

### Capítulo 3

# Interpretação das relações entre produção e consumo nas propagandas televisivas e virtuais

O homem, ao separar o trabalho manual do trabalho intelectual, cria uma divisão significativa no curso da história. E, conseqüentemente, cada trabalho é valorizado de forma diferente, sobrepondo interesses individuais aos interesses comuns. As recompensas também são diversas, o homem que exerce um trabalho intelectual (perceberá um salário maior) terá maior acesso à cultura, ao lazer, às atividades prazerosas da vida, ao passo que para os homens destinados ao trabalho manual pouca, ou nenhuma atividade intelectual lhe é considerada. (MARX E ENGELS, 1980)

É criada e justificada uma massa de trabalhadores (sem acesso à propriedade privada), sem acesso ao capital ou alguma forma de satisfação. O processo ideológico toma corpo e o trabalhador não ousa se insurgir frente ao sistema capitalista. O trabalho como fonte segura de subsistência, o homem como o estio da família, a individualidade perpetrada pela divisão do trabalho, são alguns dos fatores que sustentam o sistema, de forma ilusória. Marx e Engels (1980) buscam desmistificar a sociedade burguesa e o sistema de produção capitalista com o conceito de ideologia.

As ideias (*Gedanken*) da classe dominante são, em todas as épocas, as ideias dominantes; ou seja, a classe que é a força material dominante da sociedade é, ao mesmo tempo sua força espiritual dominante. A classe que dispõe dos meios de produção material dispõe também dos meios de produção espiritual, o que faz com que sejam a ela submetidas, ao mesmo tempo, as ideias daqueles que não possuem os meios de produção espiritual. As ideias dominantes são, pois, nada mais que a expressão ideal das relações materiais dominantes, são essas as

relações materiais dominantes compreendidas sob a forma de ideias; são portanto, a manifestação das relações que transformam uma classe em classe dominante; são dessa forma, as ideias de sua dominação. Os indivíduos que formam a classe possuem, entre outras coisas, também uma consciência e, por conseguinte, pensam; uma vez que dominam como classe e determinam todo o âmbito de um tempo histórico, é evidente que o façam e toda a sua amplitude e, como consequência, também dominem como pensadores, como produtores de ideias, que controlem a produção e a distribuição das ideias de sua época, e que suas ideias sejam, por conseguinte, as ideias dominantes de um tempo. (MARX, ENGELS, 1980, p. 10)

Assim, o sistema econômico, sustentado pela classe dominante, inverte valores, criando um véu esfumado sobre a realidade. Essa inversão é transpassada para o processo produtivo, subestimando o valor do trabalho e sobrevalorizando o capital e seu sistema escatológico. O trabalhador se sente uma pequena peça do processo de produção, um número de inventário qualquer, sem a devida importância. Assim a classe dominante, apropria-se da mais valia, adquire um estilo de vida “compatível com sua classe social” e a massa de trabalhadores continua domesticada, dominada e alienada pelo sistema de produção.

O filme-documentário “A Servidão Moderna”, de Jean-François Brient e Víctor León Fuentes (2007), é um trabalho de caráter altamente crítico ao atual sistema de produção capitalista, sistema que impinge ao homem uma pseudo liberdade, uma condição de cidadãos incompletos. Abaixo, segue o introito do referido documentário:

A servidão moderna é uma escravidão voluntária, aceita por essa multidão de escravos que se arrastam pela face da terra. **Eles mesmos compram as mercadorias que lhes escravizam cada vez mais. Eles mesmos correm atrás de um trabalho cada vez mais alienante, que lhes é dado generosamente se estão suficientemente domados. Eles mesmos escolhem os amos a quem deverão servir. Para que essa tragédia absurda possa ter sucedido, foi preciso tirar desta classe, a capacidade de se conscientizar sobre a exploração e a alienação da qual são vítimas. Eis então a estranha modernidade da época atual.** Ao contrário dos escravos da Antiguidade, aos servos da Idade Média e aos operários das primeiras revoluções industriais, estamos hoje frente a uma classe totalmente escrava, que no entanto não se dá conta disso ou melhor ainda, que não quer enxergar. Eles não conhecem a rebelião, que deveria ser a única reação legítima dos explorados. Aceitam sem discutir

a vida lamentável que foi planificada para eles. A renúncia e a resignação são a fonte de sua desgraça. **Eis então o pesadelo dos escravos modernos que só aspiram a deixar-se levar pela dança macabra do sistema de alienação. A opressão se moderniza estendendo-se por todas as partes, as formas de mistificação que permitem ocultar nossa condição de escravos.** Mostrar a realidade tal qual é na verdade e não tal como mostra o poder constitui a mais autêntica subversão. Somente a verdade é revolucionária. (BRIENT, FUENTES, A servidão Moderna, 2007)

Em que pese o caráter crítico do trecho inserido acima, fazem-se necessárias algumas indagações. Será que somos escravos do atual sistema de produção capitalista? Mas, se as pessoas são livres para escolher onde trabalhar, são livres para escolher o que comprar, então não há que se falar em escravidão? Será que somos tão livres assim? Não, não somos. Se pensarmos no trabalho manual, mesmo os que possuem características de trabalho intelectual, há uma planificação dos postos de trabalho, ou seja, as indústrias possuem a mesma estrutura de trabalho, com máquinas ditando o ritmo de trabalho dos trabalhadores. Mesmo o trabalho com viés intelectual, pleno, padece de uma monótona homogeneidade de atividades, padronização de funções.

