

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – HABILITAÇÃO PUBLICIDADE E
PROPAGANDA

ÁLVARO DORNELLES HETZEL

XTC em *Go 2* - contemplação e deriva no espetáculo

Porto Alegre

2018

Álvaro Dornelles Hetzel

XTC em *Go 2* - contemplação e deriva no espetáculo

Trabalho de conclusão de curso de graduação
apresentado ao Departamento de Comunicação
Social da Universidade Federal do Rio Grande
do Sul como requisito parcial para a obtenção
do título de Bacharel em Comunicação Social,
Habilitação Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Rocha da
Silva

Coorientador: Prof. Ms. Mario Alberto Pires De
Arruda

Porto Alegre

2018

Álvaro Dornelles Hetzel

XTC em *Go 2* - contemplação e deriva no espetáculo

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda.

Conceito final:

Aprovado em: de de

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Alexandre Rocha da Silva (orientador) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Prof. Ms. Mario Alberto Pires de Arruda (coorientador) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Prof. Ms. André Araújo – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Prof. Dr. Jamer Guterres de Mello – Universidade Anhembi Morumbi (UAM)

AGRADECIMENTOS

À UFRGS.

A todas as professoras e professores que passaram pela minha vida. Especialmente, agradeço a mulheres como a Cláudia Costa, a Flávia Rodrigues e a Suzinara dos Santos (tia Suzi); essas três, assim como minha mãe, Maria Inês Cunha Dornelles, estão presentes em todo este trabalho e em qualquer texto que já escrevi; essas três me alfabetizaram e germinaram em mim o gosto pela escrita e pela leitura.

Aos meus familiares, pai e mãe em especial, que me deram uma estrutura de privilégios econômicos e culturais que permitiram, entre outras vantagens, dedicação quase exclusiva a este trabalho durante o semestre. Meu gosto pela música vem do meu pai, ao qual agradeço muito, levo isso pra vida.

Ao meu falecido avô Carlos e meu primo Marcos, por serem parte importantíssima da minha história de ligação com a literatura – assim como minha mãe –, obrigado. Ao Marcos devo também muito do que tenho de crítico atualmente; e foi com ele, ouvindo Phillip Glass, assistindo Koyaanisqatsi, que me lembro de iniciar minha relação com a palavra Contemplação. Esses momentos estão literalmente marcados em mim.

Já agradeço à UFRGS, mas a FABICO merece. Agradeço às minhas irmãs, que fizeram UFRGS e me influenciaram a seguir seus passos e fazer isso também – sem elas talvez eu nunca tivesse largado a PUCRS e decidido que aquilo não era o que eu queria. Ir para a FABICO provavelmente foi a decisão mais importante e recompensadora que eu já tomei. Essa decisão me fez conhecer: gente, conceitos, concepções, realidades, diferenças, etc. Um salve pra todas as amigadas, de sala ou de pátio – fizeram e fazem parte de mim. Em específico, devo aprendizados cruciais e distintos a dois fabicanos: Frederico Lisboa e Luiza Müller, que estiveram ao meu lado durante vários dias da minha vida fabicana; muito grato pelo o que me transmitiram.

No que concerne a este trabalho em específico, agradeço muito a cinco pessoas. Ao Mário Arruda, meu coorientador, que entrou na contemplação comigo: este trabalho acaba muito melhor do que seria sem o Mário, que me deixou bem solto e viu em mim algum potencial; potencial sozinho não tem utilidade e o Mário foi a pessoa que tornou isso movimento, adicionando peças importantes ao que eu ia construindo, peças da melhor qualidade que eu não teria a capacidade para conceber sem ele. Muito grato mesmo Mário! Agradeço também com carinho ao Alexandre Rocha da Silva, que orienta este trabalho, que também acreditou nesta aposta e deu muita confiança na minha escrita e na crítica que

desenhei; este trabalho, graças ao Alexandre, conta com uma obra que se tornou seu eixo: *A Sociedade do Espetáculo* – foi a primeira sugestão que ele me deu e é incrível como foi importante comigo no último semestre. O professor Francisco Rüdiger também fez apontamentos importantes quando eu enviei meu projeto desejando alguns *insights*, e a presença do cinismo, através de Peter Sloterdijk, devo a ele; além disso, minha identificação com a Teoria Crítica e os estudos da indústria cultural devo a este professor, do qual trago boas recordações da cadeira de Filosofia da Cultura. Foi durante esta cadeira que o trabalho foi idealizado e, sem ela, ele provavelmente não existiria. Por último agradeço ao Gustavo “Gustavera” Tessler, que foi um dos poucos que leu meu trabalho enquanto eu o concebia e deu opiniões importantes. Conversei muito sobre o trabalho com o Gustavo, algumas vezes um pouco sem alento, e ele me deu alento e botou fé no que eu fazia como só um amigo próximo consegue fazer. Muito já contemplei a realidade ao lado do Gustavo e este trabalho advém, também, desses momentos de contemplação ao lado dele; de todo este giro em volta da contemplação, em muitas voltas eu estive ao lado dele, que sempre me olhou no olho e prestou atenção no que eu falava, seja por ser amigo, seja por se interessar no que eu falava. Olho no olho é um troço radical atualmente. Agradeço também ao André Araújo, que sentou comigo algumas vezes e discutiu meu projeto com interesse, trazendo apontamentos importantes. Esses cinco a quem eu agradeço neste parágrafo também me inspiram a quem sabe um dia me tornar professor – e essa é uma *baita* inspiração.

Deixo também aqui um agradecimento sincero ao Filipe Conde, que assim como eu escreveu uma monografia sobre capas de disco. Nem conhecia esse cara, mas ele me recebeu em casa com café e O Gato e me tratou como amigo quando eu pedi pra ele alguns livros do Storm Thorgerson. Ele não me emprestou, nem devia, nem precisou: missão cumprida, e sem essa mão do Filipe eu não teria acesso a esses livros, então fica aqui um agradecimento muito sincero pelos livros, pela atenção, pelo café, enfim, pela preza.

Por último, um grande muito obrigado a todos os membros do GPESQ.

“Vemos ao menos o que a filosofia não é: ela não é contemplação, nem reflexão,
nem comunicação.”

(Deleuze & Guattari, O que é a Filosofia?)

RESUMO

Isto é uma monografia sobre contemplação. Isto também é uma monografia sobre a capa de um disco. Este é o resumo da monografia. Esta monografia defende que, muito embora a contemplação aos meios de comunicação traga diversão, conforto e informação esclarecedora, o que pode parecer uma abertura é um fechamento perceptivo que avança historicamente com interesses econômicos e ideológicos. O progressivo domínio da contemplação sobre nossas sensibilidades é programado pela racionalidade técnica burguesa e suas tecnologias, que não são passíveis de controle e nos levam a uma realidade simulada. Este é um trabalho apocalíptico. A simulação da consciência, o caso e inversão total da vida, a exploração plena de nossos corpos e energias, é onde culmina o progresso da contemplação e é disso que buscamos fugir. A maneira de fugirmos da catástrofe da consciência simulada é através de uma deriva nos fluxos das correntes de informação. Esta monografia é, em uma instância prática, uma negação às telas. As abordagens críticas presentes no embasamento teórico do presente trabalho ocorrem, principalmente, pelo entendimento frankfurtiano sobre a indústria cultural, através de Theodor W. Adorno & Max Horkheimer (1985); do cinismo, através de Peter Sloterdijk (2012); dos meios de comunicação e os *gadgets*, através de McLuhan (1964); e da sociedade do espetáculo, por Guy Debord (1997). A capa de *Go 2* foi o gatilho para tudo isso; nossas reflexões teóricas culminam na análise da imagem da capa através de comparações com outras capas e formas de apresentar informação no contexto das tecnologias digitais. Buscamos, assim, compreender como *Go 2* incentiva este comportamento de negação, este despertar que nos leva a uma deriva dentro e fora das telas dos espetáculos da indústria cultural.

Palavras-chave: Cinismo. Contemplação. Deriva. Espetáculo. Indústria Cultural.

ABSTRACT

This is a monograph about contemplation. This is also a monograph about a record cover. This is the monograph's abstract. This monograph defends that, even though contemplation of media may bring entertainment, comfort and enlightening information, what may seem an opening is actually a perceptive closure that historically advances with economic and ideological interests. The progressive dominance of contemplation upon our sensibilities is programmed by the bourgeois' technical rationality and its technologies, which are not passible of control and are taking us to a simulated reality. This is an apocalyptic paper. The simulated consciousness, sinking and total inversion of life, the complete exploration of our bodies and energies, is where culminates the progress of contemplation and this is what we intend to escape. The manner of escaping the catastrophe of simulated consciousness is through a *dérive* in the streams of information. This monograph is, in a practical instance, a denial of the screens. The critical approaches present on the theoretical basis of the present paper occurs, mainly, through the frankfurtian understanding of the cultural industry, through Theodor W. Adorno & Max Horkheimer (1985); of cinism, trough Peter Sloterdijk (2012); of media and the *gadgets*, through McLuhan (1964); and of the society of spectacle, by Guy Debord (1997). *Go 2*'s cover was the trigger for all of this; our theoretical reflections culminate on the analysis of the cover's image through comparisons with other covers and ways of presenting information on the digital technologies context. We intend, thereby, to understand how *Go 2* impells us to this action of denial, this awakening that takes us to a derive on both inside and outside the screens of culture industry.

Keywords: Cinism. Contemplation. Culture Industry. *Dérive*. Spectacle.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Capa do disco <i>Go 2</i> , de XTC	10
Figura 2 - Foto do Grand Canyon	18
Figura 3 - Cena das pílulas no filme <i>Matrix</i> (1999)	29
Figura 4 - Capas de <i>Saturday Night Fever</i> e <i>Go 2</i>	61
Figura 5 - Cena da tela de Neo no filme <i>Matrix</i> (1999)	63
Figura 6 - Prompt de Comando do sistema operacional chamado <i>Windows</i>	64
Figura 7 - Quatro capas de disco	67

SUMÁRIO

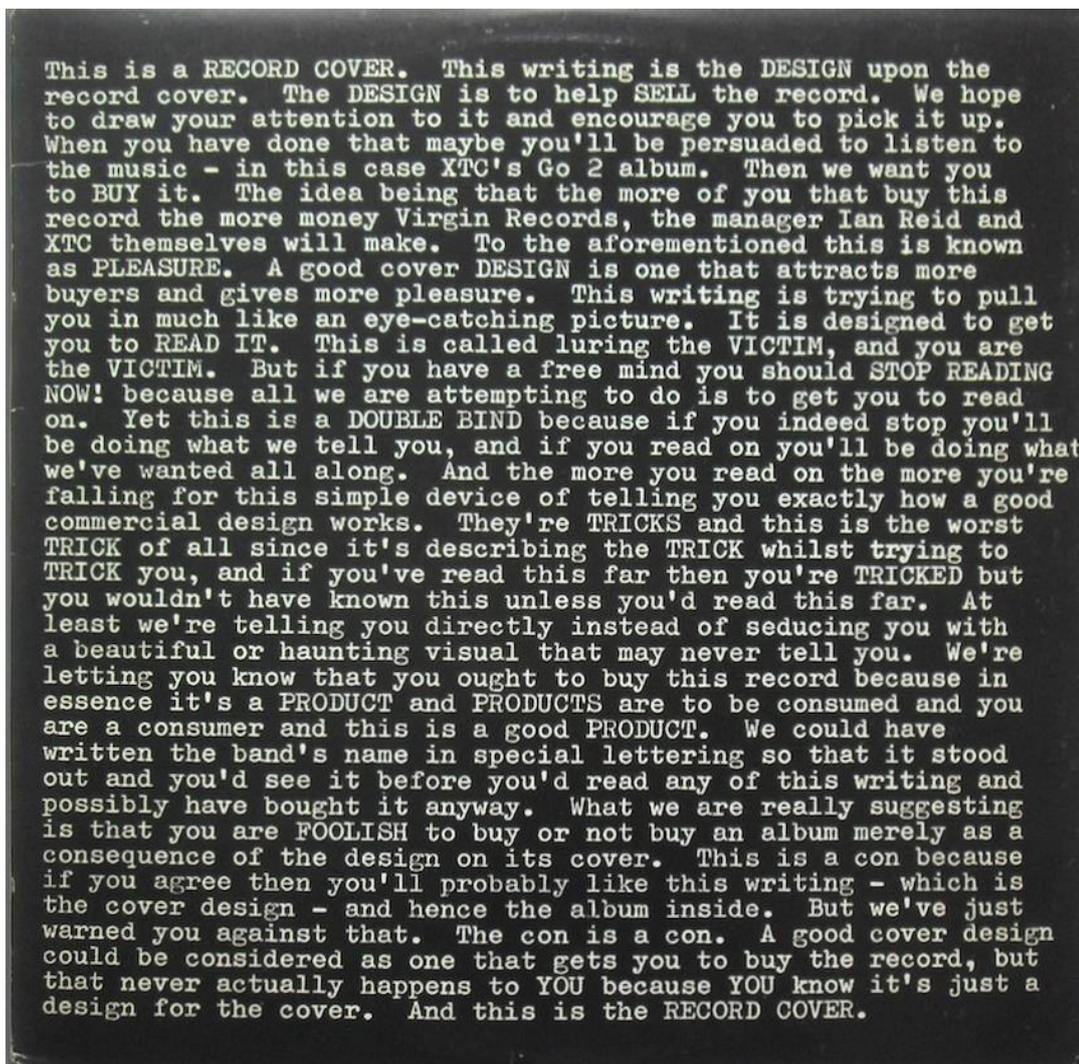
1 INTRODUÇÃO	10
2 A INDÚSTRIA CULTURAL E O PROGRESSO TÉCNICO	18
3 URGE UM LATIDO: CONTRA A SIMULAÇÃO DA CONSCIÊNCIA.....	29
4 CONTEMPLAÇÃO E DERIVA: SEM SAÍDA, UM DESVIO	40
5 ANÁLISE	50
5.1 <i>This is pop!</i>	52
5.2 A arte de <i>Go 2</i> : mais que uma embalagem	58
5.3 Um mundo de cores cinzas: a forma singular da crítica em <i>Go 2</i>	61
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
REFERÊNCIAS.....	73

1 INTRODUÇÃO

As imagens que se destacaram de cada aspecto da vida fundem-se num fluxo comum, no qual a unidade dessa mesma vida já não pode ser reestabelecida. A realidade considerada *parcialmente* apresenta-se em sua própria unidade geral como um pseudomundo *à parte*, objeto de mera contemplação. A especialização das imagens do mundo se realiza no mundo da imagem autonomizada, no qual o mentiroso mentiu para si mesmo. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não vivo. (DEBORD, 1997, p. 13, grifo do autor).

Contemplação é a palavra-chave do presente trabalho. A abordagem semiótica se dará pela análise da capa de um disco, *Go 2*¹, da banda XTC. Estudando o que a capa expressa enquanto *crítica* na indústria cultural, tentaremos responder: como a capa de *Go 2* e a contemplação ao espetáculo se relacionam? A capa contém um texto, tentaremos ver além dele:

Figura 1 – Capa do disco *Go 2*, da banda XTC, lançado no Reino Unido.



Fonte: divulgação; texto e fotografia por Hipgnosis.

¹ XTC, *Go 2*. John Leckie. Virgin Records: Reino Unido, 1978.

Temos aqui uma capa de disco que contém ‘crítica’, objeto da nossa contemplação².

Go 2, embora seja ‘apenas um disco de música pop com uma capa engenhosa produzida pela indústria cultural’, ocasionou as reflexões que seguem.

Go 2 é nosso objeto de análise em sua capa, criada para XTC, pelo grupo Hipgnosis³, para a comercialização quando do lançamento do LP no Reino Unido. Assim como uma parte deste trabalho deriva do *insight* que veio com a capa, outra veio do conceito de ‘contemplação’ presente na obra *A sociedade do espetáculo* (1967) de Guy Debord. Combinados, contemplação e *Go 2* são as pedras fundantes da pesquisa que segue.

