REVISTA BRASILEIRA DE SOCIOLOGIA | Vol 02, No. 04 | Jun/Dez/2014
Artigo recebido em julho [illegible] /Aprovado [illegible] Setemb [illegible]

Daniel Maurício Viana de Souza*

A TEORIA DA 'SOCIEDADE DO ESPETÁCULO' E OS MASS MEDIA: VETORES IDEOLÓGICOS

RESUMO

Discute acerca do condicionamento ideológico exercido pela, assim denominada, sociedade do espetáculo nos processos e linguagens info-comunicacionais concernentes aos *mass media* contemporâneos. Num primeiro momento, aborda a noção de 'espetáculo' associando-a ao movimento situacionista e contextualizando-a na atualidade. Em seguida, argumenta sobre os acionamentos ideológicos que envolvem as práticas concernentes ao horizonte dos meios de comunicação de massa. E por fim, analisa os vetores ideológicos a partir dos quais se pode destacar a ação 'espetacular' no âmbito *mass media* especificamente.

Palavras-chave: Sociedade do Espetáculo; *Mass media*; Ideologia

ABSTRACT

Discusses about the ideological conditioning exercised by the, so called, spectacle society in the process and languages info-communication concerning the mass contemporary media. At first, approaches the notion of 'spectacle' associating it with the situationist movement and contextualizing it in today. Then argues about the ideological drives involving practices concerning the horizon of the mass media. Finally, analyzes the ideological vectors from which we can highlight the 'spectacular' in action under media specifically.

Keywords: Society of the Spectacle; Mass media; Ideology

*Graduado em Museologia pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO (2004). Mestre em Ciência da Informação pelo PPGCI- IBICT/UFF (2007). Doutorando em Sociologia pelo PPGS da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Professor do Departamento de Museologia, Conservação e Restauro da Universi- dade Federal de Pelotas - UFPel. Dedica-se a estudos vinculados a museus, ciência, divulgação científica, coleções científicas, memória, patrimônio, ideologia e teoria da sociedade do espetáculo.

RÉSUME

Discute sur le conditionnement idéologique exercé par le, soi-disant, société du spectacle dans le processus et les langues info-communication concernant les médias de masse contemporaine. Dans un premier temps, traite de la notion de 'spectacle', il se associer à un mouvement situationniste et contextualisant dans aujourd'hui. Fait ensuite valoir sur les lecteurs idéologiques impliquant pratiques concernant l'horizon des médias de masse. Finalement, analyse les vecteurs idéologiques à partir de laquelle nous pouvons mettre en évidence le 'spectaculaire' en action sous un support particulier.

Mots-clés: Société du Spectacle; médias de masse; idéologie

Daniel Maurício Viana de Souza

A TEORIA DA 'SOCIEDADE DO ESPETÁCULO' E OS MASS MEDIA: VETORES IDEOLÓGICOS

I.

A teoria da 'Sociedade do Espetáculo', como postula Guy Debord, descreve as sociedades capitalistas contemporâneas forjadas por discursos ideologicamente construídos a partir de representações hegemônicas aos interesses do mercado. Espetáculo, em termos etimológicos, remete às noções de contemplação e passividade, e na perspectiva debordiana, está atrelada à fragilidade da intervenção dos sujeitos na realidade social. A natureza contemplativa inerente ao conceito seria representativa da forma de se relacionar socialmente em um momento histórico no qual a lógica mercantil (forma-mercadoria) ocupa totalmente a vida social.

Ao considerarmos a sociedade atual definida pelos contornos espetaculares, admitimos – como fizera Marx – um caráter 'fetichista' da mercadoria, que embora produto de determinações históricas e sociais, se mostra (aparece) objetivamente 'reificada' através do recorte exclusivo sobre sua natureza física e como produto de relações materiais ("coisas entre coisas"), naturalmente dotadas de valores e sentidos próprios, independentes de uma exterioridade social e historicamente determinante.

Importante observar que a instituição do que Debord denomina 'espetáculo integrado' se deve em grande medida ao poder e abrangência das linguagens informacionais dos meios de comunicação de massa. A influência das diferentes mídias na formação da opinião pública cumpriria o papel decisivo de "desinformar", alienando com vistas à potencialização da passividade. Neste sentido, é apropriado afirmar que a apreensão do pressuposto marxiano do fetichismo mercantil na sociedade do espetáculo tem sua especificidade na questão da linguagem no horizonte comunicativo, na qual está baseada a denúncia à natureza pseudocomunicativa do capitalismo contemporâneo. Considerando, além disso, que os *mass media* reforçam representações ancoradas em atitudes tidas como dominantes, é da mesma forma pertinente afirmar que funcionam como um dos principais veículos de profusão ideológica.

Voltada à leitura e interpretação do capitalismo avançado, a teoria da 'Sociedade do Espetáculo' é de extrema abrangência e, como consequência, possibilita inúmeras aplicações em contextos analíticos diversos. Tomando como parâmetro o horizonte dos meios de comunicação de massa e como ele se encontra imerso ao espetáculo enquanto condição social, consideramos importante o recorte em determinados pontos da teoria que nos permita aprofundar a compreensão de suas premissas fundamentais, além de destacar elementos virtualmente mais operacionais. O condicionamento exercido pelo espetáculo, consequente dos conteúdos e processos peculiares às formas de linguagem *mass media*, se alicerça primordialmente em dois vetores ideológicos: a 'imagem' enquanto 'aparência' e a '(não)historicidade' como supressão do tempo social. Em ambos os casos, há implicações diretas na maneira como são conduzidos a difusão, o debate e a apreensão pública de temas diversos.

A imagem é um dos elementos mais eficazes no estabelecimento de situações de alienação, considerando que, se tomada pela superficialidade da simples aparência, submete a essência complexa das coisas a um modo de organização da realidade pautado somente no visível, no aparente. Imersas neste cenário de predominância das categorias

do ver, as imagens conduzem os sujeitos a vivências intersubjetivas imediatizadas na rasa aparência. De acordo com Debord, a principal consequência disto é o reforço de posturas passivas/contemplativas e não verdadeiramente comunicativas.