Por outro lado, também não somos tão livres assim no momento de escolher o que comprar, de consumir. As mercadorias disponibilizadas pelo sistema de produção hodierno são concebidas a partir de necessidades criadas pelo próprio sistema capitalista. O que nos resta é consumir, seja em grandes hipermercados, onde a gigantesca gama de mercadorias nos passa a sensação de liberdade de escolha, seja nos templos de consumo mais exaltados atualmente, o shopping center, que possui uma infinidade de lojas e produtos que nos escravizam cada vez mais. Nessa esteira, o filme-documentário A “Servidão Moderna” sintetiza a forma da existência do homem capital, ao apontar que o homem é o escravo moderno acumulador de mercadorias, possuindo a ilusão da felicidade efêmera.

Recorrendo à história: em meados dos anos 1970, o consumo realizado pela classe trabalhadora começava a ser integrado e utilizado na valorização do capital. Em resenha elaborada com base nos debates realizados em sala de aula durante a disciplina Sociologia do Trabalho e Sindicato (2009), ministrada pela Professora Doutora Leila de Menezes Stein, em curso de Pós-graduação em Sociologia – Unesp Araraquara, em que fora estudada a obra “Trabalho e Capital Monopolista” de Harry Braverman, concluiu-se:

No entanto, para Braverman, diante da transformação reiterada dos meios de subsistência da classe trabalhadora em capital e da mercantilização geral da vida, **o consumo da classe trabalhadora também passa a integrar a valorização do capital**. Mudam os hábitos, a cultura operária, seu lazer. Muda a cultura política da classe e suas instituições de representação. Por esta via é que aponta sua avaliação de uma relativa domesticação das lideranças dos trabalhadores norte-americanos. (Para uma Revisão do Conceito de “Degradação do Trabalho”: Resenha de “Trabalho e Capital Monopolista” de Harry Braverman, 2009)

Para Braverman (1980), autor do livro “Trabalho e Capital Monopolista”, a classe trabalhadora perdeu gradativamente o ânimo e ambição de retirar o controle da produção capitalista das mãos dos empresários, restando apenas a barganha na participação do trabalho no produto, seja pelo alto grau de complexidade da produção capitalista, seja pelos próprios ganhos auferidos pelos trabalhadores com o incremento da produtividade. Assim, o processo de controle e possível domesticação do trabalhador tinha início nessa fase de transição do capitalismo industrial para o capitalismo atual.

Braverman (1980) sentia que os trabalhadores começam a ficar satisfeitos com os ganhos que advém da implementação de políticas de alta produtividade, sente que a divisão do trabalho em inúmeras tarefas e a eficácia da gestão do capital pelos detentores dos meios de produção somada aos ganhos proporcionados pelo incremento da produtividade, tendem a domesticar os trabalhadores. Eles produzem, trabalham, mas também tem direito a consumir.

Voltando ao filme-documentário “A Servidão Moderna”, podemos ter uma visão da forma com que a alienação permeia a vida social das pessoas, criando uma trama ideológica perspicaz e eficiente, senão vejamos:

A mercadoria, ideológica por essência, despoja de seu trabalho aquele que a produz e despoja de sua vida aquele que a consome. No sistema econômico dominante, já não é mais a demanda que condiciona a oferta, mas a oferta que determina a demanda. Então é assim que de maneira periódica, surgem novas necessidades que são rapidamente consideradas como vitais para a maioria da população: primeiro foi o rádio, depois o carro, a televisão, o computador e agora o telefone celular. Todas estas mercadorias, distribuídas massivamente em um curto lapso de tempo, modificam profundamente as relações humanas: servem por um lado para isolar os homens um pouco mais de seu semelhante e por outro a difundir as mensagens dominantes do

sistema. As coisas que se possuem acabam por possuir-nos. (BRIENT, FUENTES, A Servidão Moderna, 2007)

Guardadas as devidas proporções, nós, consumidores, podemos ser descritos como servos do consumo. A Universidade Federal do Rio de Janeiro, por meio do curso de graduação bacharelado em Dança e de seus alunos, elaborou e desenvolveu um trabalho sobre o tema “Cárcere”, como sendo à base de um espetáculo. Os alunos associaram a palavra manipulação ao tema cárcere, que também pode significar prisão. Por meio dessa análise do termo manipulação chegaram a algumas conclusões, que a aluna Camila Honório relata na reportagem: manipulação é sub-tema de cárcere, podemos estar “presos”, “amarrados” devido a manipulações que sofremos; somos manipulados na vida cotidiana de diversas maneiras, como por exemplo, na escravização pelo uso do celular. Nós queremos ter as coisas, nós precisamos ter as coisas. Os objetos nos aprisionam. Somos manipulados pelo consumo. Precisamos de um objeto o tempo inteiro. Concentramo-nos mais nisso, ou seja, no consumo de mercadorias do que em outras atividades que poderíamos estar vivendo. Nos ensaios, um aluno impede que outro aluno se movimente livremente, obstruindo seus movimentos, manipulando suas ações e seus movimentos, assim como a sociedade capitalista nos manipula, mormente na direção de nossas escolhas de consumo.