Este trabalho nasceu e se desenvolve devido à dubiedade que a embalagem de *Go 2* exprime: uma crítica visível no esquema; o esquema de uma crítica visível. O texto ilustra uma questão ulterior ao mercado da arte que diz respeito ao capitalismo e às democracias burguesas da atualidade: a ilusão de transparência. Assim como em *Go 2*, tudo o que é exposto nos meios de comunicação de massa dá-se de forma unilateral e simulando uma atitude transparente. À mentira que é a ilusão da transparência somam-se aquelas verdades que *nunca* figurariam nos espaços destes grandes canais, pois são comprometidos com a economia capitalista – são *cínicos*, em mais de um sentido. A autocrítica, como pode ser interpretada a existência de uma capa como a de *Go 2*, é apenas uma imagem ilhada nesta grande questão. As verdades sobre o funcionamento destes meios, não obstante figurem

² Nossa tradução do texto da capa: Isto é uma CAPA DE DISCO. Este texto é o DESIGN da capa de disco. O DESIGN é para ajudar a VENDER o disco. Esperamos atrair sua atenção para cá e te encorajar a pegar. Quando você fizer isso talvez você seja persuadido a ouvir a música – neste caso, o álbum de XTC, *Go 2*. Então queremos que você COMPRE isso. A ideia é que quanto mais de vocês comprarem este disco, mais dinheiro a Virgin Records, o empresário Ian Reid e os próprios XTC vão ganhar. Isto é conhecido como PRAZER. Um bom DESIGN de capa é aquele que atrai mais compradores e dá mais prazer. Esse texto está tentando te atrair em algo como uma imagem visualmente chamativa. Ele é desenvolvido para que você LEIA ELE. Isso se chama enganar a VÍTIMA, e você é a VÍTIMA. Mas se você tem uma mente livre você deve PARAR DE LER AGORA! Por que tudo o que estamos tentando fazer é que você continue lendo. Mas isso é uma CONTRADIÇÃO, porque se você realmente parar você vai estar fazendo o que nós te dissemos, e se você continuar lendo vai estar fazendo o que nós queríamos o tempo inteiro. E quanto mais você lê, mais você está caindo neste método simples de te contarmos exatamente como um bom design comercial funciona. Eles são TRUQUES e este é o pior TRUQUE de todos já que está te descrevendo o TRUQUE enquanto tenta te aplicar o TRUQUE, e se você leu até agora então você sofreu o TRUQUE, mas não saberia disso se não tivesse lido até agora. Pelo menos estamos te contando diretamente ao invés de te seduzir com um visual bonito ou sinistro que nunca iria te contar. Estamos te contando que você deve comprar este disco porque em essência é um PRODUTO e PRODUTOS são feitos para ser consumidos e você é um consumidor e este é um bom PRODUTO. Nós poderíamos ter escrito o nome da banda em letras chamativas para que se destacassem e você veria aquilo antes de ler esse texto e possivelmente o compraria mesmo assim. O que estamos realmente sugerindo é que você é um TOLO por comprar ou não um disco apenas como consequência do design em sua capa. Isto é um esquema porque se você concordar então você provavelmente vai gostar deste texto – que é o design da capa – e logo do álbum dentro. Mas nós acabamos de te alertar contra isso. O esquema é um esquema. Um bom design de capa de disco pode ser considerado como aquele que te faz comprar o disco, mas isso nunca acontece com VOCÊ porque VOCÊ sabe que isto é só um design para a capa. E esta é a CAPA DO DISCO.

³ Hipgnosis foi o grupo criador da capa que estudamos aqui, entre outras mencionadas no trabalho. Fundado em 1968 por Storm Thorgerson e Aubrey Powell, aos quais se une, na década de setenta, Peter Christopherson, trabalham juntos até 1983. Era um grupo especializado em capas de álbuns de rock.

também na mídia ‘alternativa’, são predominantemente neutralizadas pela unilateralidade e pela fala de ampla difusão que os caracteriza:

O fato de já não ter contestação conferiu à mentira uma nova qualidade. Ao mesmo tempo, a verdade deixou de existir quase em toda parte, ou, no melhor caso, ficou reduzida a uma hipótese que nunca poderá ser demonstrada. A mentira sem contestação consumou o desaparecimento da opinião pública, que, de início, ficara incapaz de se fazer ouvir e, logo em seguida, de ao menos se formar. É evidente que isso traz importantes consequências para a política, as ciências aplicadas, a justiça e o conhecimento artístico. (DEBORD, 1997, p. 176).

O principal questionamento que trazemos tratando sobre contemplação relaciona-se à falta de criticidade no consumo induzido pela mídia, que expõe verdades e divertimentos enquanto ofusca as mentiras e comportamentos que reproduz. Nossa crítica discute, principalmente, os modos como contemplamos as informações que se nos mostram: atentos às formas dos conteúdos, alheios às sistemáticas de suas formas de expressão. Estes sistemas de reprodução, que não se limitam às corporações, mas também às tecnologias derivadas delas, literalmente exploram nossos sentidos através das informações que expõem. Para além das questões políticas e econômicas envolvidas, temos aqui um ponto da ordem do sensível: enquanto contemplamos informações *determinadas*, de forma *fixada*, âncoras perceptivas nos deixam *presos à contemplação dos aparelhos*. As telas brilhantes ofuscam o que há fora delas, lá dentro há um mundo de imagens que demanda cada dia mais nossa atenção e, enquanto contemplamos, é este mundo que vivemos – o de dentro da tela. O que se propõe aqui é um grito de ‘levantar âncoras!’, um incentivo à navegação contra o fluxo, propagando um relacionamento insolente e contrário ao mundo mediado das imagens. Contra as *telas brilhantes* e os *feeds*, contra as correntes das verdades dos meios de comunicação *comprometidos* com interesses políticos e econômicos, contra as *imagens bonitas* e *conteúdos interessantes* do espetáculo.

A Teoria Crítica nos auxilia, mas não determina o caminho. A metodologia se dará principalmente partindo de Theodor W. Adorno & Max Horkheimer (1985), Guy Debord (1997), Marshall McLuhan (1964) e Peter Sloterdijk (2012) como aportes teóricos. Através dos entendimentos críticos destes autores sobre o capital na mídia, o espetáculo, o cinismo e as tecnologias, construiremos uma linha de raciocínio que buscará responder a interrogação fundante: ‘como a capa de *Go 2* e a contemplação ao espetáculo se relacionam?’. Navegando junto da busca por esta resposta, o viés do presente trabalho será enfático no embate à contemplação no âmbito do mundo informatizado capitalista atual. Em caráter hipotético, acreditamos que a capa de *Go 2* participa conosco da revolta contra a passividade que criticamos, isto é, a passividade contemplativa no consumo de conteúdos produzidos *ou não*

pela indústria cultural e mediados pelas tecnologias – os jornais⁴, a televisão, os computadores, *gadgets*, etc.

A capa será analisada por duas maneiras simultâneas: como crítica tornada representação e como representação de uma crítica. O artista que cria uma capa de disco como *Go 2* é ativo, ele *atua* criticamente, *criando* uma obra de arte. O consumidor da capa, espectador e apreciador de arte, este não participa materialmente da criação de *nada* enquanto contempla a capa. Entre o que configura, então, uma ‘crítica’ e a ‘imagem de uma crítica’ há uma importante distinção que nós buscaremos explorar. A problemática da contemplação dentro desta diferenciação ganha importância. Estudaremos, dentro desta discussão, o modo contemplativo com que interagimos com a capa de *Go 2* e como ela mesma se relaciona com esta passividade em sua forma de expressão. Não é apenas sobre *o que* a capa comunica, logo, mas sobre *como* isto é expresso – do conteúdo da abordagem, afinal, participa a *forma* como ela se dá, e esta forma de expressão deve ser observada quando fazemos ou analisamos uma crítica.

A contemplação de que tratamos aqui vem do entendimento de Guy Debord (1997). De acordo com o autor, os meios de comunicação de massa modelizam, em relação dialética, as maneiras como nos relacionamos, e a realidade *dentro e fora* destes regimes de visibilidade é vivida como “um pseudomundo *à parte*, objeto de mera contemplação.” (DEBORD, 1997, p. 13, grifo do autor). As imagens do espetáculo, embora predominem nos apelos visuais, não são limitadas ao olhar; então, quando falamos aqui sobre práticas ‘contemplativas’, estas não se referem exclusivamente a algo visual. O problema que trazemos remete ao *ato*, mas criticamos também a *postura* contemplativa recorrente em nossas relações com o mundo e suas informações. A contemplação por si só pode levar a *insights* e reflexões positivas – pode inclusive levar à escrita de uma monografia criticando a passividade nas relações de contemplação –, mas sem posteriores atitudes práticas a passividade se mantém, com uma *passagem crítica*: é ainda passiva, autossuficiente e autorreflexiva. Fazer arte, não apenas contemplar, e viver uma vida que *não é* a do espetáculo, é o que incentivamos. As abordagens teóricas, suas interpretações e a análise da capa do disco serão, sempre, com um viés crítico ao *estado contemplativo* à espreita em nossas consciências de mundo, como descrito por Debord (1997) n’*A sociedade do espetáculo*.

⁴ O jornal impresso é objeto de contemplação, sujeito principalmente à crítica presente no segundo capítulo; contudo este não será combatido no contexto da *narcose* das tecnologias digitais. O poder de influência no jornal impresso é politicamente e ideologicamente forte, porém no sentido perceptivo e narcótico este ‘apelo’ não é aqui relevado, mas sim o dos meios digitais – com *telas* brilhantes, não opacas.

O termo ‘contemplação’ vai estar presente através de outros estudiosos. Para além da contemplação estética à arte ou aos meios de comunicação, existe um viés relativo à divisão social do trabalho em nossa teia teórica – mais difícil de evitar do que a contemplação a produtos midiáticos. Nesta linha, os sujeitos que historicamente e progressivamente são separados dos resultados de sua produção, para os quais suas atividades não têm *sentido*, incorporam uma postura alienada sobre a vida, seu trabalho e seus produtos: “quanto mais aumentam a racionalização e a mecanização no processo de trabalho, tanto mais a atividade do trabalhador perde seu caráter de atividade para tornar-se uma atitude *contemplativa*.” (LUKÁCS apud DEBORD, 1997, p. 27, grifo do autor). Esta atitude sofre complexas derivações com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, que sempre demandaram passividade em suas formas de funcionamento. A indústria cultural vem para ‘confortar’ a vida dos sujeitos alienados e fragmentados pelo trabalho com sucessivas *camadas de contemplação*. Uma consciência já reificada, portanto, consequência de a vida tornar-se mercadoria, busca no preenchimento de seus sentidos, como a visão, um alento. Esta atitude contemplativa é capitalizada e muito bem sistematizada na indústria cultural, que reproduz não apenas sons e *imagens*, mas visões de mundo e *padrões* a seguir – políticos, estéticos, econômicos, morais, existenciais, etc. Evitar a contemplação e a vida contemplativa, atualmente, começa com um senso crítico de rejeição ao que as telas do espetáculo nos mostram, pois estas são indutoras de ideologias e de comportamentos *narcóticos* relacionados às informações que reproduzem. Isto será desenvolvido ao longo do trabalho visando a radicalidade nesta negação à indústria cultural e às tecnologias ao seu serviço. É lá, em nossa relação com as mídias desta indústria, que a capa que estudamos deixa de ser uma crítica para se tornar apenas uma imagem crítica, objeto de contemplação alienada; é lá que a contemplação progride na reificação de nossas percepções e que viramos cada vez mais a parte explorada em nosso uso das tecnologias. É contra estas alienações, reificações e explorações que o trabalho se propõe. A contemplação aqui será entendida como algo ligado à passividade. Mesmo que seja uma postura que busca o esclarecimento através da contemplação artística ou aos meios de comunicação, esta será entendida como passiva; defendemos que somente com atos, com *fazer arte* que esta passividade tende a se dissolver. A contemplação é encerrada em si mesma *a priori*, o que subverte esta negatividade é o que vem depois do ato ou do estado contemplativo: ações – sem ações, o transe alienativo tende a manter-se. Indagamos, neste sentido, uma pergunta importante: que tipos de ações seriam essas? O que será afirmado no trabalho, primeiramente, é que *não são* contemplação, e por aí vamos.

Esquemáticamente, o trabalho segue a seguinte linha: entre a não existência da capa e sua produção situa-se um artista comercial, um *designer* de capas de álbum. A produção do *designer*, uma imagem tomada por um texto (Figura 1), estabelece uma fala sobre a indústria nas capas de disco, tratando sobre a *estrutura* do funcionamento econômico deste meio. Na produção e na efetiva comercialização desta capa situa-se, simultaneamente, a indústria cultural, alvo da crítica desta capa que vende até mesmo críticas a si em benefício próprio, como é o caso no presente estudo. O conceito de indústria cultural será desenvolvido principalmente através de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer (1985), com os quais trabalharemos um enfoque sobre o mundo do *capital* relacionado aos meios de comunicação. Neste mesmo capítulo, assim como no terceiro, a contemplação será desenvolvida com este parâmetro econômico e histórico gerando compreensão sobre seu *avanço*, que toma cada vez mais nosso tempo e nossos sentidos. No âmbito do progresso da contemplação, isto é, do crescente domínio de nossas sensibilidades pela técnica, a perspectiva do materialismo histórico será importante para entendermos a tendência do mercado de explorar nossos sentidos cada vez mais, como já acontece.

Na capa de *Go 2* há uma dubiedade maiúscula: é uma crítica ao patrão, que beneficia o patrão; uma crítica ao esquema, que também pratica o esquema; um sujeito que te conta o truque, mas o aplica mesmo assim. *Go 2* é uma crítica, mas uma crítica reificada, e sua imagem mistura duas falas. Trabalharemos essa dubiedade dentro dos cinismos da atualidade, junto de Peter Sloterdijk (2012), e com ele buscaremos desequilibrar a indústria cultural, fugindo da exploração de nossos sentidos. Queremos distância da contemplação tal como a mídia condiciona, e descobrimos um denominador comum entre muitas das formas de contemplação que historicamente invadiram nossa vida: as tecnologias comunicacionais digitais e suas telas brilhantes. Lutar contra a contemplação, aqui, será uma luta contra o domínio das tecnologias sobre a nossa percepção do mundo visível. E *Go 2*, apostamos, participa da luta contra esta invasão assim como nós. Como animais, insolentes e impolidos, este capítulo é também o ‘latido’ fundante de uma matilha inspirada em Diógenes de Sínope⁵, o homem-cão. O capítulo terceiro possui ares apocalípticos: tememos que o desenvolvimento das tecnologias modernas culmine em uma realidade simulada e por isso adotamos uma postura radical e anarquista, intransigente para com o capitalismo, os meios de comunicação de massa, as tecnologias e a *narcose dos gadgets*⁶. Além destas reflexões, neste capítulo

⁵ Diógenes de Sínope, Grécia, aprox. 404 a.C – 323 a.C.

⁶ MCLUHAN, Marshall: O amante de “gadgets” – Narciso como narcose *in*: Os meios de comunicação como extensões do homem (p. 59).

abordaremos também uma postura análoga à contemplativa: a do sujeito não apenas passivo em sua contemplação, mas dissimulado. A sobrevivência no sistema capitalista, associada à modelização pela indústria cultural, programa os sujeitos em ideologias *cínicas*, individualistas, indiferentes ao mundo e afeitas à vida privada. À contemplação estudada, em sua passividade, soma-se o sujeito cínico, uma porta distinta para a crítica:

O cinismo moderno apresenta-se como o estado de consciência que se segue às ideologias ingênuas e ao esclarecimento dessas ideologias. Nele, o esgotamento gritante da crítica ideológica tem a sua razão de ser. Tal crítica permaneceu mais ingênuo do que a consciência que ela quis desmascarar; em sua racionalidade bem-comportada, ela não acompanhou as mudanças da consciência moderna rumo a um realismo múltiplo e refinado. A sequência de formas da falsa consciência até agora – mentira, erro, ideologia – está incompleta; a mentalidade atual força o acréscimo de uma quarta estrutura – a do fenômeno cínico. Falar de cinismo significa tentar adentrar a antiga estrutura da crítica à ideologia por um novo acesso. (SLOTERDIJK, 2012, p. 31)

Adiante, no capítulo quarto, chega o momento de desenvolvermos a radicalidade na negativa às tecnologias através da *deriva* e da crítica ao espetáculo de Debord (1997). É no ambiente espetacular que contemplamos *Go 2*, onde habita a representação de sua crítica e de cuja postura *contemplativa* queremos nos distanciar. A *Sociedade do espetáculo* (1967) expõe a maneira de a contemplação nos tornar parte do aparelho e sobre como críticas são invertidas e neutralizadas neste mundo mediado, tornando-se parte do espetáculo. “No mundo *realmente invertido*, a verdade é um momento do que é falso.” (DEBORD, 1997, p. 16, grifo do autor). Necessidades são criadas, escondidas, reproduzidas e ampliadas no espetáculo, e mesmo os sujeitos que creem estar se informando, contemplando à infinitude de informações disponíveis, estão imersos em passividade e artificialidade. Lutar com radicalidade contra a contemplação é criticar a maneira como nos relacionamos com a informação no âmbito do espetáculo e, também, quanto tempo nós dedicamos a essa contemplação. Dentro dos entendimentos de Debord (1997), há uma importante discussão em que iremos à defesa de *Go 2*. Este é também o grande nó na relação de *Go 2* com a Teoria Crítica, isto é, a capa que estudamos aqui é ‘apenas uma capa’ de ‘apenas mais um disco no mercado’?

À aceitação dócil do que existe pode juntar-se a revolta puramente espetacular: isso mostra que a própria insatisfação tornou-se mercadoria, a partir do momento em que a abundância econômica foi capaz de estender sua produção até o tratamento dessa matéria prima. (DEBORD, 1997, p. 39-40)

Acreditamos que uma revolta tornada mercadoria *não é* equivalente à aceitação dócil. Consumir ou não *Go 2* é, realmente, na concepção deste trabalho, uma escolha política banal, mas a criação da capa é um ato que tem seu mérito. A criação da capa de *Go 2* não será objeto de críticas depreciativas nesse sentido. Se o objetivo é a crítica, que a crítica invada também as mercadorias – é um caminho legítimo. Não se deixar mediar pelo mercado limita o alcance

quantitativo da geração de diferenças, e nós certamente queremos gerá-las. O texto do grupo Hipgnosis segue este caminho, mostra que uma crítica no espetáculo pode ser legítima e funcionar; a capa de *Go 2* acordou-nos de (parte de) nossos estados contemplativos. Este é um ponto onde a contemplação é subvertida: na prática da arte, na vida artística, nos *atos* que a arte representa. Arte da vida autônoma, autonomia da vida artística; arte *desorientada*, errante, inversão do entendimento (invertido) de arte e de vida que vigora atualmente:

Inauguramos agora o que será, historicamente, o último dos ofícios. O papel de situacionista, de amador-profissional, de anti-especialista, é ainda uma especialização até o momento da abundância econômica e mental no qual todo mundo se tornará “artista”, num sentido que os artistas não alcançaram: a construção da própria vida. (DEBORD, Guy, *Manifesto Internacional Situacionista*. Internacional Situacionista, Paris, 17 de Maio, 1960, n°4)⁷.