Já o vetor ideológico da historicidade como supressão do tempo social ('espetáculo imobilizado da não-história') trata das apropriações do tempo substanciadas por representações tardo-capitalistas responsáveis pela constituição de linguagens *mass media* que produziriam conteúdos decisivos de uma pseudoação social, "aprisionada" a um presente reificado. O que Debord propõe é uma reflexão acerca da própria ação social, definida pela forma como os sujeitos apreendem a passagem do tempo, sua consciência diante da experiência histórica e o lugar que ocupam nela. O "tempo abstrato" na sociedade do espetáculo é o da expropriação de seus conteúdos qualitativos, e que, uma vez arraigado a ciclos de produção e consumo, submete suas propriedades significativas ao domínio unicamente do quantificável.

Ressalto, por fim, a pertinência de se focar tais elementos teóricos, no sentido de procurar permitir compreender como se dão relações de reprodução de contextos enquanto aparência. Além disso, é destacável a possibilidade de, a partir daí, também entender como vem se cumprindo a tarefa espetacular de representação histórica parcial e insuficiente, na qual se afirmariam "escolhas já feitas" no processo de produção da informação consumida através da comunicação de massa.

II.

O conceito de 'Sociedade do Espetáculo' é o fundamento de uma teoria radical que abrange diversos níveis de ações sociais, criada por Guy Debord, e desenvolvida com o auxílio dos seus colegas da Internacional Situacionista (I.S.). Embora tenha surgido a partir do horizonte intelectual francês do final dos anos de 1950, a I.S. se destacou pelo caráter marginal de suas experiências ao contexto do *establishment* sociocultural do pós-guerra. Tendo sua origem em 1957, foi um movimento abrangente de caráter cultural, político, econômico,

artístico e social, caracterizado pela forte tendência de contestação aos padrões europeus e às novas perspectivas advindas do processo de estabelecimento hegemônico norte-americano que avançava rapidamente em escala global naquele período.

As ideias situacionistas tiveram impacto significativo no pensamento político, sobretudo das camadas mais jovens da população, não só na França, mas em diversos países da Europa, influenciando sobremaneira nos movimentos contestatórios da década de 1960, dentre eles o que entrou para a história como um dos mais importantes do século XX, o assim denominado maio de 68. De fato, conforme acena Aquino (2001, p. 2), grande parte das frases e palavras de ordem pintadas pelos estudantes e operários nas paredes de instituições de ensino, fábricas e demais locais franceses, foram retiradas diretamente da produção da I.S.

A expressiva adesão que o situacionismo obteve se explica, por um lado, pela abrangência de suas formas de ação e difusão de propostas, que iam desde a publicação da Revista *Internationale Situationniste* (editada de 1957 a 1972) e demais impressos como livros, quadrinhos e panfletos, passando às intervenções (anti)artísticas em fotografias e pinturas (as quais tinham seu sentido original subvertido a partir do acréscimo de frases revoltosas), chegando até à produção de filmes e documentários. Por outro lado, o movimento situacionista prosperou naquele momento, fundamentalmente, pelo fato de que em seu conteúdo estavam presentes as demandas mais urgentes de superação das condições impostas pelo capitalismo avançado. Almejavam "uma mudança mais libertadora da sociedade e da vida nas quais estamos presos" (DEBORD, 1989, p.?), procurando com uma crítica teórica e ações práticas radicais transformar profundamente a sociedade, restituindo aos sujeitos o direito de viverem – de forma direta – suas próprias vidas, a partir do acesso à "história total" (id., 2004, p. 69).

Como resultado de uma mistura inusitada entre diversas perspectivas radicais – como as do Dadaísmo e do Anarquismo, além das críticas de Marx à questão da alienação e do fetichismo da mercadoria, de Lukács, à reificação e dos frankfurtianos, acerca da indústria cul-

tural e da comunicação de massa – com referências à cultura clássica francesa (JAPPE, 1997, p. 8), o estilo situacionista foi marcadamente marginal e destrutivo. Especialmente a preocupação de Guy Debord em problematizar, a partir de um olhar crítico, a experiência social como um todo, no contexto do capitalismo tardio, porém, com ênfase nos usos e atribuições das linguagens e diferentes formas de comunicação, proveu as balizas para a elaboração da teoria da 'Sociedade do Espetáculo'.

III.

Em sua obra mais emblemática, "A Sociedade do Espetáculo", Debord (1997, p. 173) distingue inicialmente duas vertentes do poder do espetacular: a 'concentrada' e a 'difusa'. Na primeira se destaca uma ideologia centralizada em torno de uma personalidade autoritária. Para descrever esta modalidade de espetáculo, o autor vai se basear, fundamentalmente, nos exemplos ditatoriais da Alemanha e da Rússia em seus períodos de contrarrevolução – não significando, contudo, que ele tenha negligenciado os exemplos de países do "terceiro mundo" (para usar uma denominação que estava em voga no momento em que o livro foi escrito), tais como as recém-instituídas repúblicas asiáticas e africanas, além do maoísmo chinês. De fato, Debord costumava vincular a figura do espetáculo concentrado às formas de governo pautadas na burocracia típica do "capitalismo de estado", no qual o recurso à violência, tanto física como simbólica, é uma das principais "técnicas de poder estatal" (ibid., p. 42-43) para se garantir o consumo da imagem heroica do líder, subsumindo qualquer tipo de possibilidade de escolha que lhe seja contrária.

A modalidade 'difusa' de espetáculo, por seu turno, seria típica das sociedades de consumo, nas quais em virtude do movimento de globalização, haveria uma grande campanha ideológica a favor do consumo das novidades mercadológicas. Imbricado ao domínio de regimes políticos mais democráticos, o espetáculo difuso criaria a sensação, ilusória porém sedutora, de uma possível participação livre

e ampla no "maravilhoso mundo do consumo" de mercadorias, que, neste contexto, são cada vez mais abundantes e variadas.

É importante reafirmarmos aqui que a sociedade do espetáculo, segundo a perspectiva debordiana, é caracterizada – dentre outros elementos fundamentais – pelo domínio da 'mercadoria', que, em última instância, condicionaria a própria existência social. Devemos, entretanto, entender a ideia de mercadoria em sentido amplo, não só em sua natureza concreta, mas necessariamente simbólica, na medida em que, "para o ser social e sujeito histórico, o concreto e material só adquirem valor e sentido em função da carga afetiva, subjetiva, mítica e/ou ideológica neles investida" (EL HAJJI; OLIVEIRA, 2010, p. 49).