Paul M. Sweezy, em brilhante prefácio escrito à obra Trabalho e Capital Monopolista (*apud* BRAVERMAN, 1980), concluindo-o, arremata:

Devo concluir essas observações com uma confissão: a leitura deste livro foi para mim uma experiência emocional, algo semelhante, suponho: à de milhões de leitores do volume I de *O Capital*. O triste, horrível e comovente modo em que a grande maioria de meus concidadãos, homens e mulheres, assim como milhões de pessoas na maior parte do mundo, são obrigados a passar suas vidas no trabalho, gravou-se na minha consciência de maneira dolorosa e inesquecível. E quando penso em todo o talento e energia que diariamente são canalizados de modos e meios deliberados para tornar maior seu sofrimento, tudo em nome da eficiência e produtividade, mas de fato para a maior glória do deus Capital, meu espanto ante a capacidade da humanidade para criar um sistema tão monstruoso só é ultrapassado pelo estarrecimento ante a sua disposição a tolerar a continuação de um dispositivo tão evidentemente destrutivo do bem-estar e felicidade de seres humanos. Como seria maravilhoso este mundo se o mesmo esforço, ou apenas metade dele, fosse dedicado a tornar o trabalho uma atividade alegre e

criativa como pode ser. Mas, em primeiro lugar, é preciso que todos compreendam o que o capitalismo realmente é, e porque sua aparente necessidade e inevitabilidade são, de fato, a pele de cordeiro para ocultar o puro interesse próprio de uma escassa minoria. Estou convencido de que este livro pode dar uma contribuição vital para esse indispensável esclarecimento. (SWEEZY, Prefácio à Obra Trabalho e Capital Monopolista, BRAVERMAN, 1980, p.09)

Whitaker (2002), lembrando Chauí, cita um exemplo de processo ideológico, de inversão de causa e efeito na sociedade brasileira: no senso comum e até na ciência há os que defendem a ideia de que se deve combater a pobreza controlando a taxa de natalidade. Whitaker (2002) leciona que “na verdade as pessoas têm muitos filhos porque são pobres e não são pobres porque têm muitos filhos”. Ter muitos filhos era uma forma de sair da linha da pobreza. Mas a fantasmagoria do processo ideológico quer que acreditemos que as pessoas são pobres porque querem, já que elas são culpadas de sua condição social.

Nesse ponto, trazemos à lume o filme-documentário “Garapa”, do lúcido diretor José Padilha. Neste documentário, ele acompanhou, por quatro semanas, a vida de três famílias do Estado do Ceará. O tema do filme é a fome. A garapa é a água com açúcar com que as mães alimentam seus filhos. Mas é perceptível que apesar da fome, as famílias têm no mínimo três filhos. As famílias têm muitos filhos porque acreditam que nem todos vão “vingar”. E os que viverem significarão mais braços para cultivar a terra ou para buscar água nos córregos.

Contudo a ideologia pode ir adentrando e fragmentando a cultura. O processo ideológico condiciona a cultura ao interesse do sistema capitalista. Whitaker, com dados de Ocada (2003), constrói um exemplo marcante que ilustra tal assertiva: o *Gambarê* seria um valor cultural muito forte e presente na sociedade japonesa. Segundo Sakurai (1993, *apud* Ocada, 2003) *Gambarê* faz referência àquela força interior que o ser humano possui para enfrentar os obstáculos da vida. Contudo o termo *Gambarê*, apropriado e distorcido pela ideologia capitalista (um conceito cultural sendo ideologizado) passou a ser utilizado, nas fábricas, de forma a estimular o trabalhador a sempre se esforçar mais. Principalmente quando exausto durante um árduo trabalho, o trabalhador ouvirá “*Gambarê*”, para não diminuir seu ritmo de produção. A fantasmagoria apoderando-se um conceito milenar da cultura japonesa.

Na sociedade ocidental contemporânea o ter é mais importante do que

o ser. As corporações conseguiram implementar um modo de vida baseado em um consumismo desenfreado, e assim o fetiche ligado a uma mercadoria, mesmo que não possa ser visto, manipula nossas sensações e condiciona nosso modo de consumo.

Contudo, porque nos tornamos seres tão passivos, tão dominados perante a ideologia adotada pelo sistema capitalista? A divisão do trabalho em manual e intelectual criou uma casta privilegiada na sociedade contemporânea. Essa camada privilegiada é a classe dominante; que possui controle dos meios materiais e espirituais. Representa toda a população? Pelo menos nos sentimos assim, mas quando foi que demos legitimidade para sermos representados por esta classe dominante?

Dessa forma, em meados do mês de julho é comum os jornais televisivos trazerem matérias jornalísticas acerca das atividades que as crianças podem fazer nas férias. Na primeira semana de julho de 2012, a âncora do Jornal Hoje (que insiste em dizer JH, palavra muito mais fácil de ser assimilada pelo grande público) começa a reportagem perguntando o que os pais podem fazer nas férias para controlar a energia que as crianças possuem, já que como estão sem aulas possuem muito mais tempo livre. E interessante o local em que a reportagem foi parar para ilustrar a matéria: Shopping Center. Entrevistaram crianças do sexo feminino fantasiadas como personagens de conto de fadas e crianças do sexo masculino fantasiadas de heróis. E é claro entrevistaram pais exaustos com a dupla jornada: além de trabalhar eles têm de levar seus filhos para brincar no Shopping.

Esses exemplos são para ilustrar nossa pesquisa. Há momentos nas relações sociais em que a ideologia, impregnada na sociedade capitalista por meio do sistema produtivo e divisão de classes sociais, invade o campo da cultura e com esta mescla-se, invertendo valores, invertendo causas e efeitos, e justificando os ideais e ideias da classe dominante.

A banda britânica Pink Floyd elaborou uma música chamada Another Brick in The Wall (Mais um Tijolo no Muro). A música é uma crítica ao rígido sistema de educação inglês, e foi composta em 1979. A educação é a forma mais convencional de obtenção de cultura, contudo a cortina esfumaçada da ideologia pode impregnar essa forma tão natural de obtenção de cultura. Roger Waters, integrante do Pink Floyd, captou e transformou em palavras essa assertiva, senão vejamos:

Papai se foi através do oceano, Deixando apenas uma lembrança: Um instantâneo no álbum de família. Papai, o que mais você deixou para

mim? Papai, o que você deixa para trás, para mim? No total, foi apenas um tijolo no muro... No total, foi tudo apenas tijolos no muro...  
Nós não precisamos de educação! Nós não precisamos de controle mental! Nada de sarcasmo negro na sala de aula!  
Professores, então, deixem as crianças em paz! Hey, professores, deixem as crianças em paz!! (WATERS, 1979, The Wall).