Por conseguinte, no capítulo de análise, onde trabalharemos com as hipóteses, conclusões e paradoxos encontrados, será exposto previamente um recorte do contexto histórico e autoral de *Go 2* e sua capa, assim como sua inserção na música pop, e seguido a isso a efetiva análise de nosso *corpus* comparando-o com outras capas e formas de representar informação. Nas considerações finais haverá a crítica à crítica e uma síntese sobre como se concluiu que deve ser nossa lida perante a contemplação no espetáculo. Falemos, agora, sobre a indústria cultural, objeto da nossa crítica e de *Go 2*.

⁷ Tradução de Juan Fonseca. Disponível em < <http://www.oocities.org/autonomiabvr/situ.html> > Acesso em 11 de out. de 2017.

2 A INDÚSTRIA CULTURAL E O PROGRESSO TÉCNICO

Descrita por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer em '*Dialética do Iluminismo*', 1947, com tradução no Brasil como *Dialética do Esclarecimento* (1985), a 'indústria cultural' é um dos principais elementos que relaciona, para os pensadores, dois tipos de totalitarismo de sua época: a democracia americana e o nacional-socialismo alemão. Os meios de comunicação, neste contexto, seriam grandes programadores das ideologias reproduzidas por esses poderes e suas políticas econômicas. Aqui abordaremos a maneira 'democrática' de funcionamento da indústria cultural. Dentro da linha de estudo da Escola de Frankfurt, como é característico, adotaremos um caminho atento à economia e sua história. Para tanto, comecemos com uma representação.

Pense em um rio. Pense em um fluxo d'água que corre sobre o solo. Este fluxo pode não parecer destrutivo: apenas água, é natural. Agora veja esta foto do *Grand Canyon*⁸ (Figura 2).

Figura 2 – Foto do Grand Canyon.



Fonte: Pixabay.com

⁸ *Grand Canyon* é o vale escavado pelo rio Colorado nos Estados Unidos. Desde já não utilizaremos o itálico na escrita da denominação do local. A fotografia é de uso aberto: <<https://goo.gl/4y1VoB>>.

Nem todos os fenômenos são visíveis em suas *superfícies*. Entre as coisas que só podem ser realmente entendidas quando mudamos nossa perspectiva, a destruição ocasionada pela água de um rio é um exemplo e uma foto do Grand Canyon é uma boa maneira de realizarmos essa mudança de olhar. Mas sem a foto ou alguma observação mais profunda a destruição que a água promove talvez nunca ficasse clara; mudar a maneira como observamos o que está à nossa frente pode tornar o que superficialmente temos como natural em algo profundamente curioso, inquietante, perturbador. Com o que chamamos ‘história’ esta virada também acontece, contudo não basta uma foto para que se altere nosso ponto de vista sobre ela.

A história da dominação é a da dominação da história e vê-la como tal requer uma mudança de olhar que não é incentivada. Da mesma forma como, no Grand Canyon, o observador que faz uma análise no nível d’água não obtém a percepção completa da coisa, o sujeito que analisa a história de forma rasa não toma consciência plena de seu funcionamento. Ela não é uma veracidade em si, é uma versão difundida nas escolas, nos livros, filmes, jornais, etc. – é uma história contada. “Refletir sobre a história é, inseparavelmente, *refletir sobre o poder*” (DEBORD, 1997, p. 92, grifo do autor).

O materialismo histórico dialético é um método que permite que vejamos as coisas mais profundamente. No pensamento revolucionário marxista umas das condições previstas para a tomada de poder por parte dos trabalhadores era um entendimento crítico da história; já sabemos que, mesmo hoje, com tanto acesso à informação, este entendimento é ainda difícil de ser reproduzido, por razões diversas. O terreno em que esta abordagem se dá (a do materialismo histórico dialético) é predominantemente o da economia; é na área da produção de bens, nos próprios bens e na maneira como estes são distribuídos que se encontram as raízes das ‘questões sociais’ para o pensamento marxista – esta delimitação é importante, pois estamos estudando neste capítulo um viés de interpretação baseado na história da economia, esta é sua ‘sensibilidade’. É isto que caracteriza o materialismo: é uma interpretação da realidade sensível ao desenvolvimento material da sociedade:

A concepção materialista da história parte da tese de que a produção, e com ela a troca dos produtos, é a base de toda a ordem social; de que em todas as sociedades que desfilam pela história, a distribuição dos produtos, e juntamente com ela a divisão social dos homens em classes ou camadas, é determinada pelo que a sociedade produz e como produz ou pelo modo de trocar os seus produtos. De conformidade com isso, as causas profundas de todas as transformações sociais e de todas as revoluções políticas não devem ser procuradas nas cabeças dos homens nem na ideia que eles façam da verdade eterna ou da eterna justiça, mas nas transformações operadas no modo de produção e de troca; devem ser procuradas não na filosofia, mas na economia da época de que se trata. (ENGELS, 1880, p. 13).

Estudar o pensamento marxista nos dá outra visão sobre o sistema capitalista: onde enxergávamos apenas um grande mercado mundial, agora vemos barbárie, submissão dos mais fracos pelos mais fortes – uma história de exploração do homem pelo homem escavada pelo fluxo econômico; através deste método, se analisássemos o final do curso do rio Colorado nunca poderíamos desconsiderar toda a erosão causada anteriormente – é um método historicista. Falar sobre materialismo histórico dialético é importante para que entendamos o peso de cada uma dessas três palavras nesta parte do trabalho: é um pensamento com base na ‘história’, calcado no desenvolvimento ‘material’ da sociedade, através de um pensamento ‘dialético’. O pensamento dialético é crucial dentro destas mudanças de perspectiva que falamos: ele recusa a passividade, seu ‘pressuposto’ é evitar ao máximo o que está ‘suposto’: começa-se e termina-se sempre com uma interrogação, uma negação do que é tido como verdade ou realidade. Pensar dialeticamente é *tentar negar* a influência da ideologia dominante sobre nós, sempre questionando as bases e as conclusões de nossos entendimentos.

Ideologia é, inclusive, um termo chave. Aqui, o conceito foge do senso comum de uso do termo em situações como ‘sou um pacifista, é a minha ideologia’. Não; o conceito de ideologia adotado não é o dos valores que escolhemos, mas das visões de mundo que ‘modelam’ a nossa percepção da realidade. Para a leitura do presente trabalho é inviável esta diferenciação e inicialmente a tarefa é, como para Marilena Chauí (2008), desfazer a suposição de que são racionalmente escolhidas por critérios que são nossos: “a ideologia é um ideário histórico, social e político que oculta a realidade (...)” (CHAUÍ, 2008, p. 7). Nossa noção da realidade ocorre *através* dela; a ideologia “fabrica histórias imaginárias” (CHAUÍ, 2008, p. 116) que podem tornar fatos corriqueiros para alguns em inaceitáveis para outros. Criticar a ideologia é uma forma de lutarmos contra nossa visão de mundo, procurando o que está ou ‘foi’ oculto em nossos próprios pensamentos e percepções:

Quem e o que pode dismantelar a ideologia? Somente uma prática nascida dos explorados e dominados e dirigida por eles próprios. Para essa prática política é de grande importância o que chamamos de crítica da ideologia, que consiste em preencher as lacunas e os silêncios do pensamento e discurso ideológicos, obrigando-os a dizer tudo o que não está dito, pois dessa maneira a lógica da ideologia se desfaz e se desmancha, deixando ver o que estava escondido e assegurava a exploração econômica, a desigualdade social, a dominação econômica e a exclusão cultural. (CHAUÍ, 2008, p. 118).

A recusa às ideologias implica em sempre duvidarmos do que vem antes e depois de qualquer raciocínio. Mas nem sempre as coisas se mostram como raciocínios passíveis de serem questionados; pelo contrário, é quando não refletimos a respeito que a influência da ideologia costuma ocorrer. É uma falsa consciência, afinal, reproduzida pelo sistema, e tudo

nos incentiva a compartilhar dessas visões de mundo. Em geral sequer questionamos as ideologias, por isso faz pouco sentido falarmos em termos de concordância ou discordância. Não é nas críticas, mas nos silenciosos elogios ao mundo que a influência do totalitarismo atual se dá:

Não há mais ideologia no sentido próprio de falsa consciência, mas somente propaganda a favor do mundo, mediante a sua duplicação e a mentira provocadora, que não pretende ser acreditada, mas que pede o silêncio. (...) Quanto mais totalitária for a sociedade, tanto mais reificado será também o espírito, e tanto mais paradoxal será o seu intento de escapar por si mesmo da reificação. Mesmo a mais extremada consciência do perigo corre o risco de degenerar em conversa fiada. (...) Enquanto o espírito crítico permanecer em si mesmo em uma contemplação autossuficiente, não será capaz de enfrentar a reificação absoluta, que pressupõe o progresso do espírito como um de seus elementos, e que hoje se prepara para absorvê-lo completamente. (ADORNO, 1998, p. 10).

É importante entendermos que as ideologias de que falamos não são realmente visíveis, são subterrâneas aos nossos entendimentos – um prolongamento do sistema que não se mostra positivamente, mas negativamente, são coações discretas que se confundem com nossas próprias vontades e identidades. Diferenciar o ‘ser’ do ‘sistema’ em que ele se encontra é extremamente difícil, quiçá impossível, e o presente trabalho não tem essa ambição; a compreensão plena do que é o sistema e do que não é, dada sua complexidade, será evitada, contudo o pensamento frankfurtiano nos ajuda a seguir um caminho para esta crítica:

O sistema é a objetividade negativa, não o sujeito positivo. (...) A virtude da tomada de partido não deve impedir a consideração da história da filosofia de reconhecer o quão superior o sistema, seja em uma vertente racionalista ou idealista, se mostrou por mais de dois séculos em relação aos seus adversários: comparados com ele, esses adversários parecem triviais. Os sistemas realizam algo, eles interpretam o mundo; os outros nunca passam, a bem dizer, de uma afirmação insistente: assim não dá; eles se resignam, fracassam em um duplo sentido. (ADORNO, 2009, p. 26)

Este entendimento de Adorno (2009) é crucial. O domínio da economia na sociedade é sistêmico, hegemônico e predominante, e se prolonga à nossa percepção e também à nossa própria língua: “O cultivo dos cinco sentidos é a obra de toda a história anterior” (MARX, 1844)⁹. Esta é uma das razões porque a oposição ao sistema é tão penosa, isto é, mesmo em nossos sentidos e na linguagem que utilizamos há uma ‘contaminação’ pelas relações de poder historicamente estabelecidas. Por isso fugir do mundo reificado é tão paradoxal: nós somos o mundo reificado; nós o sentimos com sentidos reificados. Nossas roupas, casas, quartos, discos, livros, nossos perfis em redes sociais, nossas marcas de celular ou cigarro, não pertencem a nós mais do que nós pertencemos a elas; tentar fugir do sistema é tentar uma fuga da própria individualidade, já que nossa consciência é inevitavelmente condicionada pelo

⁹ MARX, Karl: Manuscritos económico-filosóficos de 1844. Disponível em <<https://www.marxists.org/portugues/marx/1844/manuscritos/cap04.htm>> Acesso em: 30 set. 2017.

sistema em que vivemos. Compreender o processo histórico, dentro deste viés materialista, é entender nossa relação com o sistema produtivo e também através do sistema produtivo; o olhar do materialismo histórico é *focado* na história deste processo. Como vimos a partir de Engels (1880), este é o estudo do ser humano e suas relações a partir da história do capital, da produção das mercadorias e das próprias mercadorias:

Porque apenas como categoria universal do ser social total é que a mercadoria pode ser entendida em sua essência autêntica. Apenas nesse contexto a reificação decorrente da relação mercantil adquire um significado decisivo, tanto para a evolução objetiva da sociedade quanto para a atitude dos homens a seu respeito, para a submissão de sua consciência às formas nas quais essa reificação se expressa... Essa submissão cresce ainda mais porque, quanto mais aumentam a racionalização e a mecanização no processo de trabalho, tanto mais a atividade do trabalhador perde seu caráter de atividade para tornar-se uma atitude *contemplativa*. (LUKÁCS apud DEBORD, 1997, p. 27, grifo do autor).

É criticando a ideologia, refletida nas nossas práticas, que tentamos evitar a mera contemplação dos descaminhos dos procedimentos capitalísticos. A ideologia que pretendemos criticar aqui é, precisamente, *a ideologia da contemplação*: da passividade perante os progressivos *golpes* do sistema e da contemplação aos seus produtos. A forma de nos *desviarmos* da dominação começa com a sua visualização, sem esta consciência não há sequer o ensaio de uma combatividade. A crítica à ideologia é impossível sem questionarmos se algo nos ‘programa’, e a consciência desta dominação é apenas o primeiro passo para não transigirmos com nossa submissão. O presente trabalho busca incentivar posturas mais lúcidas e intransigentes através de um desvencilhamento radical e insolente à contemplação dos espetáculos midiáticos na vida. Somente tomando consciência do nível a que chega nossa individualização, na qual tudo o que escapa aos nossos olhos e interesses é alheio a nós, é que podemos ensaiar uma fuga da vida espetacularizada e contemplativa que dominou o mundo industrial após o século XX, principalmente com o advento das mídias de massa. O avanço da contemplação, ademais, é indissociável do processo do Esclarecimento burguês nas *sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção*; aí bem se mostra o papel da crítica ideológica, questionando a ideia de um estado de esclarecimento.

A *Dialética do Esclarecimento* (1985), nesse sentido, critica a ‘iluminação’ pelo qual o mundo passou e passa com a história nas mãos da burguesia; é sobre o perigo de nos considerarmos ‘esclarecidos’, ‘informados’, ‘cultos’ ou ‘racionais’ que se faz um alerta¹⁰. A razão iluminista não existe na vida real como seu ‘panfleto’ sugere, é um sofisma; este é o eixo na obra de Adorno & Horkheimer (1985): uma sociedade que se vê como esclarecida é

¹⁰ Ao longo do trabalho, o esclarecimento aparecerá com duas interpretações distintas: quando este vier iniciado por maiúscula, ‘Esclarecimento’, será uma referência ao processo histórico ligado à burguesia; quando figurar como ‘esclarecimento’ estaremos falando sobre a busca de informação, o estudo, etc.

uma sociedade dominada pelo Esclarecimento. De acordo com os autores, pelo desencantamento dos mitos, pela aparente unanimidade do entendimento objetivo e do positivismo sobre o mundo, a própria racionalidade tecnicista e científica burguesa vira o mito que funda a sociedade: “o mito converte-se em esclarecimento, e a natureza em mera objetividade” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 24). A técnica tem um devir próprio, é ela quem encanta e conduz o mundo atual, e contra este encantamento temos, aqui, uma hipótese defensiva: as tecnologias, que são criadas pela ciência e programadas pela economia, já não obedecem ao comando de *ninguém*¹¹. Mas Adorno e Horkheimer, acreditamos, não previram uma rebelião das máquinas, ou não nestes termos:

O saber que é poder não conhece nenhuma barreira, nem na escravização da criatura, nem na complacência em face dos senhores do mundo. Do mesmo modo que está a serviço de todos os fins da economia burguesa na fábrica e no campo de batalha, assim também está à disposição dos empresários, não importa sua origem. Os reis não controlam a técnica mais diretamente do que os comerciantes: ela é tão democrática quanto o sistema econômico com o qual se desenvolve. A técnica é a essência desse saber, que não visa conceitos e imagens, nem o prazer do discernimento, mas o método, a utilização do trabalho de outros, o capital. (...) O que os homens querem aprender da natureza é como empregá-la para dominar completamente a ela e aos outros homens. Nada mais importa. Sem a menor consideração consigo mesmo, o Esclarecimento¹² eliminou com seu cautério o último resto de sua própria autoconsciência. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 20).

Os frankfurtianos visualizaram que o caminho tido como natural para a história do mundo ‘civilizado’ era tingido de barbárie também naquilo que chamamos ‘meios de comunicação’. Estes canais de informação, que até então não eram alvos habituais da maioria das críticas tecidas, viram, eram parte do grande esquema reprodutor de interesses políticos e econômicos através da arte, do entretenimento e do jornalismo. Como na comparação estabelecida com a erosão pela água, observou-se que o que superficialmente parecia natural era, em sua realidade mais profunda, parte de um projeto que não tinha um sentido ‘cultural’ ou ‘informativo’ positivo, mas sim a reprodução da mesma estrutura de sempre por via de *mercadorias estetizadas*, mais um prolongamento da cadeia produtiva repleto de ideologias subterrâneas. Este entendimento do processo histórico e cultural da atualidade é importante dentro desta pesquisa, pois nos faz refletir sobre as condições da nossa liberdade, uma vez que, no âmbito da democracia, “a aparência de liberdade torna a reflexão sobre a própria não

¹¹ A ciência e a técnica não têm consciência de si. Nossa visão adiciona, aqui, que a própria ‘pressão do sistema’ não controla suas próprias tecnologias: “A ciência ela própria não tem consciência de si, ela é um instrumento, enquanto o Esclarecimento é a filosofia que identifica a verdade ao sistema científico. (...) A ideia de uma autocompreensão da ciência contradiz a ideia da própria ciência. (...) a ciência é um exercício técnico, tão afastado de uma reflexão sobre seus próprios fins como o são as outras formas de trabalho sob a pressão do sistema” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 84).

