existência no instante. A facilidade da resposta se perde na unidade de aceitação do que é uma resposta.

Debord já atualizara seus conceitos de formulação do poder espetacular, suas formas difusa e concentrada (2000, §63) para sua versão integrada (1997, §IV), ao perceber a evolução do discurso do poder nas duas décadas que separam suas obras. Na versão concentrada, exemplificada pelo espetáculo da ditadura, oferece uma possibilidade de recepção, um único caminho válido de escolha. Uma efetiva massificação da sociedade pela violência da conformação ao modelo único possível. “Na medida em que cada chinês deve aprender Mao, e assim ser Mao, ele não tem mais nada para ser” (2000, §64). Por sua vez, o espetáculo difuso dá ao indivíduo uma falsa percepção de escolha, como Debord exemplifica pela americanização do mundo e das relações comerciais no capitalismo. A abundância de mercadorias – tando do trabalho quanto do espetáculo – dão ao espectador um objetivo (uma vedeta) para idealizar, um alvo a atingir, que será modificado tão logo o espectador esteja em vias de consegui-lo. Da mesma forma, a realidade percebida se altera para que a ilusão de um objetivo único e constante ajude a adormecer quaisquer ressalvas individuais ao desejo. A atualização do conceito vem na forma do espetáculo integrado, poder que une as duas formas anteriores para evoluir a um modelo independente e que se encaminha para a contemporaneidade. Em sua variação concentrada, elimina a figura de poder, ou ao menos a obscurece, dando a perceber a inexistência de uma liderança, de uma cabeça a ser guilhotinada no caso de revolta. Essa característica é a origem dos pseudo-conflitos da atualidade, uma vez que a demanda por renovação – típica do espetáculo – não encontra na tradição social uma figura a ser atingida. O



revolucionário sem bandeira agora cambaleia entre objetivos efêmeros que lhe são oferecidos pelo espetáculo. Sua forma difusa agora se expande para toda a realidade. Não há onde o espetáculo não tenha se inserido e, enquanto falava da realidade, dela se apossava e a modificava. Assim como o espetáculo que fala da realidade, fala de uma realidade espetacularizada, a realidade foi tão absorvida que já não é capaz de ser percebida fora da unidade de modelo no presente do espetáculo, ou, como posto por Debord: “tornar-se mundo da falsificação [foi] também um tornar-se falsificação do mundo” (1997, §IV).

A mais atual versão do espetáculo o apresenta como um integrado estabelecido, que se emaranha na realidade e dela já não pode mais ser distinguido. A realidade se confunde com a pseudorealidade do espetáculo, de onde emana o controle do poder. Os desejos e objetivos do avatar se transformam constantemente em sua frente, em função da instabilidade da percepção do real. O que era modelo ao início de sua caminhada se transforma em obsoleto ao primeiro passo. A liderança se pulveriza, mas mantém seu status quo. Tal a Hidra de Lerna, uma multidão de cabeças administra o discurso do espetáculo, tendo seu corpo escondido pela névoa digital. Cortar qualquer das cabeças só resultaria em uma difusão maior de emissores da mensagem – embora o golpe jamais aconteça, visto que Hércules está ocupado combatendo um inimigo que lhe foi atribuído pela própria Hidra.

Os cinco traços principais do espetáculo integrado, como detalhados por Debord (1997, §V), continuam presentes e ativos na atualidade. A inovação tecnológica constante, agora origem e fruto do mercado que integra, causa no avatar a ânsia constante pela atualização, ânsia que se vê justificada pela superação da escrita pela televisão como sentido humano (MCLUHAN, 2006, p.124). Como um personagem eternamente correndo atrás da própria sombra, é colocado no limite da obsolescência, de onde observa uma contemporaneidade que se afasta a cada instante. Para além da própria atualização, a inovação constante o exige a compreensão do espetáculo, agora não mais acessível para cativar a massa, mas uma linguagem mutável que isola aquele que não a consegue compreender.

A constante inovação é a ferramenta de exclusão do discurso. A tensão do desejo contemporâneo é a permanência na tecnologia do espetáculo. Como augurado por McLuhan, “quando este circuito aprender a fazer seu trabalho, o que você vai fazer?” (2006, p.20).

A fusão econômico-estatal, a força que impulsiona o desenvolvimento econômico ainda



na atualidade, agora se direciona para uma canibalização do estado pelas forças econômicas. O espetáculo, antes serviço dessa aliança, agora domina o mercado e elege o poder econômico como seu vassalo mais importante. Se antes o estado se valia do espetáculo como ferramenta econômica de manutenção do poder, agora a união economia-estado se desequilibra em favor do poder econômico, sendo, inúmeras vezes, o conflito entre essas duas forças mercadoria espetacular de exibição, na qual se demonstra a superioridade incontestada das entidades que controlam a economia. O estado agora flutua no espetáculo que ajudou a instaurar, à deriva pelas ondas da economia.

O segredo generalizado, essa ação por detrás do espetáculo, e que faz o espectador crer na figura do especialista do espetáculo, age hoje por intermédio do controle e distribuição da informação. O avatar acredita estar ciente de parte do segredo, de ter acesso a algum nível da informação, mas também entende que existem outros acima e abaixo dele na escala. Novamente a tensão se dá pela obsolescência, agora informacional, pelo pavor de escorregar no limbo da massa, daqueles que não compreendem a existência do espetáculo e sua importância para a economia do indivíduo-mercadoria. Afinal, o entendimento dos mecanismos do poder é “impossível sem o conhecimento de como a mídia funciona como ambientes” (MCLUHAN, 2006, p.26).