Muitas são as formas de dominação engendradas no modo de vida da sociedade capitalista. As corporações perceberam isso há tempos. Nas reuniões realizadas entre os gestores (grandes executivos) e as áreas de Recursos Humanos e Publicidade, a palavra mais articulada e mais visada é oportunidade. O sistema capitalista transforma as oportunidades (que podem ser as lacunas presentes no mercado e que geram a inserção de um novo produto, ou o incremento das vendas de outro) em necessidades. A produção cria os objetos que correspondem às necessidades, criando, assim o consumidor (MARX, 1978). Dialeticamente, por meio da criação de oportunidades, continuamos dominados pelo Capital, que se reinventa para nos manter domesticados.

A mercadoria possui um caráter individual, estamos em uma sociedade individualista, é natural (mas não deveria ser facilmente aceito) que as mercadorias se personifiquem e o consumo ganhe status de sagrado. Pelo conhecimento comum, existem pessoas que moram no interior se dirigirem até os grandes centros urbanos para realizar suas aquisições de roupas, já que por lá é possível adquirir uma peça exclusiva, que por certo não será encontrada no meio ambiente de sua morada.

Nesse sentido o fetiche da mercadoria assume caráter preponderante. O minidicionário Aurélio da Língua Portuguesa (2012), conceitua fetiche como sendo um objeto animado ou inanimado, feito pelo homem ou produzido pela natureza, ao qual se atribui poder sobrenatural e se presta culto. Marx (1975) trabalhou nesse sentido ao definir fetiche como o fenômeno através do qual a “forma” mercadoria esconde as relações e o ser humano no processo de industrialização transmite valores e sentimentos seus à mercadoria produzida.

Marx (1975) se utilizou da parábola bíblica de Moisés para buscar a fonte do termo fetiche. Moisés vagou quarenta anos com o povo Judeu procurando a terra prometida. Cansados da peregrinação e descrentes, Moisés decide retirar-se para meditar e deixa seu povo em uma terra fértil. Assim Moisés passa muito tempo meditando no monte Sinai e certo dia os céus se abrem e ele recebe de Deus o sinal tão desejado: as tabuas da

salvação contendo os dez mandamentos. Moisés retorna para seu povo, mas este havia se reorganizado política e espiritualmente, a ponto de adorar outros deuses. Os judeus haviam fundido ouro e joias e criado um objeto para adoração (possivelmente um bezerro), tal objeto seria considerado um fetiche.

Enriquecendo o assunto ora analisado, qual seja o fetiche que a mercadoria provoca nas pessoas, no filme *Notícias da Antiguidade Ideológica: Marx, Eisenstein, O Capital* (2008), cinematografado por Alexander Kluge, o filósofo Peter Sloderdijk traça um perfil acerca do fetiche da mercadoria. O filósofo lembra que buscando a etimologia da palavra fetiche é preciso voltar-se ao continente Africano, mais precisamente durante os primeiros contatos dos portugueses (navegações e comércio) com a cultura africana. Os povos de certas tribos da África possuíam rituais peculiares aos olhos dos católicos portugueses. Eles criavam iconografias com forma humana, em madeira, com aspectos faciais horrendos. Nesses rituais buscava-se dotar essas figuras com as forças da alma. Assim, explica o filósofo, para cada desejo ou maldição humana, um prego era inserido no corpo do fetiche. O fetiche representava ideias ou gestos elementares que, mesmo realizados pela primeira vez, possuem um significado para o ser humano.

Parafraseando Marx, o filósofo Sloderdijk (2008), discursa que a qualidade das pessoas mais valiosas são canalizadas às mercadorias pela divisão do trabalho. Seria como se, de alguma forma, parte dos valores, dos sentimentos, das emoções, dos medos, dos trabalhadores fossem transmitidos às mercadorias. E esses sentimentos seriam resgatados quando do ato do consumo da mercadoria, pois assim a o processo restaria completo. Sloderdijk lembra que na Antiguidade os pensadores já haviam se deparado com esses conceitos de fetiche, contudo, como não conheciam o modo de produção capitalista, convencionou-se chamar esse fluxo de intenções subjetivas como impulso.

Dessa forma, acreditamos que o modo de produção capitalista, cria uma camada privilegiada, a classe dominante. Esta, por sua vez, controla os meios de produção e os meios de comunicação em massa, assim por instrumentos de dominação altamente ideológicos, mantêm a classe dominada controlada. As duas classes fazem parte de uma sociedade enfeitada pelo fetiche da mercadoria, e assim, cada qual em sua condição financeira, se rende aos encantos das mercadorias e obtêm certo prazer com suas aquisições. A classe dominada, esterilizada mentalmente devido à sua entrega aos meios de comunicação em massa, mormente a televisão,

entregue ao sistema capitalista como se fosse este a única saída, não faz ideia de como é alienada e manipulada nas escolhas que faz durante sua vida. Da compra de uma simples mercadoria, passando pela melhor escola para seus filhos e chegando ao bastião da democracia, qual seja o voto, somos manipulados pela ideologia.

Neste compasso, a classe dominante, detentora dos meios de produção, detentora dos meios de comunicação, impõe a produção como o maior valor simbólico da economia. Fazer mais e melhor, com menos e em menor tempo. As necessidades são criadas pela classe capitalista dominante, e o fetiche termina por impor um consumo quase abençoado em uma sociedade extremamente individualista.