¹² Aqui alteramos o termo, adicionando a letra maiúscula em seu sentido para manter a diferenciação; na citação da nota de rodapé acima (11), da mesma maneira.

liberdade incomparavelmente mais difícil do que antes, quando esta estava em contradição com uma não-liberdade manifesta.” (ADORNO, 1998, p. 2). A liberdade, a democracia, os direitos humanos, a igualdade, todos são consensos questionáveis afirmados pela ideologia no ocidente. O totalitarismo das democracias capitalistas permite manifestações opostas apenas enquanto isto não interferir em sua base, a propriedade privada, ou em sua moral seletiva. É como o ‘direito à moradia digna’ que ‘está na lei’ e é um ‘direito social’ – mostra-se uma mentira ao assistirmos à repressão ao MST no campo ou a ocupações populares de prédios ociosos, nas cidades. O desenvolvimento da democracia se deu somente acorrentado ao capital – a mercadoria *domina* o desenvolvimento do estado: “A economia transforma o mundo, mas o transforma apenas em mundo da economia” (DEBORD, 1997, p. 30). As liberdades democráticas representam aquelas ‘histórias contadas’ que chamamos ‘ideologias’, e a reprodução delas se dá pela indústria cultural:

O efeito global da indústria da cultura é o de um anti-racionalismo nela (...), o Iluminismo, isto é, o progressivo domínio técnico da Natureza, converte-se num logro coletivo, num instrumento de coação da consciência. Ela impede a formação de indivíduos autônomos e independentes, capazes de avaliar com consciência e de tomar decisões. Mas esses seriam os pressupostos de uma sociedade democrática que só pode manter-se e desenvolver-se quando constituída por cidadãos que já atingiram a maioria. E se as massas são, a partir de cima, injustamente menosprezadas, não é de menor monta o papel que aí cabe à indústria da cultura, convertendo-as nas massas que depois enjeita e entavando uma emancipação para a qual os seres humanos estariam tão maduros quanto as forças produtivas do seu tempo o permitissem. (ADORNO, 2003, p. 106).

A indústria cultural não representa uma ‘indústria’ como a soma de seus produtos e produtores, é um sistema de meios hegemônicos, heterônomos e dominantes, ligados à economia e à política, a partir do qual surge uma maneira de nos relacionarmos (o ‘espetáculo’). Os estudos dos autores da Escola de Frankfurt buscavam, senão libertação, tensionamentos a estas correntes hegemônicas; criticar um sistema que coloniza os confins da consciência é uma tarefa difícil e, neste sentido, a missão deles se assemelha à nossa, aqui. E não à toa o objeto de análise do presente trabalho é uma espécie de crítica – uma crítica que esta hegemonia engloba, tirando lucro pela sua comercialização. A indústria cultural, onde se insere e pela qual é reproduzido o álbum *Go 2*, da banda XTC, é onde mesmo a crítica ao sistema capitalista é integrada como forma de assimilação de consumidores. Este é um dos pontos importantes do totalitarismo a que nos referimos aqui: o domínio é tão amplo que o sistema reproduz críticas a si mesmo, em lampejos de transparência. As massas sentem-se informadas, participantes, cultas, sentem que o sistema é confiável; cria-se uma ideia de justiça, já que o sistema conta sobre seus defeitos – e nós compramos a ideia, literalmente, enquanto contemplamos seus conteúdos e esquecemos o funcionamento de sua sistemática.

O sistema que configura a indústria cultural age pela reprodução massiva de produtos e imagens disseminados pelos meios de comunicação. A instrumentalização técnica presente na indústria cultural e seus ‘apêndices’ – tais como os celulares e redes sociais, atualmente – são inseparáveis dos interesses de seus criadores e administradores e estes não são ‘iluminação’, mas o acúmulo de capital, uma vez que na base destas instituições se situam interesses corporativos, de sócios, acionistas, enfim, financeiros – aos quais se somam os políticos. Mas os interesses exploratórios destes meios não ficam claros em suas superfícies por motivos diversos, a saber, é a indústria da diversão, da arte, lá aparecem críticas ao sistema, lá mesmo o capitalismo é criticado, a informação é democratizante, como poderia esta indústria ser tão monstruosa? De acordo com Walter Benjamin (1969), “*as massas têm o direito de exigir a mudança das relações de propriedade; o fascismo permite que elas se expressem, conservando, ao mesmo tempo, essas relações*” (BENJAMIN, 1993, p. 195, grifo do autor) – a democracia burguesa funciona assim, e a indústria cultural é seu canal de comunicação ‘esclarecedor’. A relevância da indústria cultural, como disseminadora de bens e conhecimento, tem seu aspecto ‘democratizante’, mas o domínio desta não se dá pela libertação das massas, e sim pela dominação delas, embora seja uma dominação ‘não forçada’ e às vezes até ‘divertida’ e ‘informativa’:

Os interessados inclinam-se a dar uma explicação tecnológica da indústria cultural. O fato de que milhões de pessoas participam dessa indústria imporia métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. O contraste técnico entre poucos centros de produção e uma recepção dispersa condicionaria a organização e o planejamento pela direção. Os padrões teriam resultado originariamente das necessidades dos consumidores: eis porque são aceitos sem resistência. (...) O que não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade. A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114).

Entender este conceito sobre os meios de comunicação é entender que a técnica é inseparável de seu viés econômico. A técnica da dominação econômica é a da dominação pela técnica e, na indústria cultural, isso se reflete, por exemplo, na *forma* dos produtos, que interfere e ressoa sobre seus *conteúdos*; outro exemplo é o interesse *quantitativo* na concepção destes ‘produtos culturais’ e ‘informativos’. O problema que trazemos no presente trabalho é que, ao contemplar as mídias da atualidade, nos atemos aos formatos dos conteúdos e não às formas de sua expressão, que demandam e reproduzem a passividade; associado a isso, o desenvolvimento das tecnologias e dos atrativos da indústria cultural está ocasionando uma progressiva modelização de nossos sentidos e percepções do mundo pela maneira como consumimos estes produtos. Contemplamos cada vez mais imagens de segunda mão, no sofá

ou em trânsito, e a vida muitas vezes parece estar lá, nas mídias, e não fora delas. Cada vez a vida é menos interessante e o espetáculo alheio é mais. O que se incentiva através das tecnologias de comunicação é uma relação predominantemente unilateral, fácil, confortável, adaptada e *determinada*: a importância é que seja contínuo, que a contemplação se mantenha e que se goste da contemplação. A contemplação é um conforto, pode levar a práticas produtivas, gerar *insights*, mas ela está sendo explorada e modelizada pelo capitalismo e cabe questionarmos isso. Este sistema tem na tendência ao *desenvolvimento* quantitativo das riquezas um paradigma. Desta forma os sujeitos estão sendo cada vez mais contemplativos devido a pressões externas. Criam-se tecnologias, mostram-se novos atrativos, novos tipos de conteúdo, e cada dia ficamos mais tempo contemplando informações mediadas, em relações que progridem nas suas formas de alienação. Este processo se dá historicamente e, no próximo capítulo, trabalharemos com a hipótese de uma *alienação total* que se aproxima devido às tecnologias que não param de se renovar.

A existência da contemplação como fenômeno, cabe determinar, é consequência do capitalismo e da indústria cultural por suas essências, não por acaso; por seus fluxos naturais, não por decisões de diretores que decidem ‘investir em contemplação’. Definitivamente, quando falamos em dominação ao longo do trabalho até aqui, esta não ocorre por ‘ordens’ de pessoas em ‘postos de decisão’ corporativos, mas pelas próprias maneiras pelas quais o sistema se mantém, a acumulação de capital é uma delas, o progresso técnico é outra, assim como a predominância de ideologias que aceitam passivamente a “reificação absoluta” (ADORNO, 1998, p. 10) dos sujeitos. Questionar o sistema midiático, para além de qualquer conteúdo que se veicule, mas em sua *estrutura*, é a forma de evitarmos que sejamos *cada vez mais* parte do aparelho, lidando como espectadores perante a transformação de nossos sentidos em métodos e instrumentos visando o lucro:

O que há de ruim na contemplação até hoje (...) é o fato de, justamente por meio de sua indiferença em relação à transformação do mundo, ela ter se transformado em peça da prática limitada: de ela ter se transformado em método e em instrumento. (ADORNO, 2009, p. 205).

Esta citação fecha este capítulo, e fecharemos com um ponto importante. Quando falamos neste trabalho sobre passividade, alienação, contemplação, consciência programada e ideologia, estes termos são indissociáveis do Esclarecimento. Caso se tenha sugerido aqui que a contemplação se dá exclusivamente pela falta de educação, de crítica ou de racionalidade, precisamos nos desfazer desta percepção. A contemplação permite a reflexão, permite que o que é contemplado seja culto e revolucionário, mas não por isso não somos momentaneamente parte do aparelho, passivos e entorpecidos por *imagens e ideologias*

através de nossos sentidos. Contemplar *Go 2*, por exemplo, não é apenas ver ‘de passagem’. Se estivéssemos falando sobre ignorar a capa ou seu texto, não usaríamos o termo contemplação. As duas formas de contemplação mais usuais, afinal, se relacionam com observação e reflexão, não são indiferentes às obras de arte, em museus, galerias, e às divindades, em rituais. Contemplar não é tão irracional e desligado como pode parecer, há *reflexão*; mas basta a mera reflexão atualmente? A reflexão não seria um resultado platônico do contemplar, uma ‘contemplação autossuficiente’, como sugeriu Adorno (1998)? Assim como a reflexão, o pensamento idealista e a reprodutibilidade das críticas na *internet*, a contemplação é parte integrante do harmonioso conflito que configura o sistema em que vivemos. Se, por um lado, este sistema nos agrada, temos que olhar para o outro; se o sistema nos dá algo plano para contemplarmos, temos que buscar o que há atrás disso. Entendermos e questionarmos o funcionamento do que se nos mostra, neste contexto, é crucial para que não sejamos *assimilados* pelas tecnologias e passivos em relação aos *sucessivos golpes* infligidos pelo sistema econômico em nossos governos. Deixarmos de ser contemplativos pode não ser realmente algo ‘ativo’, mas dado o lastro de passividade que carregamos, é um ato rebelde não ignorarmos mais o progresso tecnológico através da nossa percepção e *latirmos* contra isso, como será desenvolvido adiante: uma radicalidade que nos leva para *fora das telas*, buscando a libertação das correntes que nos prendem aos meios de comunicação.

Este capítulo desenvolveu três pontos que cabem ser destacados agora, ao seu final. O primeiro e mais claro é o interesse político e econômico indissociável da indústria cultural, suas tecnologias e seus conteúdos. Essa sistemática manifesta-se na busca do lucro, na reprodução de ideologias, na ilusão de transparência e na manipulação e criação de novas técnicas para tanto. O segundo ponto relaciona-se em exclusivo às tecnologias: o progresso técnico é inato ao sistema, mas ele realmente controla os aparelhos que concebe? Acreditamos que não, nem o sistema nem seus usuários controlam as consequências da tecnologia, que com o impulso da economia tem historicamente progredido em *intervenções* cada vez mais *refinadas* em nossas vidas. Para além do olhar atento aos interesses corporativos, devemos ter cautela com as próprias tecnologias que parecem sob nosso controle, mas não estão: seus usos programam nossas vidas e sensibilidades. O terceiro ponto relaciona-se à forma como vemos o que se mostra através das mídias: como são mostrados, focados nos conteúdos. Não é nos conteúdos superficiais, porém, que toda esta discussão predominantemente se dá, mas nas *estruturas* de sua reprodução. Enquanto contemplamos *as* imagens, o que vemos é algo alheio, algo *artificial* que vem acompanhado de diversas *sutilezas* – sutilezas como o fato de

serem conteúdos fascinantes, instigantes, informativos, iluminadores, curiosos, engraçados e, acima de tudo, *infinitos*.

A influência dos meios de comunicação hegemônicos na nossa maneira contemplativa de ser, a saber, através de tecnologias, ideologias e formas de reproduzir conteúdo, indissociáveis do capital, *historicamente* molda nosso agir. Esta influência não é apenas em nossa visão ‘periférica’, pois inclusive aquilo que parece estarmos vivendo ‘diretamente’ está profundamente infectado pela ‘visão de mundo contemplativa’ que nos contém. A indústria cultural é o grande meio capitalista modelizador de nossos estados contemplativos e a postura aqui é inteiramente crítica à sua sistemática. Informando, ela nos ensina a ignorar. Integrando, ela nos separa. Dando-nos ferramentas, ela amputa nossas capacidades e cria dependências. Progrediremos, agora, através de Sloterdijk (2012), com quem desenvolveremos uma linha de pensamento que buscará desequilibrar a progressiva deformação de nossas consciências através de atos insolentes contra as *máquinas* e seus usos, que nos tornam cada vez mais contemplativos.

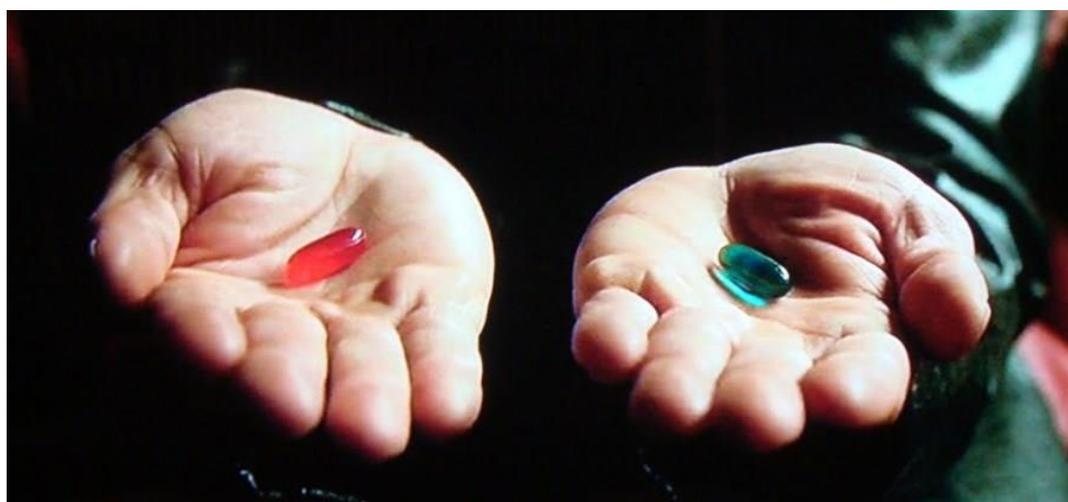
3 URGE UM LATIDO: CONTRA A SIMULAÇÃO DA CONSCIÊNCIA

Estamos nos aproximando rapidamente da fase final das extensões do homem: a simulação tecnológica da consciência, pela qual o processo criativo do conhecimento se estenderá coletiva e corporalmente a toda a sociedade humana, tal como já se fez com nossos sentidos e nossos nervos através dos diversos meios e veículos. Se a projeção da consciência – já antiga aspiração dos anunciantes para produtos específicos – será ou não uma “boa coisa”, é uma questão aberta às mais variadas soluções. São poucas as possibilidades de responder a essas questões relativas às extensões do homem, se não levarmos em conta todas as extensões em seu conjunto. Qualquer extensão – seja da pele, da mão, ou do pé – afeta todo o complexo psíquico e social. (MCLUHAN, 1964, p. 17)

Lutar contra a contemplação é deixarmos de mentir para nós mesmos. A ideia de que ‘mentimos para nós mesmos’ e, por outra perspectiva, a ideia de um sistema que ‘projeta suas visões de mundo através dos nossos sentidos’ são equivalentes. A diferença é reconhecermos que há um *sistema* que nos *explora*. Podemos reconhecer esta exploração e lutar contra ela ou, confortavelmente, seguirmos nossas vidas de contemplação.

Em *Matrix* (1999) estas alternativas são oferecidas: acordar ou voltar ao sono hipnótico. Neo, o protagonista, descobre que vive em uma realidade simulada, a *matrix*. A vida seria uma grande mentira que parece uma grande verdade: um estado em que somos explorados e a realidade como a percebemos seria uma ilusão, uma mentira extremamente bem introduzida em nossa consciência através de *máquinas* para explorar nossos *corpos* deformando nossos *sentidos*. Ele recebe duas alternativas de um grupo de pessoas que lutava contra a *matrix* e já conseguia viver o seu ‘fora’: tomando a pílula azul acordaria em casa, tudo pareceria um sonho e voltaria à sua vida de contemplação; tomando a vermelha conheceria a realidade para além das aparências em um processo sem volta: a lucidez.

Figura 3 – Cena do filme *Matrix* (1999).



Fonte: *Matrix*. Direção: Lana Wachowski, Lilly Wachowski. Produção: Village Roadshow Pictures, Silver Pictures, 1999.

O capitalismo é *sobretudo* exploratório: seu ‘senso’ de direção é inegavelmente a acumulação de capital e para isso diversas técnicas são utilizadas para a exploração da natureza e do trabalho; não existe fim para essa tendência de exploração, apenas um limite que diz respeito à capacidade de fazê-lo (*como* fazê-lo). As tecnologias historicamente se desenvolvem, a economia as utiliza em seu esquema, maximiza sua capacidade de exploração e a segurança de sua manutenção. Essas tecnologias não se limitam mais à interferência no momento do trabalho, como retratado em *Tempos Modernos* (1936) de Charles Chaplin. Elas vão bastante mais adiante e invadem nossos momentos de divertimento, nossas relações com nós mesmos, outras pessoas e com todo o mundo sensível. A força do capital nos leva, através da história, à acumulação de sucessivas *camadas de contemplação*; e o desenvolvimento das tecnologias digitais nos mostra claramente este processo ao longo dos séculos XX e XXI: da criação e popularização da televisão e dos celulares em diante, nossa assimilação se desenvolveu em estruturas cada vez mais complexas nas quais nossos sentidos e vidas são cada vez mais mediados por máquinas. Podemos considerar este um ponto de virada: no filme de Chaplin as tecnologias ainda dependiam de nós para o seu funcionamento, hoje parece que *dependemos* delas. Alguém controla a si mesmo?

