

FREIRE FILHO,
João e
HERSCHMANN,
Micael (orgs.).

*Comunicação,
Cultura e
Consumo. A
(des)construção
do espetáculo
contemporâneo.*

Rio de Janeiro:

Ed. E-Papers,

2005

Repensando o espetáculo contemporâneo

Joyce Ajuz Coelho

Comunicação, Cultura e Consumo é o título do livro organizado por João Freire Filho e Micael Herschmann, pesquisadores da Escola de Comunicação da UFRJ (ECO) e Coordenadores do Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação. Os artigos, de pesquisadores das áreas de Comunicação, Estudos Culturais, Ciências Sociais e Letras, contemplam diferentes facetas da construção e da contestação do espetáculo na atualidade.

Esta coletânea reúne textos que apresentam pesquisas sistemáticas e reflexões teóricas “mais perspicazes acerca da natureza, da dinâmica e das conseqüências da sociedade espetacular”, oferecendo uma reflexão mais consistente acerca da espetacularização e de suas efetivas implicações para a vida social e produção cultural.

Num primeiro olhar, a coletânea já nos parece instigante por seu subtítulo. A [des]construção do espetáculo contemporâneo tem como característica principal oferecer uma visão diferente do espetáculo, no lugar das condenações moralistas de praxe. Esse é o aspecto principal da obra que oferece uma visão diferenciada das críticas mais contundentes, pouco profundas e reducionistas sobre o conceito de espetáculo.

A coletânea está dividida em seis partes, possibilitando ao leitor uma visão abrangente das interfaces do tema espetáculo. Na parte 1, Teoria e História do Espetáculo, Freire Filho faz uma genealogia crítico-teórica do espetáculo, ressaltando como a multiplicação, nas décadas passadas, dos espetáculos da mídia pela indústria cultural, em todos os espaços, influenciou a construção dos princípios da economia, da política, da sociedade e, principalmente, dos discursos críticos sobre os efeitos da espetacularização. A emergência da sociedade do espetáculo parece coincidir com esse momento da cultura do consumo, “em que as novas formas e tecnologias de representação visual, constituídas de maneira espetacular, passam a mediar todas as relações sociais e a estender o caráter fetichista da mercadoria a todas as áreas da vida, por meio da disseminação da imagem” (Freire Filho, 2005:26)

Na disputa pela atenção do público e pela incessante busca por envolver as massas, as formas de comunicação se tornaram cada vez mais espetaculares e a mídia passou a ter o poder de criar celebridades, ao mesmo tempo em que as destruía ou transformava tudo em entretenimento. Como afirma Freire Filho (2005:14), “em seu

uso crítico corrente, a idéia de espetáculo está atrelada quase sempre a conceitos como artificialismo, estetização, teatralização e encenação”.

Esse panorama da disseminação do espetáculo da mídia na era contemporânea foi abordado por diversos autores (Boorstin, 1961; Gabler, 1999; Kellner, 2001) que, embora criticados pelas reflexões pouco sistemáticas e mais relacionadas à crítica impetuosa, fazem parte da revisão bibliográfica do que se chama sociedade do espetáculo, muito bem descrita pelo autor. Freire Filho destaca a importância de Guy Debord, um dos autores mais reverenciados em relação ao assunto, principalmente devido a sua polêmica obra, *A sociedade do espetáculo*, de 1967, abordando as potencialidades e limitações de sua teoria.

O artigo de Szaniecki, ainda de cunho teórico e histórico, traz o conceito de Hardt e Negri, de que o espetáculo da ordem imperial contemporânea abre novas possibilidades de subversão e crítica, fornecendo oportunidades para que a multidão agence e potencialize o próprio espetáculo, impactando o imaginário e provocando mobilização social. Seguindo esse mesmo conceito, a Parte 4 do livro – Os Jovens e a Politização do Espetáculo – traz o protagonismo dos jovens, seja através da disseminação de suas posições contrárias a valores dominantes da sociedade contemporânea (Cabral) ou, como escreve Herschmann, através das reivindicações de grupos minoritários, tais como o universo hip-hop. Para o autor, a espetacularização e a alta visibilidade, construída no ambiente midiático, são estratégias para que discursos e ações políticas alcancem êxito.

As Partes 2 (Encenações Contemporâneas: Cinema, Espetáculo e Mercado), 5 (Arte e Espetáculo) e 6 (A Espetacularização dos Conflitos na Cidade Maravilhosa) são dedicadas a analisar, e a problematizar, as articulações e tensões da espetacularização do real na arte, seja através do cinema, da literatura ou de matérias jornalísticas. Em todos os artigos percebe-se uma semelhança em retratar de alguma forma a espetacularização do cotidiano e sua utilização como forma de entretenimento ou denuncismo.

A Parte 3 da coletânea enfoca um outro tema característico da sociedade do espetáculo: a importância crescente da imagem, da aparência e dos estilos de vida, veiculados pela mídia, no processo de construção identitária. O tema é analisado criticamente, por Freire-Medeiros e Bakker, a partir do *reality show* de intervenção *Extreme Makeover*, e por Freire Filho, a partir do circuito cultural das revistas femininas juvenis. Em ambos os textos percebe-se a preocupação dos autores em ir além da descrição dos fatos, priorizando, principalmente, as implicações das transformações e das influências, em função do que está na moda ou na mídia, para a construção da identidade.

Os artigos, além de abordarem temas altamente relevantes para a compreensão da sociedade contemporânea, são escritos de forma clara, objetiva e apresentam referencial teórico que dão sustentação às argumentações relacionadas. É uma coletânea indicada para estudantes e pesquisadores que têm entre os seus temas de interesse a construção do conceito de espetáculo e suas diversas interfaces.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOORTIN, Daniel (1961). *The image: a guide of pseudo-events in America*, Nova York: First Vintage Books.

GABLER, Neal (1999). *Vida, o filme*. São Paulo: Companhia da Letras.

KELLNER, Douglas (2003). *A cultura da mídia*. Bauru: Edusc.

JOYCE AJUZ COELHO é professora e diretora do Curso de Administração da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) do Rio de Janeiro.