A ideologia presente na sociedade industrial em que a racionalidade instrumental impera, devido a todos os acontecimentos histórico-culturais por quais passamos e vivemos, levou ao patamar mais elevado o conceito de produtividade máxima. Claro que para isso utilizou-se dos recursos naturais e recursos humanos de forma intensiva. A sociedade industrial incorporou muito bem o conceito de disciplina.

Segundo Aurélio (2012) o *marketing* seria “o conjunto de estratégias e ações relativas a desenvolvimento, apreçamento, distribuição e promoção de produtos e serviços, e que visa a adequação destes ao mercado”. Do mesmo léxico extrai-se que a propaganda é a forma de promover o conhecimento e aceitação de ideias e produtos, mercadorias, por meio da vinculação na mídia de mensagens pagas, publicidades direcionadas.

Os profissionais de *marketing* entendem o valor presente neste trabalho. Mas para alguns desses profissionais a publicidade e a propaganda não vendem. É comum ouvir de renomados profissionais do marketing que “ninguém obriga o consumidor a comprar”. *Mutatis Mutandis* a propaganda faz a vez daquele indivíduo que oferece a corda para o suicida.

Pierre Bourdieu (1997), sociólogo reconhecido mundialmente, foi muitas vezes censurado, por diversas vezes foi apontado na imprensa como “terrorista intelectual”, adepto do “pensamento único”, populista, talvez por sua análise da televisão e da mídia, e por suas inexoráveis intervenções contra o neoliberalismo. Bourdieu (1997), em seus estudos, tendo como esteio os conceitos marxistas da luta de classes, baseada nos fatores econômicos, introduziu um novo conceito, para tratar do controle social de um estrato sobre o outro, o conceito de violência simbólica. Tal conceito reforça a dominação de um estrato social sobre o outro, centrada no estilo de vida das pessoas. O estilo de vida das pessoas é baseado por fatores econômicos, como

Marx afirmara, entre outros fatores.

Marx (1980), Bourdieu (1997), e outros renomados cientistas, se debruçaram sobre questões atinentes ao processo de dominação. Tema muito complexo, pois a dominação realizada pela classe dominante, seja por questões econômicas ou pela sutil introdução da violência simbólica, possui como palco relações humanas em determinado contexto social. Ainda há que se considerar a forma de chegada e consolidação da dominação, que ocorre de forma cadenciada, prudente, sem maiores alarmes, de tal modo que a classe dominada não compreende esse processo. A violência simbólica e o processo ideológico do capitalismo são como um eclipse solar, obstruindo a luz que paira sobre a realidade dos fatos, patrocinando o ilusionismo do processo de produção capitalista.

Assim, ante o exposto, sendo com a glosa de Marx (1978), com as lições de Whitaker (2005), com o escólio de Bourdieu (1997), chegamos a algumas conclusões: temos conhecimento que uma classe social exerce domínio sobre a outra, e que essa dominação é realizada sem a percepção da classe dominada, sob o manto de uma ilusão do sistema de produção capitalista, e que os meios de comunicação (mormente a televisão) são os instrumentos utilizados para tranquilizar, administrar, domar, dominar esta classe social, qual seja a massa de trabalhadores. Seja por programas de variedades exibidos principalmente nas redes de televisão aberta, seja fomentando o consumo como forma de amenizar as consequências trazidas pela pseudo-escravização que o modo de produção capitalista impôs, a classe dominante se mantém no poder.

Mas qual o maior prejuízo advindo do sistema de produção capitalista, em uma ótica de desenvolvimento social do indivíduo? O modo de produção inserido pelo capital transforma os trabalhadores em engrenagens de uma grande máquina: isto é nítido nas grandes corporações. As máquinas dominam o cenário das empresas transnacionais, o trabalhador é inserido nesse sistema como um parafuso segurando alguma parte da máquina. O trabalhador é um número, um inventário, a mão de obra que vende a sua força de trabalho em troca de salário. Não há espaço para a criatividade, o trabalhador vai a reboque da máquina. Chomsky e Foucault, em debate intitulado “On Human Nature” (1971) tratando dos elementos existentes na natureza humana, discorrem:

Bem, deixe-me começar referindo a algo que já discutimos que é, se está correto como eu acredito que esteja, que o elemento fundamental da natureza humana é a necessidade do trabalho criativo, de investigação

criativa, de uma criação livre sem o limitado efeito arbitrário das instituições de investigação criativa, de uma criação livre sem o limitado efeito arbitrário das instituições aí, claro, sucede que uma sociedade decente deve maximizar as possibilidades dessa característica humana fundamental para ser realizada. Isso significa tentar superar os elementos de repressão e opressão e destruição e coerção que exista em qualquer sociedade existente – a nossa por exemplo – como um resíduo histórico. Agora um sistema federativo, descentralizado de associações livres, incorporando o econômico assim como outras instituições sociais, seria isso ao que me refiro como anarco-sindicalismo e me parece que é a forma apropriada de organização social para uma sociedade tecnológica avançada na qual seres humanos não são forçados a colocarem-se na posição de ferramentas, de engrenagem na máquina em que o desejo criativo humano que eu considero intrínseco a natureza humana será de fato capaz de realizar ele mesmo o que ele será....não sei de que maneiras ele será. (CHOMSKY, 1971)