Mais tarde, em seus "Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo" – datado originalmente de 1988 –, Debord afirma estarmos diante de uma terceira forma de manifestação do espetáculo, advinda da combinação das duas anteriores, tendo como base geral a forma difusa em vantagem histórica: a 'integrada'. Propiciado pelo contexto histórico do fim da bipolarização mundial, e consequente estabelecimento da hegemonia norte-americana, o espetacular integrado teria representado, sob o pretexto da democracia, a possibilidade de reconstrução da própria realidade, tendo nela se integrado totalmente. Nesse caso, tanto a forma concentrada quanto a difusa do espetáculo se apresentam – ainda que de maneira diferente das originais – aumentando de tal maneira o alcance do seu poder que nada no mundo atual poderia existir fora dele, tendo em vista que, "quando o espetacular era concentrado, a maior parte da sociedade periférica lhe escapava; quando era difuso, uma pequena parte; hoje, nada lhe escapa" (DEBORD, 1997, p. 173).

IV.

A lógica do espetáculo integrado reside, conforme afirmam Negrini e Augusti (2013, p. 8), "na forma de integração da sociedade através da alienação. A sociedade compartilha os valores da passividade que são impostos pela mídia". A percepção crítica de Debord acerca do

fetichismo mercantil na sociedade do espetáculo está atrelada de maneira intrínseca à questão da linguagem no horizonte comunicativo, de maneira que identifica uma espécie de "*ratio* mercantil anticomunicativa", que expropriaria a potencialidade comunicativa, por meio da supressão do diálogo e da instrumentação reificada da linguagem. Sob a categoria do espetáculo, dessa forma, o que está em questão é um modo de produção, no qual "a comunicação humana tornou-se mercadoria" (VIRNO, 1991, p. 19).

Ao denunciar a natureza anticomunicativa do capitalismo contemporâneo em sua forma alienada de 'pseudo-comunicação', Debord (1994, p. 35), de certa forma, está amparado pela reflexão hegeliana acerca da experiência comunicativa operada por meios que permitem apenas uma espécie de contemplação reverencial, semelhante ao que ocorre no universo religioso. Nesta perspectiva, o autor se encontra da mesma maneira influenciado pela concepção de espetáculo de Walter Benjamin, na qual a própria comunicabilidade está em declínio em função da 'fantasmagoria'[1] de sua experiência. De fato, a argumentação debordiana acerca do papel espetacular que cumpre as linguagens comunicativas na sociedade contemporânea está inegavelmente influenciada pelo pensamento crítico frankfurtiano – sobretudo nas figuras de Adorno e Horkheimer – sobre a fragilidade da capacidade racional e reflexiva dos sujeitos sociais, que, na condição de consumidores dos produtos da indústria cultural e da informação, refletem suas relações de apatia, conformismo e passividade.

Para Debord (1997, p. 187), era fundamental o estabelecimento de um outro tipo de comunicação não-alienada, horizontal e anti-hierárquica. Na formulação de sua argumentação a respeito, o autor se inspirou em experiências históricas equânimes, como as do movi-

1 Walter Benjamin propõe o conceito de 'fantasmagoria' como alternativa às noções de fetichismo da mercadoria em Marx e ideologia em Lukács, consideradas pelo autor frankfurtiano, como deficientes para a apreensão e análise dos fenômenos culturais no capitalismo moderno. Tal categoria nos chama atenção neste contexto, e em paralelo à perspectiva debordiana, uma vez que é empregado por Benjamin (1985, p. 39) como um recurso útil para examinar o que chama de "espetáculo moderno" – que em suas palavras é a "representação reificadora da civilização".

mento operário no princípio do século passado, e do ideário das artes moderna e contemporânea, que, de alguma maneira, traziam à baila elementos capazes de tornar possível a superação das formas comunicativas reificadas, próprias do desenvolvimento capitalista, através do que foi por ele identificado sob o conceito de 'linguagem comum' (ibid., p. 121). Trata-se, portanto, de uma práxis social comunicativa, essencialmente crítica.

Neste curso, conforme nos chama a atenção Duarte (1995, p. 63), Debord antagoniza profundamente com a perspectiva habermasiana do 'agir comunicativo'. Se para o teórico frankfurtiano a "racionalização da comunicação" passaria inelutavelmente pela fundação de um tipo de linguagem portadora de categorias legítimas de consenso e entendimento comum[2], para o situacionista francês não seria possível uma práxis comunicativa se nenhum dos envolvidos numa relação mediada pela linguagem estiver imbuído de uma "negatividade" crítico-reflexiva. Se assim fosse, continua a argumentar Duarte (id.), a comunicação raramente ultrapassaria "o nível fático, no qual operam as instâncias ideológicas do mundo administrado".

Grande parte das reflexões acerca do papel social que cumprem – ou deveriam cumprir – os meios de comunicação de massa na atualidade passa pelo debate, por um lado, acerca da capacidade de chamar atenção para determinadas temáticas específicas, por meio de sua vocação em despertar emoções e sentimentos diversos. Mas, por outro lado, se discute sobre o potencial que tais mídias encerram para manipular tais sentimentos, no sentido de, em certa medida, bloquear a capacidade reflexiva e "impedir o uso da razão, o que leva a pensar na figura da ideologia" (CORREIA, 2003, p. 1). Como instituições que contribuem ativamente na própria construção da realidade, os *mass media* definem, com efeito, o que seria "socialmente visível", considerando que são autônomos na tomada de decisões a respeito da demarcação de critérios que estabelecem quais temáticas são ou não "importantes".

2 Ver: HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa*, I. Trad. M. J. Redondo. Madrid: Taurus, 1987.

Os consensos acerca da agenda pública de discussões, ao se basearem, na grande maioria dos casos, na necessidade de fácil identificação e aproximação imediata com os temas objetos da ação comunicativa, de acordo com Correia (ibid., p. 8), acabam por privilegiar o espetáculo em detrimento de abordagens mais complexas, porém, muitas vezes, forçosamente mais criteriosas. O efeito ideológico das linguagens comunicacionais baseadas em tais pressuposto se dá justamente pela deslegitimização de abordagens que poderiam ser consideradas "difíceis" e ao mesmo tempo problematizantes. Trata-se, portanto, de uma ideologia da conformidade, pautada no princípio de que para se manter níveis desejados de consumo dos conteúdos comunicados – tomados assim como simples mercadorias – é preciso vulgarizar ao máximo a linguagem, não importando se isso implicará no "desarme" crítico e no esvaziamento da capacidade de imersão ativa e criativa dos sujeitos sociais que integram o público deste processo.