O falso sem réplica é a principal constância entre o espetáculo identificado por Debord e sua versão contemporânea. A multiplicidade de polos de transmissão de informações, ampliada globalmente pelas mídias digitais, agora inunda o avatar pela inconstância da informação. A já apontada inexistência do espectador passivo e da réplica como um novo espetáculo transborda as contingências do fato, agora menos importante do que o espetáculo, e origina o que se convencionou chamar de era da pós verdade. Nesse contexto, mais importante do que a validade da informação é seu alcance, num debate em que o *argumentum ad nauseam* não é recurso extremo, mas corriqueiro e estabelecido. Para além da importância da réplica ao falso, o ponto agora é a identificação do falso. Enquanto, para Debord, “a desinformação [é] um mau uso da verdade. Quem a lança é culpado, em quem nela acredita imbecil”(1997, §XVI), a desinformação como arma política perde espaço para a invenção de uma verdade alternativa, para realidades múltiplas nas quais, menos importante do que a veracidade é sua conformidade com o espetáculo virtual.



De modo tão irônico quanto a marca de “midiático ’garantido sem desinformação” registrada por Debord (1997, §XVI) na França dos anos 1980, a indústria da informação lança mão da tradição como recurso de credibilidade no presente. Seria preciso, para isso, que se acreditasse que toda a informação transmitida por essa tradição foi neutra, sem um filtro mercadológico restrito. O que inviabilizaria tão longa existência desses veículos.

Pelo controle da informação, o espetáculo também se dedica a criar e a desaparecer a arte-polícia (DEBORD, 1997, §XXVIII) que o promove. Na figura do artista, do poeta desajustado que não segue correntes e tendências (MCLUHAN, 2006, p.88), está implicado o modelo espetacular do artista. A força policial, mais do que nunca, se disfarça de artista para, abertamente, declarar o poder de controle social do espetáculo que o mantém em existência. O espetáculo define a arte, a transmite e valoriza. Como pagamento, a arte idolatra o espetáculo e compartilha seu molde momentâneo. “Abrem-se pseudo-museus vazios [...] tão depressa como se faz a reputação de jornalistas-policiais, ou historiadores-policiais, ou romancistas-policiais” (DEBORD, 1997, §XXVIII). O espetáculo hoje cria artista-policiais e atribui essa entidade a um clamor mudo dos avatares.

O quinto traço principal da sociedade sob o domínio do espetáculo integrado é o presente perpétuo, estratégia que aprisionava o espectador em uma sociedade anacrônica, num tempo imobilizado, numa aldeia do acontecimento simultâneo (MCLUHAN, 2006, p.63) em que não se conhece o passado nem se acredita no futuro. Implica agora em uma realidade em que o passado nunca existiu em forma diferente da que é exibido, e em que o futuro é incerto, assustador e desaconselhável. Deixa de se entender que “aquilo de que o espetáculo deixa de falar por três dias é como se não existisse” (DEBORD, 1997, §VII), para que nada exista a menos que esteja agora sendo dito pelo espetáculo. A imobilidade da moda de que falava Debord agora é um constante limbo entre presente e futuro. Ao avatar não é permitido perceber o tempo como unicamente presente, uma vez que sua permanência no espetáculo implica essa constante mercantilização de si, nessa oferta num mercado futuro. Esse futuro, por sua vez, é tão incerto quanto distante, visto que, ao espetáculo não é vantajoso que nada evolua fora o já estabelecido.

3. Conclusão

A certeza, na atualidade é de que, enquanto Debord acusava a sociedade espetacular de declarar como inimigo aquele que se posiciona à margem das relações espetaculares (DEBORD, 1997, §VII), agora a existência passa a significar a inserção no espetáculo. Não é possível se pôr à margem do espetáculo, pois o espetáculo abarcou tudo que existe o tempo todo. Nesse contexto, o otimismo de McLuhan quanto aos avanços tecnológicos da comunicação parece ingênuo ao prever uma realidade de total envolvimento humano pela proximidade da comunicação (MCLUHAN, 2006, p. 61). A existência extra-espetacular é tão distante quanto o estado de natureza.

A constante existência no espetáculo leva o espectador – agora avatar – a preterir a ação pela exibição. Todas celebridades momentâneas em um ecossistema que busca seu equilíbrio pela construção, exibição e absorção, o indivíduo com suas subjetividades dá lugar ao ator do espetáculo. Seja ele administrador, atleta, artista, comunicador ou religioso, sua atividade é menos importante do que a sua exposição. Se o início do espetáculo fez com que o trabalhador se preocupasse em ser também um publicitário de sua atividade, agora a exibição se basta e suplanta a atividade em si. O ser que se converteu em ter e, em seguida, em parecer, agora se apresenta como um ser unicamente dentro do espetáculo. A realidade não importa se não for exibida.

Referências

- DEBORD, Guy. *Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.
- _____. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cossac Naify, 2013.
- MCLUHAN, Marshall. *The Medium is the Massage*. Berkeley: Gingko press, 2006.
- MCLUHAN, Eric. *Commonly asked questions (and answers)*. Disponível em: <<https://www.marshallmcluhan.com/common-questions/>>. Acesso em 18 jul 2018.



Recebido: 25-09-2019

Aceito: 08-12-2019