De uma forma elegante Chomsky (1971) faz uma crítica ao atual modelo de produção de nossa sociedade, que aniquila qualquer forma de extrapolação da criatividade do ser humano, transformando-o em uma ferramenta, uma engrenagem que pode ser trocada por uma mais nova, haja vista a dificuldade das pessoas com mais idade conseguirem trabalho, ou por uma ferramenta menos onerosa, que perceba menores salários. O sistema econômico dita a direção da sociedade, significa a vitória do capital sobre os valores humanos? Chomsky continua sua exteriorização e Foucault indaga outro ponto:

Chomsky: Outra tarefa é entender muito claramente a natureza do poder, opressão, terror e destruição na nossa sociedade. E isso certamente inclui as instituições que você mencionou assim como as instituições centrais de qualquer sociedade industrial. Ou seja, as instituições econômicas, comerciais e financeiras e em particular, no período que se aproxima, as grandes corporações multinacionais que não estão muito longe de nós fisicamente esta noite. Essas são as instituições básicas de opressão, coerção e regra autocrática que parecem ser neutras apesar de tudo que dizem: “bem, nós somos sujeitos à democracia da situação do Mercado”. Ainda, eu acho que seria uma grande vergonha colocar inteiramente de lado o pouco mais da tarefa filosófica e abstrata de desenhar as conexões entre um conceito de natureza humana que dá pleno alcance para a liberdade, dignidade e criatividade e outras características humanas fundamentais e relacionar isso para alguma

noção de estrutura social em que essas propriedades podem ser compreendidas e na qual a vida humana significativa possa acontecer. (CHOMSKY, 1971)

FOUCAULT: Sim, mas não existe um perigo nisso? Se você disse que uma certa natureza humana existe, que essa natureza humana não recebeu na sociedade atual os direitos e as possibilidades que os permitam se realizarem. Isso é o que você disse, creio eu. Se se admite isso, não se corre o risco de definir essa natureza humana – que é ao mesmo tempo ideal e real, que tem sido ocultada e reprimida até a atualidade – em termos apropriados de nossa sociedade, de nossa civilização, de nossa cultura? É a noção de natureza humana como você sabe muito bem, é muito difícil definir a natureza humana. Não corremos o risco de incorrer em um erro? Mao Tse-Tung falava de natureza humana burguesa e de natureza humana proletária, e considerava que não eram as mesmas. (FOUCAULT, 1971)

Noam Chomsky (1971) e Michel Foucault (1971) divergem sobre os elementos existentes na natureza humana. Para Chomsky a sociedade deve procurar verdadeiros conceitos humanos de justiça, decência, bondade e simpatia, valores que acabaram oprimidos pela classe dominante. Foucault acredita que a justiça funciona no interior de uma sociedade de classe como reivindicação feita pela classe oprimida e como justificação por parte dos opressores. Mas em que ambos concordam é que a natureza humana não é simples de ser explicada e que existe uma classe que oprime, causa terror e destruição na nossa sociedade.

Contudo é preciso afastar um equívoco muito comum na análise do binômio produção e consumo. O documentário Consumo: qual o limite? (BRUINI, 2009), busca demonstrar como nossas opiniões no cotidiano, visando satisfazer nossos desejos de consumo, influenciam na degradação dos recursos naturais. Adota, portanto o referencial ideológico que culpa o consumidor pela crise ambiental.

Afinal, quais os limites para o nosso consumo? Do que necessitamos realmente? Consumimos para atender nossas necessidades básicas ou para satisfazer nossos desejos? Qual a linha entre consumo irresponsável e consumo necessário e quais suas consequências? Essas são algumas das reflexões que o documentário nos leva a fazer, e por isso o filme é considerado como uma importante ferramenta de conscientização sobre a responsabilidade individual e sobre as questões sócio-ambientais, alertando sobre as consequências da nossa omissão

frente a realidade ao nos mantermos como simples consumidores e não assumirmos nosso papel como cidadãos. (BRUINI, 2009)

Neste momento chamamos a atenção para as lições de Miotto (2005), pois para as Corporações o desenvolvimento sustentável, ou a economia verde, ou o capitalismo verde, é uma vantagem competitiva, que veio para incrementar os lucros em uma oportunidade de negócios nunca antes vista. O desenvolvimento sustentável não veio para salvar o Planeta como muitos cientistas propagam, mas para agregar valor à empresa, pois a ecoeficiência só será alcançada com a gestão dos recursos naturais, conciliando objetivos econômicos com a preservação da natureza. Reparem que desde o Relatório de Brundtland, passando pela Carta de Roma, pela Conferência de Estocolmo, pela ECO-92 e mais recentemente pela Rio+20, nunca se falou em diminuir o ritmo de produção ou desacelerar a indústria.

Voltando a questão da influência prestada pela televisão na formação de uma parcela considerável da população brasileira, invocamos o texto de Bezzon (2005) que trata sobre este veículo de comunicação nos anos de chumbo ou época das sombras na democracia brasileira: a ditadura militar. O artigo pode nos levar a identificação de uma grande marca da comunicação televisiva, qual seja a rede Globo de televisão. A Autora atribui à mídia televisiva uma significativa parcela na introdução e permanência dos militares no poder.

Como foi possível a Roberto Marinho ter sustentado sua emissora em anos tão turbulentos, senão sendo complacente, condescendente, tolerante, com os métodos obscuros dos militares? Ainda ter saído de um regime ditatorial para um regime democrático, ainda mais forte, culminando com o auge da Rede Globo de Televisão. Em outros tempos o jornalista Samuel Wainer se comportou muito diferente de seu colega. (BEZZON, 2005)

Lara Crivelaro Bezzon (2005) citando Simões (2000) narra um episódio grotesco enfrentado pela Rede Globo, ao tentar suavizar e omitir as condutas criminosas perpetradas pelos criminosos acabou por ser o pivô de um fato nacional ligado a militância armada que lutava contra as arbitrariedades do regime militar posto.