Conforme afirma Vattimo (1992, p. 56), na sociedade do espetáculo "a realidade se apresenta com características mais brandas e fluidas". E é justamente isso que, de acordo com o que foi apresentado até aqui, ocorre no domínio específico dos processos de comunicação de massa, através do uso de linguagens nas quais predominam a lógica mercantil-reificada. Numa das primeiras propostas de definição da sociedade espetacular, Debord (1997, p. 14) sustenta que as relações sociais travadas e permeadas pelo capitalismo avançado, se encontram mediada por imagens. De fato, os meios de comunicação de massa são um dos principais responsáveis por esta mediação, produzindo e difundindo em grande escala formas simbólicas capazes de traçar sentidos e significados que influenciarão na própria forma que os agentes sociais apreendem, interpretam suas vidas, em última instância, constroem a realidade.

É importante destacar aqui que, ao falarmos de construção da realidade por meio das instituições, estamos nos referindo à edificação de um determinado 'universo simbólico' que não se dá a conhecer *a priori*. De maneira que é necessário haver uma linguagem que permita determinar o acesso a tal horizonte de significações, até mesmo

para que se garanta sua própria aceitação. Em outros termos, uma instituição se legitima a partir da eficácia de seu sistema linguístico – que é ideológico – em estabelecer um esquema normativo altamente objetivado como coisa, pouco ou nada questionável. Trata-se, assim, de um contexto de baixa reflexividade, dificultando qualquer possibilidade de mudança, contribuindo, portanto, para a criação das condições de reprodução de representações hegemônicas e interesses específicos – em suma, a ideologia da qual a teoria do espetáculo fala. Não é por acaso que diversos autores, tais como Carrol[3] e Thompson[4], sustentam que os *mass media* são um dos principais veículos de profusão ideológica.

V.

De acordo com Debord (1997, p. 217), a ideologia se encontra materializada nas sociedades modernas na forma própria de espetáculo. É importante, contudo, ressaltar aqui que diante da extrema polissemia que tal conceito encerra – chegando a possuir múltiplas e contraditórias significações – acreditamos ser fundamental deixar claro ao que exatamente nos referimos aqui ao pensá-lo no escopo da proposta do situacionista francês.

A miríade de semântica que cerca o termo ideologia lhe permitiu apropriações diversificadas ao longo do tempo, fazendo com que assumisse contornos e funções difusas e dispersas, sempre de acordo com as demandas específicas de cada contexto em que é empregado. É possível localizar o gérmen do pensamento ideológico já na Antiguidade grega, quando Aristóteles propõe elaborar uma espécie de teoria geral que explicaria a realidade e suas transformações. Tal fato representaria, segundo Chauí (1980, p. 5), uma tentativa de "tomar as ideias como independentes da realidade histórica e social, de modo a

3 Ver: CARROL, N. *The Philosophy of Mass Art*. Oxford: Clarendon Press, 1997.

4 Ver: THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna* – Teoria crítica na era dos meios de comunicação de massa. São Paulo: Vozes, 1995.

fazer com que tais ideias expliquem aquela realidade, quando na verdade é essa realidade que torna compreensíveis as ideias elaboradas".

De lá pra cá, a noção de ideologia vem figurando de diferentes formas e em situações diversas. Pode-se encontrar exemplos desde o Renascimento, com Bacon (1982) alertando para a necessidade de livrar os homens das "noções falsas" que permeavam a alma dos seres através de "ídolos" – formas de "pseudo-verdades" legitimadas pelo poder das tradições –; passando pelos séculos XVIII e XIX, quando, ao ser remetida, no terreno do pensamento racional iluminista, a uma legítima "ciência das ideias", entusiasmou pensadores e políticos pelo mundo; permeando as reflexões de filósofos idealistas clássicos, como Kant e Hegel acerca da categoria 'sujeito', que foram fundamentais para inseri-la no horizonte das abordagens críticas; até se consagrar como categoria medular no pensamento marxiano e nos seus subsequentes desdobramentos durante o século XX.

De sua utilização primeira às apropriações na atualidade, à ideologia, de acordo com Eagleton (1997, p. 15-16), foi proposto um sem número de definições e conceituações. Neste quadro o autor destaca a inexistência de uma coerência conceitual, de maneira que incompatibilidades e mesmo contradições são comuns no que tange às tentativas de definição do que possa vir a ser ideologia. O termo por vezes fará menção a referências ilusórias e distorcidas de uma dada realidade ou fenômeno; em contrapartida, o encontraremos referindo-se a modos, ideias e visões racionais de uma determinada parcela, segmento ou fração social.

Dentre os que consideram a ideologia sob seu "significado forte"[5], encontram-se os pensadores que seguem as correntes da tradição marxista, na qual este conceito estaria de modo geral vinculado às condições materiais de produção na sociedade capitalista, inserida na dinâmica das relações humanas. Em "A Ideologia Alemã", Marx e Engels propõem uma revisão da filosofia hegeliana, no sentido de tornar

5 Relativo às concepções de ideologia que, de alguma maneira, a referenciam atrelada à operação de "distorção no conhecimento" (KONDER, 2002, p. 10).

evidentes os pressupostos do que viria a se constituir o "materialismo histórico" em oposição à perspectiva "idealista" dos "ideólogos alemães". Na obra de Marx, a questão da ideologia encontra-se vinculada à categoria 'alienação' em termos de um não reconhecimento, por parte do trabalhador explorado, da totalidade de sua produção – diferentemente da obra de Hegel, na qual relaciona-se ao "Espírito"[6]. Em referência à postura de Marx, Eagleton (ibid., p. 78) argumenta que a própria produção das condições materiais e espirituais, inserida no contexto da alienação, seria pressuposto para a existência da humanidade – o que subjugaria a própria consciência, pois seria ela mesma, elaborada sob a égide das relações sociais de produção.

A partir deste ponto de vista, seria possível argumentar que a consciência individual se torna secundária frente a uma espécie de "consciência social" que, na percepção de Mészáros (2004, p. 65), é a expressão própria da ideologia na prática de construção e validação de critérios que suprimem a realidade conflituosa da sociedade de classes perpetuando a ordem já estabelecida. O alcance das implicações práticas de tal forma de "consciência social" seria possível pela disposição de mecanismos econômicos, culturais, políticos variados, além ainda da importância das teorias e práticas científicas (p. 116) – e, fundamentalmente, é claro, a ação social dos meios de comunicação de massa.