A contemplação às tecnologias de comunicação, que antes ocorria em instantes específicos e breves, foi progressivamente tomando mais tempo e atenção dos sujeitos, atrofiando caracteres lúdicos e inflando os passivos. Não estamos apenas acostumados às máquinas, estamos acostumados ao *progresso* delas, e este progresso é o da colonização da nossa percepção da realidade rumo a alienações e explorações cada vez mais *refinadas*. Fugir do parasitismo que a economia ocasiona através de suas tecnologias deve ser, para nós, através de um olhar apocalíptico para que nossas críticas não recaiam em aceitação. O horizonte apocalíptico de nosso aparelhamento é a *matrix*, é dela que fugimos; a história da contemplação é a história rumo à realidade simulada tecnologicamente e, se lutamos contra a contemplação, é porque lutamos pela vida, contra a simulação da consciência. Pelo animal, contra o maquinal. Esta é a resistência que propomos: um devir-animal radical para lutar contra nossa dominação pelas tecnologias que o capitalismo criou, mas sequer controla mais. *Urge um latido* e ele está sendo dado contra as tecnologias, principalmente as telas! O progresso que a contemplação tecnológica representa é profundamente irônico: rumo à alienação total, ao isolamento total, ao silêncio total da *matrix*, como são nomeados, predominantemente, os agentes desta ‘passividade interativa’? Nada mais, nada menos do que ‘meios de comunicação’.

Partiremos da hipótese, aqui, de que *ainda não* vivemos em uma realidade simulada tal qual a de Neo. Ao mesmo tempo, nossa visão é a de que nos aproximamos progressivamente de um nível afim de contemplação: estamos indo rumo à *matrix* e precisamos estabelecer uma maneira de fugir dela, para evitar a plenitude de nossa exploração como no filme. Esta linha de fuga será insolente à *moral tecnológica* que vigora atualmente, através de atos que retiram àqueles próximos de nós de seus estados contemplativos. É contra esta moral, das convenções sociais, do processo civilizatório e do progresso tecnológico que latimos. Como Diógenes perante as normas e convenções pervertidas, insultamos a *narcole dos gadgets* e o deslumbramento pelas inovações que artificializam a vida e nos deslocam rumo às distopias tecnológicas. Precisamos *desequilibrar* este processo, deslocando seu equilíbrio tal qual o de uma reação química: um equilíbrio dinâmico. Para um lado, à esquerda, a reação se desloca rumo a uma vida animal e livre, para o outro, à direita, rumo ao artificial e enjaulado. Para trabalharmos com dois opostos extremos, podemos pensar que o ‘animal’ seria uma vida em que dominamos totalmente as tecnologias digitais; o ‘artificial’ seria uma vida dentro de máquinas, onde não percebemos a vida senão através delas (a *matrix*). De um lado uma vida que recusa a exploração, de outro uma vida cada vez mais presa à simulação da vida¹³. *Latimos contra!* Contra a contemplação aos meios de comunicação de massa – tomamos o partido da *esquerda*, rumo ao animal: contra nossa exploração, contra a falsa consciência modelizada e entorpecida através das tecnologias comunicacionais, contra a passividade demandada pelas *telas do espetáculo*.

Já sabemos que o capitalismo, através da indústria cultural, é o principal vetor de nossos estados contemplativos através de seus conteúdos presentes, principalmente, nas *telas*: televisões, celulares e computadores. Contemplação, como a vemos aqui, é principalmente uma aceitação passiva e fixada do que se é oferecido, uma aceitação alienada, que consome o que o sistema dá sem olhar para o sistema ou para como ele oferece. Imersos na passividade implicada nos usos das tecnologias, nosso conhecimento da realidade atual se dá muito pela contemplação, e não podemos ignorar o grande poder de condicionamento ideológico e perceptivo que sofremos através da forma com que as informações são reproduzidas, organizadas e contadas. Ser informado pelos meios de comunicação é, ademais, receber informação climatizada e climatizante, e a mera contemplação desses conteúdos ignora o tamanho da carga ideológica e estagnante que eles carregam:

¹³ A tecnologia já existe e não pode ser extinta. Como em uma diluição, se colocamos sal em um copo, a contínua adição de água não faz o sal desaparecer. Lutar contra nossa exploração pelas máquinas é deslocar o equilíbrio rumo à diluição de seus poderes, não à extinção deles, já que nossa vida não existe sem as tecnologias.

Os meios de comunicação modernos cuidam para que se tenha uma climatização nova e artificial para as consciências no espaço social. Quem se vê inserido em suas correntes experimenta como a sua “imagem de mundo” se transforma de maneira cada vez mais exclusiva em algo mediado, vendido, sacado de segunda mão. Notícias inundam a consciência televisiva como um material mundial marcado por partículas informativas; ao mesmo tempo, elas dissolvem o mundo de paisagens noticiárias fluorescentes, que cintilam nas telas do eu. De fato, os meios de comunicação de massa possuem a força para reorganizar ontologicamente a realidade efetiva como realidade efetiva em nossas cabeças. (SLOTERDIJK, 2012, p. 667).

Se contra a contemplação propomos aqui uma postura ofensiva e de ataque contra as máquinas, não é pregando um desvencilhamento *stricto sensu* das tecnologias: é sobre conhecermos criticamente suas estruturas e sabermos elaborar mecanismos de defesa a elas, mas ao mesmo tempo evitando-as. Não podemos ser vulneráveis às tecnologias que nos levam à contemplação, pois elas nos seduzem e nos tornam cada vez mais *presos* a elas. As máquinas são úteis, faz sentido usá-las, mas não podemos ser ingênuos. Nos meios de comunicação são expostas diversas pseudo-utilidades que, temperadas com o refinamento da indústria que vem por trás delas e da interface tecnológica que vem à frente, acabam parecendo interessantes e construtivas. Estas informações reificadas já vêm sob demanda, personalizadas, fazem parte de nossos interesses cotidianos – e é aí que, contemplando inutilidades a cada minuto, nos tornamos passivos, explorados e dependentes do espetáculo midiático (além de insatisfeitos com a vida *real*). O que à primeira vista parece abertura de horizontes mostra-se um fechamento perceptivo servil, uma *extensão* que ocasiona uma *retração*:

Contemplar, utilizar ou perceber uma extensão de nós mesmos sob forma tecnológica implica necessariamente em adotá-la. Ouvir rádio ou ler uma página impressa é aceitar essas extensões de nós mesmos e sofrer o “fechamento” ou o deslocamento da percepção, que automaticamente se segue. É a contínua adoção de nossa própria tecnologia no uso diário que nos coloca no papel (...) do adormecimento subliminar em relação às imagens de nós mesmos. Incorporando continuamente tecnologias, relacionamo-nos com elas como servomecanismos. Eis porque, para utilizar esses objetos-extensões-de-nós-mesmos, devemos servi-los, como a ídolos ou religiões menores. Um índio é servomecanismo de sua canoa, como o vaqueiro de seu cavalo e um executivo de seu relógio. (MCLUHAN, 1964, p. 64).

O que fazemos para deslocar este equilíbrio em nosso favor, contra a servidão? Como lutar contra um poder como o do capital e suas máquinas? Lutaremos como animais, de forma insolente e desobediente à *moral dos amantes de gadgets*. O domínio é grande, mas não é pleno: não somos impotentes e podemos exercer o papel de um poder contrário; já tomamos a história da contemplação nas mãos, cabe agora tomarmos o rumo da ‘des-contemplação’, contra o fluxo hegemônico. Este processo começa com uma crítica quantitativa do ato: mais do que questionar o que nos prende, questionamos quanto tempo ficamos presos, e quanto menos, melhor. O latido será criticado, tentarão calá-lo, será considerado estapafúrdio, do

contra, isolacionista, um retrocesso, mas nós, cães, não participaremos da festa dos suicidas, mesmo se todos forem lá. Não importa o que se contempla, não importa se é ‘digno’ de contemplação, importa é que acontece e sua aceitação é hegemônica. Peter Sloterdijk (2012) nos ajuda a entender um pouco destes movimentos que acontecem inseridos no campo de poder das hegemonias:

(...) esse poder nunca é ou apenas tem poder, mas sempre ‘cavalga’, por assim dizer, um poder contrário. Em uma teoria realista do poder, a onipotência e a impotência só vêm à tona quase como ideias ‘matemáticas’ de poder, como a grandeza infinita e a pequenez infinita do poder. Onipotência e impotência não podem se encontrar contrapostas. Só há contradição possível entre potência hegemônica e poder contrário. O que se ‘apresenta’ aí possui poder, um quantum positivo de energia, que está centrada em corpos conscientes e que se prolonga sobre os seus instrumentos e armas. Por isso, a lógica do tudo ou nada, no campo político, é perigosa, e, sim, fatídica. (SLOTERDIJK, 2012, p. 43).

O meio nos puxará para trás, dirá que é impossível, mas *o impossível é a meta*. Já sabemos onde passividade e contemplação nos levam; então, inspirados no insolente Diógenes, atacaremos as máquinas latindo, rosnando e mordendo-as – e explorando-as também. Como *Go 2*, o que fazemos e propomos aqui é um *ato* que discute as estruturas econômicas e tecnológicas de mediação de informação que levam à contemplação – este ponto é indissociável do latido anti-contemplativo, é uma crítica estrutural: se uma máquina nos mostra algo, antes interessa é que a máquina que disse, não seu conteúdo, e rosnamos para ela. Uma mera rosnada ou mordida isolada, porém, não é o objetivo. O desequilíbrio deve ser maior, coletivo, uma matilha de cães que despertam outros cães que criam outras matilhas de cães que despertam outros cães que criam...

De acordo com a obra na qual se baseiam as reflexões sobre nosso devir-cão, *Crítica da Razão Cínica* (1983), “a modernidade é especialmente marcada por uma ambivalência essencial, cujo eixo de estruturação é uma dinâmica cínica-*kyniké*.” (SLOTERDIJK, 2012, p. 13). Vivamos na ‘modernidade’ ou não, atualmente, esta ambivalência dinâmica persiste na concepção deste trabalho. Dinâmica essa tal qual o processo ‘químico’ que nos carrega à *matrix*: à direita está o sujeito cínico, com sua “falsa consciência esclarecida” (SLOTERDIJK, 2012, p. 34) e atitudes acomodadas à confortável simulação da consciência que tem progresso; à esquerda estão os cães, com seus latidos *kyniké*, animais questionadores e avessos ao espetáculo e suas telas. Agir como um cão é fugir do *adestramento* que é proposto pelo progresso da tecnologia, indissociável do progresso do capital, do Esclarecimento, da contemplação da vida e da não-vida midiática, como um estilo de vida.

No *kynikos*, as animalidades são uma parte de sua autoestilização, mas são também uma forma de argumentar. Seu núcleo é existencialismo. O *kynikos*, na condição de materialista dialético, precisa desafiar a publicidade [aqui, com um sentido de ‘espaço público’] porque ela é o único espaço em que a superação da arrogância

idealista pode ser exposta com sentido. O materialismo espiritualoso não se contenta com palavras; passa à argumentação material que reabilita o corpo. (SLOTTERJIK, 2012, p. 158-159).

A indústria cultural, como escola e caminho que leva à contemplação, leva também ao cinismo, deslocando o equilíbrio à direita, da insolência para a adaptação. O cinismo atual, oposto ao devir-cão, é o resultado da sociedade adestrada a ser comportada e Esclarecida. As exigências da realidade *deslocam* o equilíbrio para as necessidades *impostas* à sobrevivência pelo sistema em que vivemos, mas não apagam inteiramente a possibilidade de latidos em meio a este equilíbrio dinâmico. Neste sentido, nosso latido não é uma mera ofensa à máquina, é também um convite, uma tentativa de fazer *despertar* a insolência humana que perece, adormecida em sua contemplação narcótica e seu cinismo auto conservativo. Uma retomada ‘diogenesiana’, como propomos, é uma subversão pública e ‘gritada’ das leis que aceitamos aceitar, uma revisão do contrato social obsoleto que seguimos através do ataque a ele. A insolência deve ser retomada para, com seu contrapoder, diluir o cinismo assimilado que reina, e isso não acontece de maneira ‘polida’:

(...) somente há alguns séculos o termo alemão *frech* (insolente) ostenta conotação negativa. De início, ele indica, como no alemão arcaico, agressividade produtiva, intrepidez diante do inimigo: “corajoso, ousado, vivo, destemido, indomado, ávido”. A história dessa palavra espelha a desvitalização de uma cultura. Quem hoje ainda é insolente, o é porque o calor materialista não foi enfraquecido tão efetivamente como gostariam que o tivesse sido aqueles que se sentem importunados pela espontaneidade impolida. (SLOTTERJIK, 2012, p. 155)

‘Agressividade produtiva’ é a proposta do latido. Produtiva na geração de lucidez, dissolvendo o filtro alienativo que a economia sempre soube introduzir em nossos sentidos e que, com os meios de comunicação e suas tecnologias, ocasionou a transformação da vida em espetáculo, das telas em solução e da consciência do mundo em problema (ou em produto). Este ‘filtro’ (ou: esta ideologia) é historicamente aperfeiçoado, e cada vez mais só o que importa é a vida individualista; conforme nos deixamos deslocar à direita, o que figura fora da vida privada são problemas *alheios*, que para o cínico moderno são *banais*, e o progresso da consciência cínica é indissociável da alienação sobre o que é comum, público ou coletivo. O excesso de informação nos esclarece, mas com ele aprendemos a sair da realidade, então o devir-cão que propomos é, também, contrário ao esclarecimento racionalista e às formas como seu consenso é reproduzido, a saber, os valores burgueses, consumistas e desenvolvimentistas disseminados pela indústria cultural:

O que denominamos hoje Esclarecimento e tudo o que associamos forçosamente ao racionalismo cartesiano também significa, segundo uma visão ligada à história das notícias, uma medida sanitária necessária; foi algo semelhante à construção de um filtro contra a enchente da consciência individual (...). Aqui também surgiu uma situação da informação, na qual a consciência particular se viu entregue de uma maneira desesperançosa às notícias, imagens, textos. Racionalismo não é apenas

postura *científica*, mas ainda mais um procedimento *higiênico* da consciência – a saber, um método para não precisar mais deixar tudo se mostrar como válido. (SLOTERDIJK, 2012, p. 416).

A indústria cultural nos ensina a contemplarmos o mundo, mas a nos importamos com nós mesmos; exemplo disso é a sobrevalorização do mercado financeiro sobre as ‘questões sociais’ no jornalismo. Dentro desta lógica, é *padrão* que o noticiário não traga indignação, que o cinema não traga questionamentos, que uma caminhada não permita que se problematize todo e qualquer cidadão comendo, literalmente, lixo: a consciência pune, revoltar-se não é higiênico para o sujeito produtivo. À faca sem fio que representa esta falsa consciência cínica; ao estado ‘morno’ da sociedade que já não faz perguntas pois não vê respostas; à diluição dos desejos de mudança pela realidade ‘objetiva’, não poderíamos senão repetir quem programa todo este ‘consenso’: a indústria cultural e sua estrutura de equivalente indiferença espetacular sobre tudo. Para o cínico atual, ‘valores’ se tornam empecilho, desejos de mudança mais parecem descaminhos e as problemáticas sobre a realidade são sistematicamente diluídas pelo instinto condicionado pela sobrevivência. O grande espectro de informação que recebemos, não obstante realmente nos permita a ‘reflexão’, é também uma fábrica de indiferença. A ‘climatização’ provocada através da *forma* de veiculação da informação nutre um modo de lidar com a realidade que é, sobretudo, cínico: os meios de comunicação de massa igualam ‘qualquer coisa’ e ‘qualquer *outra* coisa’, e assim o equilíbrio da reação se desloca rumo ao não-pensamento, à alienação informada, num ensopado morno e inosso de realidade que nos acostumamos a degustar:

A capacidade de “ordenação” inesgotável dos meios de comunicação de massa se funda em seu “estilo” aditivo. Somente terem se fixado no ponto zero de uma penetração pensante, podem oferecer tudo e dizer tudo, e isso, por sua vez, tudo de uma vez só. Eles possuem apenas um único elemento inteligível: o *e*. Com esse *e*, tudo pode se tornar literalmente vizinho de tudo. Assim, surgem cadeias e vizinhanças, com as quais nenhum racionalista e nenhum esteta pôde sonhar: medidas econômicas e estreias de teatro e campeonatos mundiais de motocicleta e taxas de prostituição e golpes de Estado... Os meios de comunicação podem oferecer tudo, porque abandonaram sem deixar restos a ambição da filosofia de compreender o que é dado. Eles abarcam tudo, porque não apreendem nada; dão voz a tudo e não dizem coisa alguma. A cozinha dos meios de comunicação serve-nos diariamente um ensopado de realidade com um número infinitamente grande de ingredientes que, contudo, têm todo dia o mesmo sabor. (SLOTERDIJK, 2012, p. 419).