Por uma dessas ironias da história, a televisão ganhou um presente de grego pouco tempo depois de o Jornal Nacional estreiar na programação da Globo, em 1º de setembro de 1969. O noticiário, o primeiro que procurava oferecer uma cobertura completa do país, com base em várias capitais, era apresentado por Cid Moreira e Hilton Gomes. Um mês depois de sua estreia, um grupo da luta armada seqüestrou o

embaixador norte-americano Charles Elbrick para trocá-lo por presos políticos brasileiros. Para que o diplomata fosse solto, foram feitas três exigências às autoridades: distribuição de alimentos pelo Exército nas favelas cariocas, um avião para levar os recém-libertos para o exterior e, finalmente, a leitura de um manifesto na TV. O manifesto escrito por Franklin Martins (hoje jornalista e comentarista político da própria TV Globo) foi lido por um constrangido Cid Moreira, tão apavorado com o teor do documento que chegou a dizer ao vivo que estava ali como mero leitor do texto. (BEZZON *apud* SIMÕES, 2000, p. 233)

Os militares assim como os capitalistas enxergaram o poder da televisão em formar a opinião das pessoas, como moldar a mente das pessoas conforme os interesses da classe dominante e principalmente manter o povo domesticado. Dessa forma investiram na TV aberta, mas a controlavam pela censura (BEZZON, 2005, p. 234). A Globo, precursora da exibição das telenovelas, mantinha o maior número nos índices de audiência (já naquela época) e assim, com a obtenção de privilégios perante os militares, mantinha a população alienada com as telenovelas com conteúdo trágico/cômico e com a esterilização proporcionada por seus telejornais. Estava aberto o campo para a introdução da ideologia do consumo, pessoas alienadas aos fatos que realmente ocorrem no seu próprio país, domesticadas por programas imbecilizantes, se tornavam presas fáceis do fetichismo do consumo.

Atualmente, não mudaram as perspectivas sobre a dominação que a Globo exerce na mente dos milhões de pessoas que assistem a seus programas diariamente. Mesmo o episódio em que esta emissora conseguiu eleger para a Presidência da República um político desconhecido dos eleitores, é relativamente recente. Com bandeiras como o “Caçador de Marajás”, este político posou como se fosse um redentor, um galã revestido de político, e impulsionado pelo espaço que a Globo concedia a sua pessoa, pois estava amedrontada pela ideia de um sindicalista (notadamente de esquerda) assumir a Presidência, Fernando Collor de Mello foi eleito.

Dessa forma, a Globo com a exibição de programas voltados às variedades, e de telenovelas como “Vale a Pena Ver de Novo”, “Malhação”, “Novela das Seis”, “Novela das Sete”, “Novela das Oito” e mais recentemente “Novela das Onze”, continua soberana na captação de telespectadores e elevados índices de audiência. Assim a publicidade, voltada para a divulgação de mercadorias dos mais diversos tipos, tem seu espaço de propagação garantido.

O artigo intitulado “Democracia é Liberdade de Expressão” de João Roberto Marinho (2010) constitui um discurso ideológico, mesmo que seja pautado na democracia e na liberdade de expressão. Contudo, por interesses alheios ao nosso trabalho, João Roberto não discute a manipulação realizada sobre assuntos de interesses de poderosos. Sabemos que o Jornal Nacional apresenta as reportagens de acordo com seus interesses e os da classe dominante. Temos ciência da manipulação de emoções e sentimentos feitos nas telenovelas. Mais uma vez a classe dominante corrobora o poder da classe dominada, sem, contudo conceder-lhe sequer pequenas satisfações, senão vejamos:

O democrata deve ter a convicção de que, do mais humilde ao mais culto dos homens, cada indivíduo é perfeitamente capaz de guiar a sua vida e assim deve ser compreendido e respeitado. Todos nós somos aptos a fazer escolhas: no campo pessoal, no campo político, no campo social. Isso não quer dizer que façamos sempre a melhor escolha, pois isso depende de vários fatores, mas sim que, no momento da decisão aquela nos pareceu ser a mais acertada. Os cidadãos terão tanto mais chances de acertar quanto mais livremente puderem se expressar e ter acesso a informação. É exatamente o exercício da liberdade que faz com que as possíveis escolhas se tornem mais consistentes, pois a necessidade de avaliar alternativas é o que estimula a nossa reflexão e nos permite amadurecer a decisão. (MARINHO, 2010, p.35)

No artigo de João Roberto Marinho (2010) há alusão à consagração da liberdade de expressão desde os tempos da Revolução Francesa (aqui precisaríamos de um artigo próprio para discutir os meios/instrumentos utilizados na revolução), há imagens de políticos como Ulysses Guimarães, e Lula, exaltando a liberdade de expressão. Como não pode deixar de ser, João Roberto cita exemplos de novelas da Globo que foram questionadas perante a censura, como Selva de Pedra e Roque Santeiro. O poderoso filho de Roberto Marinho busca apresentar uma rede Globo voltada à proteção dos direitos inalienáveis do cidadão e da liberdade de expressão, contudo, há menos de 30 anos, sua emissora recebia incentivo do governo ditatorial e omitia-se diante da repressão e tortura perpetradas por um Estado autoritário. Mas em um ponto Roberto Marinho acertou: manteve sua emissora ativa e operante e saiu dos escombros da ditadura como a mais forte do país.