Mesmo na obra de Marx existe uma grande polissemia – por vezes compreendida mesmo como indefinição – quanto ao que se estaria referindo exatamente com o emprego do termo ideologia[7]. Da mesma maneira, é possível listar uma série de interpretações do pensamento de Marx acerca do conceito de ideologia, no decorrer do século XX, que são em diversas ocasiões bastante distintas da perspectiva original do autor, chegado a ser, às vezes, até mesmo contraditórias.

6 Segundo Hegel, "Espírito" está relacionado à "Razão" enquanto essência do próprio "Ser" em suas várias manifestações no mundo da "Natureza" e da "Cultura". Na filosofia hegeliana é preciso compreender a noção de "História" como um "progresso" que caminha em direção ao "Espírito" em sua plenitude: o "Espírito Absoluto" (PACINI, 1973, p. 25).

7 A este respeito ver: EAGLETON, Terry. *Ideologia*. Uma Introdução. São Paulo: UNESP/Boitempo, 1997.

Por nosso turno, alinhamo-nos às considerações de que todo fenômeno ideológico é também, e essencialmente, um fenômeno simbólico, concebendo a ideologia, assim, não apenas uma visão fictícia da realidade, que trabalhando manifestações errôneas e/ou ilusórias possibilitariam o domínio de um interesse pelo outro – tal como defendem algumas correntes radicais de um marxismo mais ortodoxo. Tampouco é unicamente a inversão dos papéis entre as ideias e os agentes dos processos históricos. Assim sendo, no contexto do quadro teórico delimitado neste estudo, a ideologia está diretamente relacionada, conforme aponta Chauí (1980, p. 3), às formas como "os agentes sociais representam para si mesmos o 'aparecer' social". E esta aparência, que não deve ser tomada puramente como sinônimo de ilusão ou falsidade, seria o modo imediato de manifestação dos processos históricos que constroem a realidade.

O espetáculo poderia ser reconhecido, dessa forma, como a materialização da ideologia (DEBORD, 1997, p. 137), uma compilação de normas e representações que nos servem de modelo de ação, padrão de convivência e de conhecimentos a serem adotados, possuindo assim, características unificadoras. O discurso ideológico procura anular as diferenças e agrupar em uma lógica única de identificação, provocando, assim, a "universalização" dos sujeitos sociais por meio da ampla difusão e representação de interesses parciais.

VI.

O 'espetáculo' deve ser compreendido aqui tanto como categoria elementar de uma teoria sociológica, como também, uma condição social. Considerando o horizonte comunicacional peculiar às linguagens *mass media*, tal condicionamento – conforme referido anteriormente neste trabalho – se sustenta em dois vetores ideológicos fundamentais: a 'imagem' tomada como 'aparência'; e a '(não)historicidade' como supressão do tempo social. Seja como for, tanto num caso como no outro, existem consequências diretas não só na maneira como são conduzidos os processos de difusão da informação acerca de assuntos

determinados, mas também, na forma como se apreende os produtos de tais empreitadas.

Relacionado ao caráter superficial da imagem espetacular, o situacionista Gilles Ivain[8] (1958, p. 17-18) identifica o que chama de "doença mental" que teria se espraiado pelo mundo moderno, "hipnotizado pela produção e pelo conforto". Em virtude disso se tem atribuído valoração mais elevada em termos de "necessidades primordiais", a aspectos da vida que estão mais diretamente ligados ao despertar do desejo pelo consumo de novidades do que propriamente ao atendimento do que é realmente indispensável. O mesmo autor (id.) exemplifica, de maneira radical, esta obsessão pela "imagem do imediato", com a seguinte assertiva: "entre o amor e a coleta automática de lixo a juventude de todos os países fez sua escolha e prefere a coleta de lixo".

Ao atribuir à questão da imagem papel de destaque em sua reflexão acerca da modernidade, Benjamin (1985) nos oferece algumas contribuições valiosas, sobretudo no que tange à discussão da experiência comunicativa na cultura contemporânea do espetáculo. Segundo o autor, o superestímulo visual que caracteriza as sociedades sob o traço do capitalismo avançado tem provocado uma autêntica "censura no movimento do pensamento", na medida em que o intenso rol de imagens acumuladas permite iluminar apenas a aparência mecânica da representação visual. Os fenômenos e relações sociais, desta maneira, se tornam presentes tão somente em sua imediaticidade perceptível, refletindo, assim, a própria natureza efêmera e fugaz da experiência espetacular moderna (ibid., p. 32). É importante chamar a atenção para o fato de que constatando que, em especial, as experiências intersubjetivas mediadas pelas linguagens conformadoras do território da comunicabilidade se encontram em estado crítico, o pensador de Frankfurt associa intrinsecamente a noção de imagem ao conceito – anteriormente citado aqui neste texto – de fantasmagoria.

8 Pseudônimo francês do poeta e teórico político russo Ivan Chtcheglov. O uso de codinomes era prática recorrente entre os situacionistas.

Dessa maneira, no espetáculo do mundo contemporâneo, em que as relações sociais são mediadas por um universo repleto de imagens imediatizadas, ocorre, segundo Debord (1997, p. 23), um 'afastamento' entre o sujeito social e sua produção, material e simbólica, considerando aqui tanto seu processo quanto seus produtos, de maneira que o quantitativo acaba por subjugar o qualitativo. As possibilidades de viver experiências das mais diversas, de forma plena e reflexiva, se esvaziam na medida em que tais vivências são substituídas pelas imagens que as representam. É possível afirmar, neste sentido, que o vetor ideológico da imagem enquanto aparência propicia a produção e reprodução, na sociedade do espetáculo, de situações de alienação.