Latir é criticar as máquinas, mas também acordar os contempladores, que interagem com as informações tal como lhes são oferecidas: elas são justapostas sem juízo de valor, eles tampouco fazem um juízo; elas obedecem a uma estrutura de banalidade e cinismo, eles as consomem como sugere a estrutura; elas chamam, eles vêm; elas não acabam nunca, eles contemplam *ad infinitum*. Os contempladores seguem o ritmo ditado pela máquina, e nas máquinas sempre há interesses *artificiais* e *exploratórios*. O ‘acrécimo’ que o cinismo dá

para a forma negativa de contemplação que tratamos aqui é que, para além da alienação sobre a forma dos produtos, o cínico aprendeu a ignorar também seus conteúdos: ele ignora a realidade que escapa à sua vida privada. Esta é, ademais, a maior tendência em nossa relação com a indústria cultural: seguirmos a forma de consumo que nos é receitada, e esta receita contemplação, cinismo e individualismo; mesmo que achemos algo impressionante, como talvez esta capa que estudamos, ou uma notícia de jornal, o reflexo é continuamente diluirmos o que nos consegue ‘despertar’. Latir é lutar contra esta diluição, adicionando o soluto da pílula vermelha, que ‘engrossa o caldo’ e desperta da hipnose contemplativa.

Tudo o que é mediado pela indústria cultural carece de atenção; sua hegemonia não obedece a limites humanos, mas a limites tecnológicos e econômicos: conforme a tecnologia ganha complexidade, ela nos impele a nos adequarmos a estas novas formas de interação ‘inovadoras’ e ‘informativas’ e ‘interativas’ e ‘práticas’. É aí que a contemplação mostra sua curva crescente: as possibilidades tecnológicas crescem e com ela nossa vida é cada vez mais mediada. O gosto pelas novidades tecnológicas comunicacionais, que chamamos também aqui de *moral*, aboliu o ‘não’ e o ‘e daí?’ das respostas possíveis ao nosso aparelhamento: agora tudo o que é novo é sempre bom (e *devemos* comprar, usufruir e contemplar), e o que parecia permitir mais comunicação acaba por nos inserir em ‘bolhas’ – e pode inclusive já ter nos inserido em uma realidade simulada.

Há pequenas fórmulas que explicitam o realismo insolente da posição baixa em relação à “lei”; dois pares de palavras que denunciam falsas pretensões: “E daí?” e “Por que não?”. (...) Esse seria o exercício mais duro para os homens completamente socializados: dizer *não* sempre no momento oportuno. A capacidade plenamente desenvolvida de dizer *não* é, por sua vez, o único pano de fundo que garante a validade do *sim*, e apenas os dois juntos definem o perfil de uma liberdade real. (SLOTTERDIJK, 2012, p. 165).

Precisamos aprender a dizer não ao capital e disseminar a palavra. Mas precisamos também aprender como fazê-lo. A hegemonia do ‘sim’ atualmente contamina até o ‘não’, que já está aparelhado em suas formas de negação. Porque o ‘não’ está aparelhado? Porque a economia ocasionou um palanque extremamente atrativo para as manifestações políticas, isto que chamamos hoje ‘redes sociais’. A criação destas plataformas, embora tenha dado acesso à informação, permitido a liberdade de expressão etc., não teve seus efeitos políticos medidos ainda de forma ampla. Lá o diálogo, a informação e mesmo a indignação são o modo de ser condicionado pelas estruturas midiáticas. A indústria cultural, então, nos torna contrários, mas integrados; críticos, mas contemplativos; conscientes, mas cínicos; participantes do mundo, mas individualistas; esclarecidos, mas indiferentes; comportados, mas dissimulados; informados, mas alienados; participantes, mas passivos; questionadores, mas idealistas. O despertar-cão arrasta este equilíbrio para os seus contrários: contra a integração e a

contemplação à máquina, contra o cinismo, contra o individualismo, contra a indiferença, contra a dissimulação bem-comportada, contra a alienação *pela* informação, contra a passividade e o idealismo – contra as correntes da mídia hegemônica e o que imana de suas telas. *Contra as telas!* Acima de tudo, contra as telas que brilham.

Este é um ponto onde Diógenes mostra sua importância como exemplo: “autêntico materialista-dialético” (SLOTTERDJIK, 2012, p. 153), ele não deixaria sossegada a indignação idealista das redes sociais atualmente; estas realmente permitem latidos, mas um latido que acontece apenas lá é predominantemente platônico, insular, dissolve-se entre outras representações e recai em ironia. O latido deve questionar sua própria forma de latir, e o diálogo que não leva a atos é deslocado para a direita, deixando de ser *kynikos*, se tornando cínico. Deixando de ser revolta materialista, mas midiática, espetacular. A maneira insolente de Diógenes agir era uma relação ativa com a verdade, em sua forma de viver, não apenas falar, razão pela qual o consideramos exemplar. De que adianta saber a verdade e manter-se num mero diálogo sobre ela? Algumas posturas simplesmente não podem manter-se exclusivamente verbais, principalmente quando falamos como oposição, e Diógenes *vivia* isso. Uma moral, se não é prática, é mentira, hipocrisia, cinismo ou idealismo; verbal ou substantiva, destrutiva ou construtiva, palavras, nada mais. Ofensa, crítica, escárnio, nudez, vandalismo, resistência – importa que sejam atos: ‘potencial’ convertido em ‘movimento’. Radicalismo: Diógenes provavelmente não possuía esta palavra em seu vocabulário, mas Debord sim, figura importante deste trabalho, ele era também um autêntico materialista dialético *kyniké*.

Diógenes (como Debord) representa aqui uma maneira insolente de lidar com a própria consciência sobre a vida que reina. Historicamente a verdade é um escândalo e os livros estão repletos de figuras que ‘latiram’ contra a hipocrisia dominante; alguns foram, inclusive, literalmente crucificados por isso. Conversar nunca foi uma maneira de ir contra o que é ‘dominante’, mas sim de ‘reclamar’. A filosofia formada na escola da realidade é isso, atualmente, é uma filosofia que reclama, é apologética. Por isso a maneira de expressão *kiniké* é também denominada um *ataque*, é uma verdade expressa para ser vista, publicamente – se o caso são fonemas, que sejam gritados; se forem letras, que sejam ‘pixadas’. O acesso à informação e a meios de comunicação nos ‘permite liberdade’ de informação e expressão, mas, se queremos gerar alguma mudança com o que dizemos, devemos extrapolar o âmbito dos meios de comunicação. A diferença, dentro do sentido ‘diogenesiano’ materialista, radical e insolente, não se faz apenas com palavras, mas com a vida como forma de expressão.

Neste sentido, um grande paradigma diferencia o latido de Diógenes de *Go 2*: a formamercadoria; a materialidade do formato ‘capa de disco’ que deve ser seguida. O ‘latido reificado’ que estudamos aqui obedece, obviamente, a este formato, que não é de todo inflexível, mas estabelece certas limitações. Além deste ponto, o formato enquanto embalagem, a expressão dentro deste universo deve se enquadrar à grande busca dos objetos presentes na indústria cultural: o lucro. Mas o lucro não necessariamente é uma limitação, isto é, muitas vezes uma proposta ‘rebelde’, crítica ou iconoclástica perante o sistema atrai mais dinheiro do que algo ‘morno’. O dinheiro é *indiferente* ao conteúdo presente nos objetos que são trocados através dele, e a geração de lucro é realmente uma das únicas diretrizes que as mercadorias devem seguir:

Dinheiro é abstração em ação. Valor para lá, valor para cá, negócio continua sendo negócio. Para o dinheiro, tudo isso é *indiferente*. Ele é o meio, no qual a equiparação do diverso se realiza praticamente. Como nenhuma outra coisa, ele possui a força de colocar no mesmo denominador comum coisas diversas. (...) o dinheiro conserva sua indiferença inabalável em face de todos os bens, por mais diversos que esses sejam, em face de bens pelo qual ele é trocado. (SLOTTERDIJK, 2012, p. 422)

Mais uma vez, por isso *Go 2* não é contraditório em sua capa: está usando o sistema contra ele mesmo; trabalhando nos intervalos em relação às normas para realizar seu ataque. Jogando nas regras do jogo, obedecendo ao lucro e ao ‘formato’ do produto, um artista tem a liberdade para criticar a indústria cultural e seus meios dentro dela. Mas esta crítica terá que ‘se misturar’ com os ‘patrões’ que tenta desmoralizar. Na capa de *Go 2* o *kynismo* insolente, a troça, a galhofa de quem vem ‘de baixo’ se mistura com o “falso sorriso, gesto de uma maldade astuta” (SLOTTERDIJK, 2012, p. 203) dos senhores da indústria cultural. A metalinguagem acusadora, a crítica a que vem a capa de *Go 2*, é feita para ser vendida pela *Virgin Records* e é aí que, reificada, saber quem sofre o truque torna-se enigmático, enquanto contemplamos o sorriso que a capa de *Go 2* nos expõe:

Esse sorriso [o dos ‘senhores’] defende um mau *status quo*, uma injustiça. Os direitos dos outros? Onde chegaríamos? Fome? O que é isso? Uma comissura dos lábios, do lado esquerdo de preferência, projeta-se para cima. Na boca do senhor se patenteia a cisão da consciência, pois a outra metade sabe que, no fundo, não há de que rir. A metade da boca que sabe curva-se para o alto, de modo que a outra metade, desdenhosa, verga-se para baixo involuntariamente. O realismo mundano dos cínicos da classe dos senhores provém do desejo de preservar o rosto enquanto as mãos se sujam. E não raro exhibe ele boas maneiras. (SLOTTERDIJK, 2009, p. 203, grifo do autor).

Neste sentido damos valor à materialidade da nossa capa: ela é um *ato*, um latido insolente; a ‘roupagem’ no argumento se deve ao seu espaço de fala que, afinal, é restrito a o que pode embalar e ajudar a vender um disco. Os ‘cães’ que representam o grupo Hipgnosis neste esquema, em seus latidos artísticos, incorporam uma forma atual de *kynismos*. Uma forma, inclusive, mais organizada do que a antiga, um latido global, não um latido restrito à

polis, embora ‘se misture’. Um movimento de intransigência, para que extrapole a escala individual, para que seja um ato não-unitário, como *Go 2*, precisa de organização; os cínicos de antigamente tinham alguma, mas ainda era na escala individual que seus ataques ocorriam, eram cães sem uma matilha. Os movimentos hegemônicos que nos ‘afirmam’ suas realidades o fazem pois foram e são organizados historicamente; nossas reações de negação só são efetivas *individualmente* pelo mesmo motivo, neste caso, a carência de organização, de comportamentos sistemáticos. Nosso comportamento sistemático será sempre o do próprio sistema hegemônico se não houverem críticas, atos, e organização *progressiva*:

Os intransigentes de que ainda há notícia na história dispunham de alguma forma de organização de seus adeptos, pois, de outro modo, seus nomes não teriam sequer chegado até nós. Eles montaram, pelo menos, parte de uma doutrina sistemática ou de regras de comportamento sistemáticas. (...) Os cínicos criaram uma escola filosófica; seu fundador, Antístenes, chegou a delinear uma teoria de Estado. Os sistemas teóricos e práticos desses marginais da história não são, todavia, tão rígidos e centralizados, mas se distinguem dos sistemas bem-sucedidos pelo elemento de anarquia que contém. Para eles as Ideias e o indivíduo valem mais do que a administração e a coletividade. É por isso que provocam a fúria. Os indivíduos que não transigem podem estar dispostos a se unir e cooperar, mas foram incapazes de constituir uma sólida hierarquia fechada para baixo. Nem em sua teoria, que carecia de unidade e coerência, nem em sua prática, que carecia de coordenação e, por isso, de ímpeto, seu modo de ser refletia o mundo tal como realmente era. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 198-199).

O *espetáculo* é onde contemplamos e nos deleitamos com toda a organização hegemônica: é um ambiente de cinismo e contemplação, de contínua reprodução de ambos. No espetáculo mesmo os latidos podem tornar-se elogios ao sistema, e é lá que a contemplação é tornada instrumento; a contemplação é seu método de assimilação e é assim que participamos da festa. Somos inimigos do espetáculo. É do espetáculo que trataremos no próximo capítulo e é contra ele que cabe sistematizarmos uma maneira de sermos menos *fetichistas* com as mercadorias, *presos* às suas tecnologias, e de nossas críticas não se voltarem em seu benefício por suas passividades. A fuga do espetáculo é profundamente problemática e, por isso, não buscaremos o seu ‘fora’, mas sim uma deriva, desvencilhada ao máximo das correntes que nos mantêm contemplativos. No espetáculo o sono é pesado, é uma calmaria, e contra isso cabe interferirmos com nossos latidos, chamando para um passeio.

4 CONTEMPLAÇÃO E DERIVA: SEM SAÍDA, UM DESVIO

O espetáculo é o momento em que a mercadoria *ocupou totalmente* a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo. A produção econômica moderna espalha, extensa e intensivamente, sua ditadura. Nos lugares menos industrializados, seu reino já está presente em algumas mercadorias célebres sob a forma de dominação imperialista pelas zonas que lideram o desenvolvimento da produtividade. Nessas zonas avançadas, o espaço social é invadido pela superposição contínua de camadas geológicas de mercadorias. (...) o consumo alienado torna-se para as massas um dever suplementar à produção alienada. *Todo o trabalho vendido* de uma sociedade se torna globalmente mercadoria total, cujo ciclo deve prosseguir. Para conseguir isso, é preciso que essa mercadoria total retorne fragmentariamente ao indivíduo fragmentado, absolutamente separado das forças produtivas que operam como um conjunto. (DEBORD, 1997, p. 30, grifo do autor).

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *contemplações*. Quando trabalhamos pelo capital, nós *somos a mercadoria*; quando contemplamos os espelhos do espetáculo, pelas lentes do espetáculo, as telas do espetáculo, pelas tecnologias do espetáculo, nossos sentidos são as mercadorias. O trabalho reificado desmancha os sujeitos, que colhem os cacos de sua fragmentação no espetáculo; o espetáculo os torna progressivamente mais contemplativos e fragmentados. Nossos sentidos e sentimentos *já são* mercadoria. Um latido está sendo dado; um latido de insolência, um motim no espetáculo. O latido é crítico, mas não é na conversa; ele vira as costas, não quer nem saber o que o espetáculo fala. Se for necessário à sobrevivência andamos juntos, mas recusando as correntes, latindo, desobedientes, fugindo quando possível da *reificação* do império do espetáculo. Sempre buscando a deriva, sempre buscando a vida que não é mediada pela economia ou pelas tecnologias, quaisquer que sejam. Mas a deriva anda cada vez mais difícil; as correntes do espetáculo fluem em todo lugar e com força, *extensa e intensivamente*. Fica cada vez mais complicado o desvencilhamento dos fluxos do espetáculo – são tão positivos, difícil negá-los. Todos participam do espetáculo; todos contemplam e utilizam suas invenções; todos se integram; todos *se entregam* ao espetáculo, mas o que ele devolve volta desintegrado. Mesmo as novas invenções do espetáculo, que parecem permitir uma navegação tão livre, estão presas em suas redes. No mundo *realmente invertido*, o que é livre é preso, ancorado, e só chegamos lá pela mercadoria. E nos tornando mercadorias! Nada que acontece através de uma tecnologia é realmente livre, por isso o latido busca deslocamentos contra a artificialidade, as narcoses e os fetiches gerados pelas imagens do espetáculo. Menos mediações: nos revoltamos contra as âncoras das representações reificadas e *simuladas* da realidade reproduzidas pelos canais de comunicação programados pela economia. Não havendo fuga possível dos meios de

comunicação e das tecnologias na atualidade, tentamos a fuga ao *esquema* que os engendra – o esquema capitalista.

Às formas práticas da contemplação abordadas n’*A sociedade do espetáculo* (1967) acumulam-se mais: a popularização dos computadores, dos celulares, as redes sociais e seus *feeds*, os serviços de *streaming*; muito mais *telas* e informação para *muito* mais pessoas do que em 1967. Somam-se mercadorias mais complexas. Permitem contato quase direto com outras pessoas, não são unilaterais. Mas são também idiossincráticas: mesmo as relações com ‘gente’, lá tomam o rumo do quantitativo. Estas novas mídias mais descentralizadas conseguiriam quebrar o monopólio sobre a informação dos grandes meios de comunicação? Se as tecnologias vêm anunciadas como agentes da liberdade, cabe lembrarmos de uma discussão presente no capítulo segundo, isto é, sobre a dificuldade de refletirmos sobre a liberdade quando esta não vem “em contradição com uma não-liberdade manifesta” (ADORNO, 1998, p. 2). Que liberdade tecnológica é essa que nos prende a equipamentos? Que nos prende a realidades mediadas? Que cria dependências, compulsões e falsificações da vida? A realidade livre não se encontra nos equipamentos, mas fora deles, e latimos aqui favorecendo a vida lá fora, querendo um passeio fora das telas do espetáculo; a realidade que o espetáculo expõe, ademais, é uma mentira sem contestação, é um esquema, é um *golpe* contra o *governo* de nós mesmos.

A sociedade modernizada até o estágio do espetacular integrado se caracteriza pela combinação de cinco aspectos principais: a incessante renovação tecnológica, a fusão econômico-estatal, o segredo generalizado, a mentira sem contestação e o presente perpétuo. (DEBORD, 1997, p. 175).