Contudo, a televisão não é feita apenas de comerciais. Os conceitos de Cultura e Ideologia permeiam toda a programação televisiva, mormente nas telenovelas. Os Autores das telenovelas são tratados como deuses desse

processo ideológico, e fazem sua parte muito bem. Nesse ínterim passaremos a uma análise de um capítulo da novela conhecida por “Cheias de Charme”, exibida no horário das 19:h00min. Referida novela destacou-se no horário por trazer como pano de fundo a estória de três empregadas domésticas (“as empreguetes”). As três empregadas são desprezadas por seus patrões, trabalham muito, são lindas (muito lindas), e possuem sonhos que parecem inalcançáveis. Apaixonam-se por homens ricos, que não querem esse amor puro. E as três possuem o sonho de cantar e, no decorrer da trama, formam o trio “As Empreguetes” e tornam-se patroas, mulheres de fama e dinheiro.

Em certo capítulo, exibido na semana de 16 de julho de 2012, as “Empreguetes” foram contratadas para animar uma festa de crianças. A carga de emoções presentes em uma cena desse tipo é muito grande. As três entram no palco, caracterizadas para agradar as crianças. Estão muito bonitas e fantasiadas com roupas para agradar os infantes, sorriem sempre, começam a cantar. As crianças deliram com as músicas do trio. “As Empreguetes” se emocionam com o show, o *close* em seus rostos retrata olhos carregados de lágrimas, de emoção. As tomadas das cenas são rápidas, a felicidade parece contagiar até o mais deprimido, imagens dos rostos das cantoras, imagens das crianças transbordando alegria. É impossível não confundir ficção com realidade. Mas na realidade sabemos que a vida das empregadas domésticas não é como esse conto de fadas que a telenovela apresenta. Contudo, essas mesmas empregadas e empregados, trabalhadores que formam a massa, assistem, acompanham, vibram e choram com a novela em questão.

O processo ideológico concebido pelo modo de produção capitalista, o qual distorce conceitos de cultura, amoldando-os conforme seu interesse está contundentemente presente na mídia televisiva, fomentando o processo ilusório de dominação, haja vista que a massa trabalhadora ao assistir a ascensão de empregadas domésticas a patroas, sentem que, de alguma forma, estão no Poder. A classe dominante, detentora dos meios de produção e dos meios de comunicação, está com o poder de fato, mas sob o manto obscuro de um processo de dominação capitalista ideológico, que mascara, inverte, domina, e torna a classe dominada extremamente dócil.

No Jornal Folha de São Paulo do dia 26 de Junho de 2012, há uma “tirinha” na parte de quadrinhos, Mundo Monstro escrita por Adão, onde o personagem, em busca da felicidade, conversa com Deus:

DEUS!! COMO FAÇO PARA ALCANÇAR A FELICIDADE?  
COMPRE! COMPRE! COMPRE! COMPRE! COMPRE! COMPRE!

E AGORA, O QUE FAÇO? FIQUEI SEM DINHEIRO!  
DANE-SE! DANE-SE! DANE-SE! DANE-SE! DANE-SE! DANE-SE!

Nesse diapasão trouxemos a lume alguns ensinamentos (com certa carga ideológica) de Washington Olivetto (Chairman e CCO da WMcCann). Em obra elaborada pelo CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), Olivetto escreve o artigo Publicidade também é Cultura. Para embasar o título do artigo o publicitário cita o exemplo do comercial “Valisère – primeiro sutiã”, com o slogan “a gente nunca esquece”. (OLIVETTO, 2010)

Depois dessa primeira aparição, o filme se transformou em verdadeira comoção nacional. Criado para seduzir as mulheres, o comercial conseguiu encantar também os homens e muito rapidamente caiu na boca do povo. Virou tema de conversas em todos os núcleos sociais, começou a ser citado, repetido e parodiado nos mais diversos veículos de comunicação, vendeu a linha completa de produtos da Valisère, rejuvenesceu a marca, ganhou todos os prêmios de propaganda brasileira e mundial daquele ano e foi até mesmo considerado por umas duas ou três “Senhoras de Santana” como peça perniciosa para a moral e os bons costumes da época. (Olivetto, 2010)

O famoso publicitário tem razão ao afirmar que publicidade também é cultura. Contudo ele também teria razão se dissesse que a publicidade se inspira na cultura e é ideologia, simultaneamente. A publicidade utiliza-se de valores/sentimentos arraigados na nossa cultura, como amor materno, amor paterno, desejos de mudança, amor filial, e à luz da ideologia que sustenta o processo de produção capitalista, e, em certo momento do comercial, às vezes imperceptível, faz nascer o desejo de consumo daquela mercadoria no trabalhador.

Olivetto (2010) afirma que o filme da Valisère foi o responsável pela venda da linha completa de seus produtos. Alguns publicitários dizem que o comercial não faz o consumidor comprar. Essa afirmação é fruto do processo ideológico engendrado pelo modo de produção capitalista. É como se o consumidor fosse o único “culpado” pelo excessivo consumismo presente em nossa sociedade contemporânea. Olivetto, mesmo não tocando no tema da ideologia consumista, confirma a função dos comerciais: incrementar as vendas de um produto já existente ou alavancar as vendas de um novo produto, desconhecido do público.

Assim, há uma intersecção entre produção, consumo e propagandas. Na cadeia produtiva, objetivamente, há o consumo de mercadorias no

momento da produção, conforme Marx e Engels (1978). Por outro lado os profissionais da publicidade elaboram as propagandas que tornarão uma mercadoria conhecida ou que aumentarão as vendas de outras mercadorias. Nessa esteira, profissionais e organizações não governamentais, ligados a movimentos de sustentabilidade, propagam o consumo consciente. Mas o consumo consciente é capaz de garantir um meio ambiente ecologicamente equilibrado para as futuras gerações?