Deve-se compreender aqui o conceito de 'alienação' fundamentalmente como não-participação e afastamento – ressignificação do conceito marxista no qual se encontra intrinsecamente apoiada à própria noção de espetáculo proposta por Debord. De acordo com o autor (ibid., p. 24), a alienação do espectador se expressa da seguinte forma: "quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo". A esta forma de alienação contemporânea na qual a ação social estaria condicionada a mediação imagética, a crítica de autores como Zizek (1991, p. 150), por exemplo, se volta especialmente às "ilusões da experiência". Com efeito, a experiência do consumo de mercadorias fundamentadas na sua representatividade imediata, e ao mesmo tempo reificada, implicaria, dentre outras coisas, na supressão das suas "propriedades nocivas" (id.), não deixando, assim, margem para uma percepção mais reflexiva e "autêntica" da própria experiência em si, e nem tampouco acerca do fenômeno/produto experenciado/consumido.

Importante ressaltar aqui que este tipo de (não)experiência alienada é mais uma dentre as consequências de um quadro social em que a forma-mercadoria se estabelece de maneira integral, sustentada numa lógica de consumo espetacular na qual o valor do produto consumido está baseado nas possibilidades aparentes (ilusórias) de satisfação dos desejos, mais intimamente ligados ao que Debord (1997, p.

33) chama de "sobrevivência ampliada". Devemos considerar, neste sentido, que, no escopo das atividades info-comunicativas, as "necessidades de consumo" estão, da mesma forma, forjadas por estes mesmo parâmetros, além de incidirem ainda no próprio modo como se constituirão as linguagens através das quais se alcançarão tais audiências alienadas. Nesta perspectiva, Agamben (2002, p. 75) acentua que a teoria do espetáculo assume como um dos seus principais pilares críticos a reflexão sobre a natureza alienada da linguagem e da comunicação na esfera do capitalismo, tornada, em última instância, mercadoria.

O segundo vetor ideológico aqui identificado na teoria do espetáculo é o da historicidade como supressão do tempo social. De acordo com Debord (2004, p. 69), o "conteúdo principal do termo história" se fundamenta na noção de passagem irreversível do tempo, em contraposição às antigas formas de relações sociais que, ancoradas nos elementos da "tradição", viviam sob o movimento do tempo cíclico. Neste sentido, ele parte da premissa de que nas atuais condições materiais de existência proporcionadas pelo próprio capitalismo avançado, se encontram as reais possibilidades de uma práxis conscientemente histórica, que, no entanto, permanecem ainda "inconscientes" e "recalcadas".

Debord (1997, p. 49) identifica na lógica mercantil capitalista a fundação de um "tempo profundamente histórico", consequente do desenvolvimento das forças produtivas e das novas condições técnico-industriais estabelecidas, que exigiam, em compasso, novas formas de relação e representação com o tempo, de maneira que, "tudo o que era absoluto, torna-se histórico". Tal reconhecimento parte da ideia de que a partir do momento em que se encontram superadas as formas sociais pré-modernas – permitindo-se aqui uma espécie de generalização histórica – baseadas na produção agrícola, e portanto, fundamentalmente dependentes das condições repetitivas da natureza, se quebram da mesma maneira, as formas temporais cíclicas a partir das quais os homens baseavam e estabeleciam suas relações diversas. Ultrapassar esse "antigo" modo de apreensão do tempo vivi-

do significou, para o autor, a possibilidade de compreendê-lo e experienciá-lo como efêmero e linear[9] –, em outras palavras, irreversível.

É preciso destacar, contudo, que, segundo o situacionista francês (ibid., p. 99-100), a passagem de uma experiência histórico-temporal baseada em ciclos para uma apreensão vetorial e contínua não significou que os sujeitos tenham assumido de maneira integral consciência dos processos sociais aí envolvidos, nem, tampouco, seu pleno domínio e controle. Por estar imersa na lógica mercantil imposta pelos mecanismos do capitalismo avançado, a noção da passagem irreversível do tempo está atrelada à condição de um "tempo das coisas", isto é, reificado, uma vez que ele próprio se torna mercadoria. Como "principal produto do desenvolvimento econômico" moderno, a historicidade no espetáculo é definida por uma concepção de "história do movimento abstrato das coisas", que, presa à superfície dos fenômenos aparentes, nega a experiência profunda e a ação reflexiva, assim sendo, lhe recusando a utilização.

Todavia, ainda que este "tempo abstrato" da sociedade do espetáculo reencontre fundamentos do antigo movimento cíclico que caracterizava e organizava as sociedades pré-modernas, não se pode falar, na contemporaneidade, de uma experiência essencialmente cíclica, já que se baseia na economia industrial moderna, e portanto, histórica. Assim considerando, nos movimentamos sob o fulcro de um "tempo pseudocíclico" (ibid., p. 104), no qual as repetições exigidas pela relação produção-consumo no âmbito do capitalismo se manifestam como um "retorno ampliado do mesmo" – ampliado justamente pelo desenvolvimento linear da produção e pelo incremento quantitativo cada vez maior do consumo (ibid., p. 107).

Seguindo esta mesma lógica, o predomínio do consumo do tempo pseudocíclico na sociedade do espetáculo conformaria uma noção de historicidade na qual se nega ao sujeito a possibilidade de "fazer sua

9 É importante notar aqui que a ideia de "linearidade", nesta perspectiva debordiana, encontra-se referida diretamente à noção de tempo e não de história, que muito pelo contrário, seria o próprio *locus* da (re)criação e do movimento inconstante e multidirecional.

própria história pessoalmente" (ibid., 1961, p. 24). Fatos vividos realmente são fadados à incompreensão e ao esquecimento, enquanto os pseudo-acontecimentos vividos na vida espetacular – delineados pela lógica do consumo de imagens aparentes, nas quais o próprio caráter social de suas intermediações se encontra obliterado – configuram uma "falsa memória espetacular do não memorável" (id., 1997, p. 107). É importante notar que a esta recusa à "vida realmente vivida", alijada de história e memória, Debord (ibid., p. 108) associa a expropriação das formas de linguagem que efetivamente possibilitem uma práxis comunicativa, livre da incidência objetiva do valor mercadológico.

Constituir-se-ia o espetáculo, neste sentido, como "organização social da paralisia da história e da memória" (id.), do abandono da história que se erige sobre a base do tempo social. A incidência de um tempo regulado pela lógica do mercado – sendo ele mesmo uma mercadoria consumível, e portanto, abstrato e definido pelo que é quantificável – sobre a forma como os sujeitos apreendem e estruturam suas relações interpessoais, os tornariam 'espectadores' de suas próprias vidas. Da mesma forma, aos indivíduos se estaria negando a autonomia para decidir sobre a importância do que é memorável, considerando que na sociedade do espetáculo o binômio lembrança-esquecimento se encontra regido pelas formulações simbólicas de poder e interesses hegemônicos ao mercado.