A natural aparência que a realidade espetacular finge possuir deve-se à ampla dominação dos regimes de visibilidade por interesses hegemônicos através dos meios de comunicação: “A atitude que por princípio ele [o espetáculo] exige é a da aceitação passiva que, de fato, ele já obteve por seu modo de aparecer sem réplica, por seu monopólio da aparência.” (DEBORD, 1997, p. 17). O monopólio da palavra, da verdade, da história e do tempo – o lugar de fala do espetáculo, que de imparcial não possui nada – não define apenas sobre o que *ele* fala, define sobre o que *se* fala: “aquilo de que o espetáculo deixa de falar durante três dias é como se não existisse. Ele fala então de outra coisa, e é isso que, a partir daí, existe.” (DEBORD, 1997, p. 182). A fala da política é a política das falas, e isso se mostra em um exemplo prático para o Brasil: *E a Samarco?* “O segredo domina este mundo, antes de tudo como segredo da dominação.” (DEBORD, 1997, p. 214). O espetáculo, poder da visibilidade e visibilidade do poder, é quem *define* o assunto nas salas de aula, de jantar e plenárias – o espetáculo *forja* a realidade por suas estruturas. Reprodução da realidade,

realidade reproduzida, realidade *produzida*: na contemplação ao espetáculo, no consumo de imagens *artificiais*, a passividade perante um poder alheio a nós é, sobretudo, inevitável, não é um mundo nosso. Nossa liberdade demanda que nos desvencilhemos de algumas camadas da passividade sobre a vida – de todas, é improvável. Mais do que uma busca pela verdade, aqui se nega um sistema baseado na mentira, na mentira do conteúdo *interessante e relevante*; deixar de contemplar as telas do espetáculo é ao mesmo tempo deixar de contemplar a vida e tornar a vivê-la. Se natural e artificial são igualmente vida, ambos frutíferos, então preferimos o natural, *porque sim*. A vida pelos olhos, não por telas, se o caso é contemplar; negar o mundo dos espetáculos, porém, demanda uma *reabilitação* – um desapaixonar-se pelas imagens em que nos vemos refletidos e pelas quais nos relacionamos de formas *narcóticas*:

O mito grego de Narciso está diretamente ligado a um fato da experiência humana, como a própria palavra *Narciso* indica. Ela vem da palavra grega *narcosis*, entorpecimento. O jovem Narciso tomou seu próprio reflexo na água por outra pessoa. A extensão de si mesmo pelo espelho embotou suas percepções até que êle (*sic*) se tornou o servomecanismo de sua própria imagem prolongada ou repetida. A ninfa Eco tentou conquistar seu amor por meio de fragmentos de sua própria fala, mas em vão. Êle (*sic*) estava sonado. Havia-se adaptado à extensão de si mesmo e tornara-se um sistema fechado. (MCLUHAN, 1964, p. 59)

A contemplação ao espetáculo nos torna apegados às imagens e menos afeitos à vida que lhes escapa. O espetáculo não cria a contemplação, mas torna ela *espetacular* – e *banal* a vida que não envolve o que ele projeta. Socializamos por imagens e, quando não as vemos, tudo o que queremos é uma: só é bonito o que se mostra, senão como seria bonito? O espetáculo pulveriza informações e elas tomam o ambiente da nossa socialização – não interagir pelo espetáculo é *estranho*. Como a economia, a história, a indústria, seus produtos, o estudo do espetáculo não existe isolado da vida social, mas na fluidez de nossas interações; e assim como ele está lá em nossas *atividades*, também figura em nossas passividades, nossas retrações, fechamentos e recalques – negativamente. O ‘domínio total’ da mercadoria que o espetáculo demonstra, não obstante se relacione com a compulsão ao consumo e à vida como *performance*, tem no advérbio ‘total’ um *algo a menos* extremamente relevante. No espetáculo não se mostram chances de fuga à primeira vista, a realidade que se vê é a sua realidade. A mera contemplação de imagens de *segunda mão*, sistematicamente, é a ideologia materializada mostrando como nos adestrou:

À medida que a necessidade se encontra socialmente sonhada, o sonho se torna necessário. O espetáculo é o sonho mau da sociedade moderna aprisionada, que só expressa afinal o seu desejo de dormir. O espetáculo é o guarda desse sono. (DEBORD, 1997, p. 19)

A segurança da sobrevivência social no *sono* do tempo-histórico-burguês não *comporta* radicalidade ou vontades de grandes mudanças, então aceitamos a realidade dada e nos tornamos sujeitos *contemplativos*, com *consciências espectraladoras*. Por isso o que

incentivamos aqui é um olhar que se desvia desta modelização, de seus espaços e de seu tempo; a construção de nossa própria realidade, o descarte do que as imagens nos afirmam. As imagens de segunda mão são *narcóticas* e *exploratórias*. Indissociável de nossa *transformação em mercadoria* e de nossa relação com elas, o espetáculo é “o momento histórico que nos contém” (DEBORD, 1997, p. 16); *a categoria universal do ser social total* que se libertou da mercadoria enquanto objeto e agora habita também o mundo das imagens, dos fetiches, dos desejos, das representações. O olhar para o espetáculo deve saber: ‘a contemplação tem seu preço, enquanto contemplo, à mercadoria pertencço’. Esta deve ser a sensibilidade do olhar para a indústria cultural e o espetáculo:

Por esse movimento essencial do espetáculo, que consiste em retomar nele tudo o que existia na atividade humana *em estado fluído*, para possuí-lo em estado coagulado, como coisas que se tornaram o valor exclusivo em virtude da *formulação pelo avesso* do valor vivido, é que reconhecemos nossa velha inimiga, a qual sabe tão bem, à primeira vista, mostrar-se como algo trivial e fácil de compreender, mesmo sendo tão complexa e cheia de sutilezas metafísicas, *a mercadoria*. (DEBORD, 1997, p. 27, grifo do autor).

A mercadoria, deixemos claro, não é uma ‘coisa’; a mercadoria é a materialização, a culminância de um processo *complexo e cheio de sutilezas metafísicas* a que chamamos ‘capitalismo’. Tudo o que passa pelo crivo do capitalismo, não obstante mantenha sua forma idêntica – como uma fruta que, ‘processada’, continua ‘exatamente igual’ –, torna-se mercadoria. O trabalho, da mesma forma, envolvido nas especulações de oferta e demanda torna-se mercadoria; o sujeito que trabalha, igualmente. Chamamos *reificação* ao *processo* pela qual tudo passa ao tornar-se objeto do *sistema* das mercadorias. Uma ‘consciência reificada’, por exemplo, não quer dizer que ‘sabe que seu corpo é uma mercadoria’; a consciência reificada é aquela que viveu, se acostumou, sofreu, deixou de sofrer, lutou, deixou de lutar, e acaba que apenas contempla todas as miudezas exploratórias que o capitalismo deixa ver, mas não mudar. Uma consciência reificada, por conseguinte, é modelizada pelos e contemplativa aos movimentos do capitalismo: vê seus conteúdos, tende a esquecer de suas formas, pois qual a vantagem de visualizar uma estrutura opressora que, no final das contas, podemos simplesmente chamar de ‘vida’ e efetivamente vivê-la? Por que ver um alimento como mercadoria se podemos ‘simplesmente comprá-lo’ e comê-lo? Contemplação, espetacularização, reificação, fetichização, esclarecimento, vida pelo salário, vida pelo consumo: a realidade social se confunde com e se esconde por trás dos interesses do espetáculo, “uma ideologia que conseguiu recortar todo o real de acordo com seu modelo” (DEBORD, 1997, p. 137). Não apenas uma ideologia, mas um *sistema ideológico* materializado e completamente inserido nas práticas, o espetáculo é também o fim das ideologias, por silenciar todas que não são a sua através de sua visibilidade predominante.

Como materialização da sistemática capitalista íntima dos meios de comunicação de massa, o espetáculo é a ideologia (materializada) que “(...) não tem nome, como também não tem programa histórico enunciável” (DEBORD, 1997, p. 138). Falar sobre história é delicado, por isso o monopólio da palavra prefere o presente e o futuro, mantendo a ignorância sobre o que se assenta seu domínio, isto é, uma história de exploração através de políticas econômicas e de poder midiático. “Qualquer usurpador tenta fazer esquecer *que acabou de chegar*” (DEBORD, 1997, p. 178, grifo do autor). As tecnologias de difusão, na passividade que seus usos demonstram, não são apenas causa, mas o prosseguimento de um mundo de sujeitos *proletarizados* aos quais resta, como consolo, serem espectadores – por isso a ‘ideologia materializada’, a passividade inata ao sistema já existia antes, por exemplo, da televisão, que deu corpo a essa materialidade. A vida no espetáculo é um vácuo ideológico, preenchível pelas coagulações que ele oferece; na ausência de uma vida com *sentido*, na prisão de uma vida *sem sentido*, buscamos algo que os distraia (nossos sentidos) e nos permita a sensação de *reconhecimento*:

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. (DEBORD, 1997, p. 24).

As imagens *visíveis* do espetáculo, como já mencionado, não habitam apenas o visual. Quando falamos delas é necessário sobrepormos a ideia de *representação* ao senso comum da imagem materializada enquanto objeto da visão. “O espetáculo não pode ser compreendido como o abuso de um mundo de visão, o produto das técnicas de difusão maciça das imagens” (DEBORD, 1997, p. 14) – “mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (p. 14). Ademais, as novas tecnologias que progressivamente deram ‘corpo’ à vida espetacular através dessas técnicas de difusão não criaram a contemplação como a vemos hoje, são mais *camadas de contemplação* que se sucederam às que já existiam. A contemplação começa nas alienações primordiais presentes no trabalho: como o sujeito que colhe um fruto ou caça para outra pessoa, mas não usufrui – ele apenas contempla o objeto de seu trabalho, alienado de seu desfrute. Tal qual o desenvolvimento da alienação, o da contemplação se complexifica tanto quanto a sociedade, socialmente, tecnicamente, dialeticamente; e o desenvolvimento da contemplação, dentro da concepção estudada aqui, é indissociável da história da mercadoria, do capitalismo e de seu domínio sobre o desenvolvimento das mídias. O domínio midiático da sociedade, que para gerações anteriores não era tão *invasivo*, agora faz parte da sobrevivência; esta é uma das principais vitórias do espetáculo, de acordo com Debord (1997): o fato de as

gerações atuais terem nascido e crescido na vida espetacular, desconhecendo o que *não é* espetáculo.

A sobrevivência na atualidade confunde-se com a artificialidade propagandeada por um sistema modelizante que já opera com naturalidade nossas vidas. A tendência à renovação, ao crescimento quantitativo e à *passagem qualitativa* presente nas estratégias vestidas pelo capital não deixa ver isto à primeira vista, a crônica da vida atual: para quem já não subsiste, a vida não é mais uma questão de sobrevivência, é uma “*sobrevivência ampliada*” (DEBORD, 1997, p. 30, grifo do autor). E se a sobrevivência ampliada através da *criação de necessidades* obedece ao ritmo crescente do devir-acumulador do sistema capitalista, *a privação vai se tornando mais rica* e “o consumidor real torna-se consumidor de ilusões” (DEBORD, 1997, p. 33). As privações são criadas, assimiladas e eternamente ampliadas, ocupando espaços onde não ocupavam antes; necessidades são *falsificadas* no espetáculo; o paradigma é sempre o da escassez crescente e os desejos são insaciáveis. Tudo se torna um fantoche no mundo do espetáculo, que “não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo” (DEBORD, 1997, p. 17). Não seria sequer necessário sugerir que as imagens na mídia intencionalmente criam fetiches, pois os fetiches já se criam espontaneamente; relacionamo-nos com nós mesmos e outrem pelas mercadorias (e suas imagens) e já “não é possível fazer uma oposição abstrata entre o espetáculo e a atividade social efetiva” (DEBORD, 1997, p. 15). A espetacularização da vida tem nesta tendencial seu traço característico – por mais que o espelho espetacular não seja deformante ou provocativo, a *fluidez* da atividade dos sujeitos projeta *em coágulos* a necessidade de algo a mais. Para o espetáculo, pelo espetáculo, interessa que seja *mais e melhor e novo*; a vida gira em torno do espetáculo – não: a vida tem sua imanência nele. A não fuga do espetáculo é, ademais, inevitável, o que podemos é *tentar* a negação de suas imagens de mundo e de sua contemplação narcótica através das tecnologias ignorando as telas e saindo pra rua. Se não podemos realmente fugir para fora do espetáculo, tentaremos dar um passeio furtivo distantes de suas telas: derivar, com as âncoras levantadas. A *deriva* foi uma tática situacionista¹⁴, um jogo urbano lúdico, um exercício de perder-se nas cidades para descobri-las que aqui incentivamos pela vida e pela arte, em substituição às telas:

As grandes cidades são favoráveis à distração que chamamos de deriva. A deriva é uma técnica do andar sem rumo. Ela se mistura à influência do cenário. Todas as casas são belas. A arquitetura deve se tornar apaixonante. Nós não saberíamos considerar tipos de construção menores. O novo urbanismo é inseparável das transformações econômicas e sociais felizmente inevitáveis. É possível se pensar

¹⁴ “A Internacional Situacionista (IS) foi um movimento contestador surgido em 1957, cuja atuação foi marcante em todo o processo de luta política, ideológica e cultural e que culminou nos acontecimentos de 1968. O movimento, que teve em Guy Debord seu pensador mais influente, deixou como principal herança teórica *A sociedade do espetáculo*. A IS deixou de existir em 1972.” (DEBORD, 1997, p. 125)

que as reivindicações revolucionárias de uma época correspondem à ideia que essa época tem da felicidade. A valorização dos lazeres não é uma brincadeira. Nós insistimos que é preciso se inventar novos jogos. (DEBORD, Guy; FILLION, Jacques. *Résumé 1954*. Potlatch, Paris, 30 nov., 1954, n° 14).

A deriva urbana é a forma extremista de desvencilhamento das tecnologias que propomos. Se o que pretendemos é uma crítica realmente materialista aqui, não poderíamos senão dar a sugestão de, literalmente, uma saída pra rua sem o celular. Sem celulares, lidando com os empecilhos envolvidos, construindo as próprias vidas sem âncoras e seduções midiáticas. Uma reabilitação. Mas chega um momento em que acaba o passeio; anoitece, ficamos sozinhos, precisamos de informação para *sobreviver* e a radicalidade não dá conta destas necessidades. Precisamos do celular e dos *gadgets* para a *informação*! Questionamos, então: ‘precisamos?’ e ‘informação?’. Os equipamentos extensões-de-nós-mesmos causam *dependência*, e o mundo do espetáculo *falsifica* informações e *notifica-nos* com *banalidades*. Nossa insolente crítica prega uma diminuição, primeiramente, quantitativa da contemplação: menos tecnologia entre nós e o mundo, a vida sem a mediação das telas. Desligar notificações. *Quanto menos se contempla, mais se vive!* Fuga das tecnologias! Fuga dos meios de comunicação de massa! Levantar as âncoras que nos prendem a contemplar o que, na verdade, não queremos: é o que o sistema diz que ‘podemos gostar’. Qual é a informação que precisamos, por que precisamos, e quanto da reprodução desta necessidade é criada pelas próprias tecnologias que nos tornaram adaptados às suas sistemáticas? As tecnologias pedem ordem, sugerimos a desordem.

O espetáculo, saber que é poder *visível*, sistematização da vida invertida por seu espelho sedutor, nos dá sensação de ordem, de uma vida coerente com a imagem da vida alheia. Contemplar as informações do espetáculo dá sensação de segurança, pois elas são feitas para que nos reconheçamos lá. O espetáculo se *orienta* para o reconhecimento dos sujeitos. Para uma tentativa de fuga do espetáculo, para evitarmos a realidade simulada que já se esboça em nossa tendência à inatividade-produtiva-contemplativa, o sentimento de *desorientação* é parte integrante do processo. Pessoas tremem e balançam as cabeças ao escutarem uma pregação como a existente neste trabalho, de fuga dos meios de comunicação. A sensação de vida orientada é consequência de nosso costume à existência no espetáculo e ao ‘contrato’ que, aqui, jogamos no lixo, e a radicalidade da fuga de toda esta *orientação espetacular* não poderia se dar dentro da zona de conforto de uma crítica idealista e ou apologética. É necessário um sentimento de errância; de perdição. De *deriva*.

O consumo de informação *ordenada* é um conforto do espetáculo e transige com sua manutenção. O conhecimento no meio espetacular demonstra o que as pseudonecessidades

ocasionam: a ignorância (ou o Esclarecimento) tornada mais rica; mais ciente das ‘novidades’. O capitalismo inverte a lógica do conhecimento com seu interesse quantitativo, aumentando a tendencial à contemplação nos sujeitos em busca do saber. Assim como a história burguesa é uma *ideia de história*, a liberdade uma *ideia de liberdade*, com o progresso da consciência não é diferente. No mundo *material, realmente invertido*, uma consciência ainda é reificada quando já não se vê reificada; a inserção da consciência crítica na práxis, ou nas práticas, é que a liberta da reificação, dos embotamentos e do *tempo histórico pseudocíclico* do espetáculo. Chega de espetáculo. O espetáculo nos prende em suas grades, que não vemos, o que vemos são *imagens*. Por isso aqui latimos pras imagens, contra a simulação da realidade. A *matrix* é para onde o espetáculo nos leva através de seu modo-de-vida, o dos sujeitos informados, entretidos, distraídos e *assimilados pelas tecnologias*, e nosso latido não transige com as simulações da vida ocasionadas pelo o que é reproduzido atualmente nos meios de comunicação:

O espetáculo é o herdeiro de toda a *fraqueza* do projeto filosófico ocidental, que foi um modo de compreender a atividade dominado pelas categorias do *ver*; da mesma forma, ele se baseia na incessante exibição da racionalidade técnica específica que decorreu desse pensamento. Ele não realiza a filosofia, filosofiza a realidade. A vida concreta de todos se degradou em universo *especulativo*. (DEBORD, 1997, p. 19).