A condição de espectador imposta ao sujeito é, além do mais, típica dos quadros da alienação, no tocante à passividade e conformidade com que se coloca diante dos processos infocomunicativos na atualidade. Os mecanismos para a sua produção seriam essencialmente monológicos, considerando que, uma vez vinculadas às representações do tempo pseudocíclico as linguagens utilizadas não permitiriam ao indivíduo, segundo Debord (ibid., p. 107), acesso crítico a seus condicionamentos históricos. Neste sentido, ainda segundo o autor (id., p. 138), não há comunicação, mas, sim, um bloqueio do acesso à vida histórica, estabelecido pelo "espetáculo imobilizado da não-história".

VII.

Tendo em vista, portanto, a onipresença da forma-mercadoria na sociedade do espetáculo, Debord (1997) ressalta em diversas passagens ao longo de sua obra, a patente necessidade de sustentação da lógica consumista, que por sua vez, se encontra ancorada em múltiplas e numerosas práticas ideológicas destinadas à criação de estratégias que produzam uma identificação clara entre os sujeitos sociais e a extensa gama de "produtos" oferecidos. Da mesma maneira, o autor reconhece a ação fundamental dos *mass media* como potencializadores de tais formações ideológicas, que são, em grande medida, alicerçadas na aparência imediata "do que é bom", e portanto, desejável. O fato de o espetáculo sempre se apresentar como uma "enorme positividade" (ibid., p. 16) contribui para imprimir sua aceitação passiva, quase ou totalmente indiscutível. Assim, de acordo com o autor (ibid. p. 18), a transformação histórica caracterizada pela passagem do "ser" pré-moderno, ao "ter" capitalista, até chegar ao "parecer" do espetáculo, consubstancia as sociedades contemporâneas, amplamente mediadas por representações imagéticas.

É importante destacar aqui que o conceito de "aparência" utilizado por Debord não se refere simplesmente às instâncias da percepção por meio da visualidade, mas, sim, se respalda, tal como descreve Aquino (2007, p. 169-170), nos conceitos hegelianos de 'aparência' (*schein*) e 'aparição' (*erscheinung*), os quais o próprio Marx se apropriou, alertando para o seu caráter "fantasmagórico", uma vez que se apresenta objetivamente, como uma relação natural constitutiva das próprias coisas, embora seja resultado de relações sociais e históricas. Como uma das principais premissas do espetáculo é justamente a (re) produção massiva destas "imagens/aparência", o que resultaria, na perspectiva debordiana, seria uma sociedade carente de postura crítica e passiva de aceitação, onde o que se tornaria termômetro de importância das coisas da vida nada mais seria do que a rasa aparência.

De acordo com Debord (1997, p. 68-69), os fenômenos, que são essencialmente aparentes no espetáculo, e se apresentam de forma

imediata na experiência social intersubjetiva, seriam produzidos por uma lógica estrutural por ele definida como "aparência socialmente organizada". Este arranjo sistemático aparente se constituiria a partir de duas dimensões intrinsecamente articuladas, são elas a expropriação da ação social autônoma e a expropriação da linguagem efetivamente comunicativa. Trata-se, assim, de uma "subcomunicação generalizada" que, uma vez operada através da visibilidade aparente do produto mercantil, não permite o estabelecimento de canais dialógicos por meio dos quais se possa perceber, por exemplo, "que o conflito está na origem de todas as coisas" (ibid., p. 127). Daí, justamente, a decorrência da contemplação e passividades, anteriormente aqui referidas.

O quadro geral, ora colocado, descreve a esterilidade de uma vida/experiência social representada pela sua aparente superfície, que em última instância, provoca a inércia absorta da ação do sujeito em suas relações mais diversificadas, tendo como fundamento a imediatidade do vivido (ibid., p. 18). Do mesmo modo, reflete um processo de abstração no qual tais vivências estão sustentadas em suas imagens aparentes, esvaziadas – quando não, totalmente desprovidas – de conteúdo. E, ainda, tal sistema de abstração gera uma espécie de "indústria da imagem" (HAUG, 1997) que privilegia a aparência da mercadoria em detrimento do seu valor uso, justamente porque é na superfície indiferente da aparência que serão mais facilmente forjadas estratégias para se obter sua aceitação passiva. Não somente, mas, em especial no que se refere aos processos comunicativos, os produtos ofertados se cercam de linguagens de fácil entendimento e que apelam o mínimo possível à necessidade de interpretação e leitura mais aprofundada de seus conteúdos sociais significativos.

Importante deixar claro que, por seu turno, a imobilidade da historicidade espetacular se sustenta numa perspectiva de temporalidade como um contínuo, no qual os acontecimentos seguiriam um curso lógico-sequencial e ininterrupto. Tal noção é rechaçada, dentre outros, por Foucault (2005, p. 6), ao admitir a dinâmica medular dos fatos de interrupção nos processos históricos. Neste sentido, o tempo

deve ser compreendido como uma sucessão de descontinuidades, repleto de conflitos e perturbações, em outras palavras, um 'processo', suscetível a "mudanças de rota", idiossincrasias e reinterpretações de diferentes ordens. Ainda de acordo com esta lógica, a historicidade deve ser reconhecida como um nexo linguístico-narrativo composto por múltiplos e heterogêneos traçados argumentativos. Esta plurilogia que desafia a coação monológica do espetáculo possibilita evidenciar, enfim, a história em seu caráter processual, "vivo", e ao mesmo tempo, indicar que os imaginários produzidos por representações de diferentes tipos, podem ser "cultivados" em conformidade com relações de forças, poderes e interesses específicos e contextuais. Reconhecer que existe esta interconexão direta entre representação e poder implica, assim, na desnaturalização das articulações simbólicas inerentes à ideologia na historicidade espetacular.

Por ser a ideologia um processo de apagamento das diferenças e das contradições, a perspectiva histórica se encontra deslocada do discurso espetacular. Quaisquer esforços em busca da reflexão e do questionamento, portanto, serão esforços repudiados e suprimidos pelo 'espetáculo imobilizado da não-história'. Nessa diferença entre o histórico e o instituído é que se encontra justificado o sentido do que Chauí (1980, p. 6) chama de "ideia fora do lugar e do tempo", isto é, que se manifestam em sua aparência imediata como determinantes do processo histórico, quando na realidade são determinadas por esse processo. Considerando, conforme vem sendo reafirmado aqui, que nas sociedades capitalistas avançadas as relações sociais se encontram profundamente permeadas e definidas por imagens/aparência, acumuladas em grande escala, é possível a partir desta enunciação de Chauí afirmar que, da mesma forma, a verificação prática mais importante, consequente dessa inversão, é a de que no espetáculo as imagens não se encontram nos agentes sociais e suas relações, mas sim que os agentes sociais é que se encontram nas imagens[10].

10 Importante acentuar que aqui se localiza um dos principais pontos de convergência entre os dois vetores ideológicos do espetáculo identificados inicialmente.

O corte entre essência e aparência é também um dos princípios fundamentais do sistema espetacular. Sendo a sociedade mediada por imagens, a aparência se torna a medida das coisas da vida, que, por esse motivo, seria vivida como um "resumo simplificado do mundo sensível" (DEBORD, 1997, p. 29-30). Essa é uma questão fundamental no projeto espetacular no que se refere à utilização da esfera *mass media* como instância alienante. Os meios de comunicação de massa inseridos no contexto espetacular, em que a organização social é engendrada de modo a "paralisar a história", promoveriam uma difusão de informações, na qual se permitiria uma apropriação imprecisa da relação reciprocamente condicionada entre os conteúdos informados e as múltiplas e diversificadas relações de interesses que definem a sociedade.

Segundo a percepção de Debord (ibid., p. 92), o legítimo fundamento da historicidade, pautado na experiência concreta e qualitativa da passagem de um tempo irreversível, é diretamente dependente da ação dialógica inerente à práxis comunicativa. O estabelecimento de uma "linguagem geral da comunicação histórica" é o que torna possível, segundo o autor, a consciência do memorável em intrínseca relação dialética com o esquecimento, vale dizer, tendo revelado o caráter processual de seus nexos sócio-históricos. Neste sentido haveria uma espécie de reapropriação, por parte dos sujeitos sociais, de seu *topos* na "arena" da história, considerando que as "batalhas" nela travadas acontecem no próprio dia-a-dia do presente vivido. A "história consciente" é indissociável da linguagem dialogal, e primordialmente, ativa/participativa, na qual estaria garantida a oportunidade de se colocar crítica e reflexivamente diante dos conteúdos comunicados, retornando aos indivíduos, em última análise, o poder de decisão e transformação do real.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, G. *Glosas marginais aos Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Trad. João Gabriel. In: RIZOMA.NET. Potlatch, 2002. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/46876553/Potlatch-Rizoma-net>. Acesso em: 27 jul. 2013.

AQUINO, J. E. F. "Anotações sobre A sociedade do espetáculo: apresentação de uma edição pirata". Belo Horizonte: *Coletivo Acrático Proposta*, 2001 [www.rizoma.net/interna.php?id=133&secao=potlatch].

_____. *Reificação e linguagem em Guy Debord*. Fortaleza: EdUECE/Unifor, 2006.

_____. "Espetáculo, Comunicação e Comunismo em Guy Debord". *Kriterion*, Belo Horizonte, nº 115, Jun/2007, p. 167-182.

BACON, F. "Novum organum". In: *Bacon*. São Paulo: Nova Cultural, 1982. Coleção Os Pensadores.

BENJAMIN, W. Paris, capital do século XIX. *Walter Benjamin*, v. 2, p. 30-43, 1985.

CHAUÍ, M. *O que é ideologia?* São Paulo: Ed. Brasiliense, 1980. Coleção Primeiros Passos.

CORREIA, J. C. "Os administradores de ilusões: espectáculo, subjectividade e ideologia na cultura mediática contemporânea". *Media & Jornalismo*, v. 2, n. 2, 2003.

DEBORD, G. *Rapport sur la construction des situations et sur les conditions de l'organisation et de l'action de la tendance situationniste internationale*. Paris: Centro Georges-Pompidou, 1989. Catálogo de exposição sobre a Internacional Situacionista.

_____. *Oeuvres cinématographiques complètes 1952-1978*. Paris: Gallimard, 1994.

_____. *A sociedade do espetáculo* – Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

_____. "Teses sobre a revolução cultural". *Apologia da Deriva*, 2003.

_____. *Correspondance*. Paris: Fayard, 2004.

DUARTE, R. "Expressão como fundamentação". *Kriterion*, Belo Horizonte, Departamento de Filosofia FAFICH/UFMG, n. 91, jan.-jul./1995.

EAGLETON, T. *Ideologia*. Uma Introdução. São Paulo: UNESP/Boitempo, 1997.

EL HAJJI, M; OLIVEIRA, I. "Sociedade do espetáculo, consumo e prática museológica". In: MAST Colloquia; 12. *O Caráter Político dos Museus*, Rio de Janeiro: MAST, 2010.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense, 2005.

HAUG, W. F. *Crítica estética da mercadoria*. São Paulo: Ed. UNESP, 1997.

IVAIN, G. "Formulaire pour un urbanisme nouveau". *Internationale Situationniste*, n° 1, p. 17-18, 1958.

JAPPE, A. A Arte de Desmascarar. "A Sociedade do Espetáculo: um dos principais libelos contra o capitalismo". *Folha de São Paulo*, São Paulo, 17 ago. 1997. Editoria Mais, p. 5-8.

KONDER, L. *A questão da ideologia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

MÉSZÁROS, I. *O Poder da Ideologia*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

NEGRINI, M; AUGUSTI, A. R. *O legado de Guy Debord*: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra. Biblioteca on-line de ciências da comunicação. 2013.

PACINI, D. *Política e direito (filosofia e ciência)*: analítica de uma nova filosofia da política e do direito na sociedade tecnológica e industrial do futuro. Rio de Janeiro: Borsoi, 1973.

VATTIMO, G. *A sociedade transparente*. Lisboa: Relógio d'Água, 1992.

VIRNO, P; AGAMBEN, G. "Cultura e produzione sul palcoscenico". In: AGAMBEN, G. et al. *I situazionisti*. Roma: Manifestolibri, 1991.

ZIZEK, S. *O mais sublime dos histéricos*: Hegel com Lacan. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.

Artigo recebido em julho [illegible] Aprovado [illegible] setembro [illegible]