Dentro das necessidades criadas no espetáculo, ‘estar informado’ ou ‘esclarecido’ é a mais importante na crítica desta pesquisa. Não pregaríamos aqui um isolamento do estudo, quando sim devido ao falso caráter construtivo daquilo que os meios de comunicação de massa e as tecnologias nos apresentam como ‘necessário’. Como forma de contemplação *com passagem esclarecida*, a busca por informação atualmente é também parte da passividade no espetáculo, e é crescente. Esta busca de informação pelos sujeitos, que tenta negar a reificação da vida e da consciência, habita meios reificados. Os aventureiros que se alimentam nos *feeds* já conhecem seus potenciais *infinitos* de entretenimento e intelectualidade: cresce a informação, mantém-se a lacuna entre teoria e prática... As buscas por informações que não sabemos quais, em meios que as oferecem sob demanda e de formas personalizadas, são a *baby food* da indústria cultural, informação vendida por quantidade, adaptada às preferências e padronizadas para o consumo fácil. Como participante da vida espetacular, com as mãos sujas na sua própria concepção de mundo, o ‘informado’ atual é cínico, mas triste – a vontade de sobrevivência impede sua crítica de voltar-se contra a realidade de forma prática e insolente, ‘*kynicamente*’. O saber que não busca poder habita um corpo inerte no deslocamento do ‘equilíbrio social’, é uma massa de manobra – perece com isso, e decide apenas contemplar... No espetáculo todos querem ser esclarecidos e críticos, e a ideologia contemplativa atualmente permite isso nos moldes espetaculares dentro da esfera privada

através da *internet*. Como arte do saber não inserida na práxis, este conhecimento do sujeito ‘crítico’ ‘informado’ é contemplativo; quando se insere na práxis torna-se materialista, arte radical, mas pode não ser aceito socialmente:

A supressão da personalidade acompanha fatalmente as condições da existência submetida às normas espetaculares – cada vez mais afastada da possibilidade de conhecer experiências autênticas e, por isso, de descobrir preferências individuais. Paradoxalmente, o indivíduo deve desdizer-se sempre, se desejar receber dessa sociedade um mínimo de consideração. Essa existência postula uma fidelidade sempre cambiante, uma série de adesões constantemente decepcionantes, a produtos ilusórios. Trata-se de correr atrás da inflação dos sinais depreciados da vida. A droga ajuda a pessoa a se conformar com essa organização das coisas; a loucura ajuda a evitá-la. (DEBORD, 1997, p. 191).

A sistemática não tem interesse na qualidade da informação, mas em nosso interesse no máximo possível delas. Negar o espetáculo indo para a rua é nossa proposta radical, mas não é o suficiente. É preciso que vivamos uma deriva também dentro de nossa relação com as telas. A deriva para longe dos oceanos da informação mediada pelas grandes corporações, uma negação da sistemática capitalista aplicada à informação, buscando maior autonomia de consciência e de nossos sentidos – nosso ‘desvio’ à deriva, nos termos situacionistas. Autonomia essa que diz respeito diretamente à diferença entre ‘dependência necessária de informação’ e ‘necessidade criada de dependência de informação’. Para não ‘cairmos’ cada vez mais para ‘dentro da tela’, uma nova metodologia que recusa passividades e define seus próprios caminhos se faz necessária. Se não precisamos de informação mediada, não chegamos perto das telas; se precisamos, buscamos longe dos canais de comunicação comprometidos com a economia e a política. Caso haja necessidade de telas e de informação mediada, por questões de sobrevivência, busquemos informação fora dos *feeds*, mesmo porque este não é um formato de busca, é um formato tal qual uma vitrine, provocadora e *narcótica*. Este trabalho não quer gerar uma explicação, mas uma *reabilitação* contra a *narcole* que cresce com o uso de tecnologias cada dia mais brilhantes:

No plano das técnicas, a imagem construída e escolhida por *outra pessoa* se tornou a principal ligação do indivíduo com o mundo que, antes, ele olhava por si mesmo (...). O fluxo de imagens carrega tudo; outra pessoa comanda a seu bel-prazer esse resumo simplificado do mundo sensível, escolhe aonde irá esse fluxo e também o ritmo do que deve aí manifestar-se, como perpétua surpresa arbitrária que não deixa nenhum tempo para a reflexão, tudo isso independe do que o espectador possa entender ou pensar. Nessa experiência concreta da submissão permanente encontra-se a raiz psicológica da adesão tão unânime ao que aí está; ela reconhece nisso, *ipso facto*, um valor suficiente. O discurso espetacular faz calar, além do que é propriamente secreto, tudo o que não lhe convém. (...) o que o espetáculo ensina e a ignorância dos espectadores são impropriamente considerados fatores antagônicos: na verdade, um nasce do outro. (DEBORD, 1997, p. 188, grifo do autor).

Construir a própria vida e olhar o mundo por nós mesmos, negando ao máximo a terra-firme que mídia e o mundo *privado* nos mostra. Esta é nossa deriva. Negar as *telas* e a tecnologia de uma forma geral e irrestrita é extremamente utópico, por isso nossa negação não

é realmente irrestrita: nossa deriva é externa e interna às correntes midiáticas. O que incentivamos é uma luta contra as correntes da dominação pela contemplação visual, é ir contra o fluxo; contra o *mainstream*; contra a mídia hegemônica e as necessidades artificiais de informação. Talvez as extensões do corpo tão fascinantes que atendem como *smartphones* atualmente, por exemplo, estejam funcionando bem demais, sugando e fechando nossas cognições e interesses: no mundo público; no mundo da rua; no mundo fora da tela. O que se propõe aqui é a deriva urbana como os situacionistas faziam em Paris e alhures: habitar, conhecer, *perder-se na rua* – quem definiu que informação se busca na mídia? – como também uma errância através das tecnologias. Informação buscamos à deriva, nas redes, mas soltos, não permitindo que *determinem* do que nos alimentamos. Doravante, o que propomos, nota-se, é um escândalo:

Na sociedade hoje dominante, que produz massivamente tristes pseudo-jogos da não-participação, uma atividade artística verdadeira é forçosamente classificada no campo da criminalidade. É semiclandestina. Surge na forma de escândalo. (DEBORD, Guy, *Manifesto Internacional Situacionista*. Internacional Situacionista, Paris, 17 de Maio, 1960, n°4)¹⁵.

¹⁵ Tradução de Juan Fonseca. Disponível em < <http://www.oocities.org/autonomiabvr/situ.html> > Acesso em 11 de out. de 2017.

5 ANÁLISE

Primeiramente, apresentaremos parte do cenário de onde vem *Go 2*, isto é, como *Go 2* se insere em dado recorte na história da música associada ao capitalismo. O conceito de ‘música pop’ será importante neste embasamento; ao longo do trabalho adotamos uma linha frankfurtiana e aqui ela será alvo de discussão nos juízos que remetem a este contexto musical (em seus termos, inserido na ‘cultura de massas’). Não é apenas uma questão de irmos ‘em defesa’ do pop, mas de não adotarmos o olhar econômico da Teoria Crítica sem refletirmos a respeito das generalizações que dali decorrem. Um ponto que já foi trazido, descrito como o ‘nó’ das relações que aqui desenhamos partindo da capa de *Go 2*, é a grande chave que nos distancia, por exemplo, do pensamento de Adorno & Horkheimer: valorizamos o ato da criação da capa, valorizamos esta ‘crítica reificada’, embora sistemicamente este trabalho não veja a indústria cultural com bons olhos – afinal, assim como a capa que analisamos, inúmeras outras criações criticamente positivas têm neste sistema seu grande meio para se reproduzir e a ele devem sua existência. A indústria cultural já é consolidada, o ‘espetáculo integrado’ e o capitalismo não são realidades em que podemos visualizar uma exterioridade e, logo, imagens como a que vemos na capa de disco estudada aqui podem ser vistas não como artifícios e truques, mas como *kynismos*, pequenas revoltas que, mesmo ligeiramente, nos acordam.

Frente a esta parede, quase encurralados pelas forças que programam nossas consciências e cerceiam nossas liberdades, é nos *kynismos* que encontramos o impulso para golpeá-la e, quem sabe, irmos criando fissuras pouco a pouco, pelas nossas insolências e ataques, pela presença pública da crítica. Difícil responder se isso seria suficiente, pois suficiente para quê? Acabar com o capitalismo parece um delírio, mas deixar a equação que descrevemos no capítulo terceiro deslocar-se para a direita – para o cinismo, a contemplação, o individualismo – não é uma opção. Lutamos por cada espaço que agrega à nossa existência, cada pequena ressalva que se faz ao paradigma do lucro e, porque não, valorizamos cada *mercadoria estetizada* que tece críticas ao sistema em que se insere; por cada espaço ocupado, na rua ou nos meios de comunicação. Defendendo o que a capa de *Go 2* expressa, defendemos também um paradoxo; assim, seguimos a coerência que resta à crítica atualmente: aceitamos o sistema, enquanto o negamos, mas com uma postura de ataque, de insolência; aceitamos e defendemos, enquanto negamos e atacamos. Profundamente paradoxais – e não contraditórias – são as reflexões da análise que aqui fazemos.

A capa analisada, no que defende este trabalho, não é mera embalagem: não é devido a sua provocação, pelo despertar e questionamentos que ocasiona. Potencial de abalar o sistema

provavelmente inexistente nela, mas a nós ela abala, desequilibrando nosso estado de contemplação. Nos primeiros parágrafos do presente trabalho indagamos que só o que subverte nossos estados contemplativos são *atos* e que, sobre esses atos, o que poderíamos saber é que contemplação é o que eles não são. O que nossa pesquisa já demonstra é que mesmo a contemplação, embora envolta em uma membrana de passividade, possui potencial de agressão ao seu próprio sistema. Potencial, todavia, é um ato que *ainda não* ocorreu. Mantendo nossa postura analítica sobre a contemplação, fazemos uma distinção: algumas imagens que contemplamos têm maior potencial para a criação de diferenças, outras menos. O que determina este potencial? Nada realmente *determina* o potencial de algo para a criação de diferenças, mesmo porque muitas vezes sequer existe esta intenção e elas são criadas; mas, algo que parece uma verdade se mostrou ao longo da pesquisa: o fluxo principal do capital, da mercadoria e da indústria cultural nos distancia das diferenças que buscamos. Tão refinado e cheio de sutilezas é este fluxo das mercadorias que, muitas vezes, ele parece nos aproximar de *mudanças*. Simulações, miragens, ‘*bons produtos*’, chamemos do que for, o que se observa é que a mercadoria tem o poder de trazer algumas reviravoltas positivas, mas a interpretação *unitária* sobre ela sabe que o caminho para a mudança não é por aí.

Go 2 ataca expondo a maneira de funcionar do que contemplamos, muda nosso olhar o tornando mais crítico, e o que antes parecia tão ordenado agora se mostra uma deriva: sua insolência nos lança ao mar da dúvida, criando um fluxo que vai contra a terra firme alienada característica dos espetáculos da atualidade. Que terra firme é essa, especificamente? É o *mainstream*? O entretenimento? Esta terra firme, na concepção deste trabalho, é a passividade contemplativa que permite a progressão de nossa assimilação ao sistema por diversas razões, passividade esta que todas as demais capas de disco que figuram nesta pesquisa não afetam, diferentemente de *Go 2*. O que analisaremos agora é: por que razão *Go 2* nos tira dessa passividade? O que, na forma de expressão de *Go 2*, nos leva a essa deriva? E a que leva essa deriva? Isso, adiantamos, só a deriva responde. É a deriva que traz a desordem que tanto prezamos, as incertezas em que botamos fé e o radicalismo que os portos seguros da contemplação e da existência privada pouco permitem.

Para desenvolver estas indagações, nosso olhar agora é para a capa de *Go 2*, disco da banda XTC que estudamos. Como já dito, contextualizaremos a existência da capa historicamente e, em seguida, faremos algumas comparações partindo da forma de expressão visual de *Go 2*. Estas comparações serão em relação a *interfaces* de computador, onde faremos também um retorno ao filme *Matrix* (1999), trazendo a ideia de um ‘código’ exposto, um código que costuma ser oculto por imagens e que, em *Go 2*, é tornado visível, nos

mostrando o funcionamento da indústria cultural dentro do universo das capas de disco. Compararemos também a capa de *Go 2* com as de outros discos, buscando contrastes entre sua forma de expressão e a de outros LPs.

5.1 *This is pop!*¹⁶

XTC foi uma banda inglesa, formada na cidade de Swindon, na década de 70.

XTC lançou seu primeiro EP, *3-D*¹⁷, em outubro de 1977; em janeiro de 1978 lançam seu primeiro álbum, *White Music*¹⁸. O segundo álbum, *Go 2*, foi lançado no dia 6 de outubro de 1978, através do selo *Virgin Records* – assim como seus 2 materiais anteriores. Quando do lançamento de *Go 2*, a formação de XTC era composta pelos músicos Andy Partridge (voz; guitarra), Barry Andrews (teclado), Colin Moulding (baixo) e Terry Chambers (bateria).

XTC é considerada uma banda de música pop; punk, pós-punk e *new wave* também são denominações aceitáveis, entre outras, dado que as caracterizações se confundem, possuindo suas intersecções – cronológicas, estéticas, musicológicas, geracionais. Antes de qualquer entendimento estilístico, porém, XTC pertence à esfera da música pop.

Pop é um termo amplo; onde quer que se insira e o que represente, está lá como derivação abreviativa da palavra ‘popular’. ‘Música popular’ é uma denominação que pode se referir a músicas como as de folclore, que vêm do popular – que têm sua origem na ‘cultura popular’ antes de qualquer intuito comercial, mas esta não é a referência que seguimos aqui. A música pop, no recorte do presente trabalho, é a música que existe para ser reproduzida e comercializada; é a música cuja existência depende de certa reprodutibilidade – de uma existência ‘plugada’ e, logo, das tecnologias eletrônicas e da indústria fonográfica. A música popular que discutimos aqui nunca existiu separada das tecnologias de reprodução e ambas nunca existiram separadas do sistema capitalista.

Pop não existe sem concorrência, uma vez que sua mediação dá-se predominantemente pelo mercado, através da indústria cultural. A questão aqui tratando da concorrência não é fazer o juízo de valor contrapondo a música pop à “boa música séria” (ADORNO; SIMPSON, 1941, pgs. 119, 120, 131), a primeira feita para a venda e a segunda para a apreciação, mas sim tratar do pop como este vem em sua gênese, isto é, abraçado pelo sistema competitivo em que se insere e de cuja relação comercial muito se debate:

¹⁶ *This is pop!* (Isto é pop!) é uma das faixas do primeiro álbum de XTC, *White Music*, de 1978. O título da música já nos dá uma amostra do gosto da banda pela metalinguagem em referência à indústria cultural.

¹⁷ XTC, *3-D*. John Leckie. Virgin Records, Reino Unido, 1977.

¹⁸ XTC, *White Music*. John Leckie. Virgin Records, Reino Unido, 1978.

Os padrões musicais da música popular foram originalmente desenvolvidos num processo competitivo. Quando uma determinada canção alcançava um grande sucesso, centenas de outras apareciam, imitando aquela que obtivera êxito. Os hits de maior sucesso, tipos e "proporções" entre elementos eram imitados, tendo o processo culminado na cristalização de standards. [...] O não-seguir as regras do jogo tornou-se critério para a exclusão. (ADORNO; SIMPSON, 1941, p. 121).

Pop remete à hegemonia, mas hegemonia não é tudo, pois como já vimos fluxos contrários participam das dinâmicas ‘envolvidas’ por estes sistemas. Sobre o pensamento de Adorno & Simpson (1941) referenciado acima, uma ressalva é importante: o “não seguir as regras do jogo”, embora possa realmente ser critério para “a exclusão” (ADORNO; SIMPSON, 1941, p. 121) de determinadas bandas, possui sua permeabilidade – o ‘excluído’ ainda vende (logo, não é excluído). E que jogo seria este, especificamente, do qual se é excluído? O perigo de tratar do pop fazendo juízos de valor quanto à sua falta de autonomia, sua ‘standardização’, ‘as regras de seu jogo’, é o de ter a cultura pop como uma cultura engessada; a música pop, afinal, tem suas singularidades e suas pluralidades, aspectos rígidos e elásticos:

Em uma leitura dualista da esfera da música pop, aquela com que nos deparamos na crítica musical, nas conversas coloquiais, nas atitudes, escolhas e performances dos artistas, há o seu núcleo duro e aquilo que está na sua periferia: o mainstream e o underground; os vendidos (sell outs!) e os independentes (indies), a canção chiclete e a música experimental e assim por diante. O núcleo duro, conservador, retranqueiro, hegemônico e com um poder de disseminação imenso; as margens, com elementos que tentam enfrentar ou se incorporar ao núcleo, produzem sonoridades *sui generis*. (CONTER, 2016, p. 12).

Pop não é hermético, nem inteiramente padronizado; a música e a cultura pop devem ser compreendidas para além de seus ‘núcleos duros’, suas margens são férteis e lá germinam movimentos de objeção, de contestação ao sistema. A música pop é predominantemente carregada, nutrida e mediada pela cultura hegemônica, mas é também através dessa mediação, massiva, que se dão embates exatamente contra essas hegemonias – como a capa de *Go 2* ilustra. É um falso embate? Certamente não. E estes embates na música começam de forma massiva com o rock.

Rock é um fenômeno de massas. Mesmo que seja indizível serem todas as bandas de rock nascidas para o comércio, costuma ser lá (no ambiente comercial em que se insere a música, a indústria cultural) que conhecemos aquelas que, literalmente, vestimos as camisas; e é devido a essa presença no ambiente comercial que muitas das ambiguidades do fenômeno se mostram:

O *rock* tem sido a música mais ambígua que o século XX já conheceu. Por um lado, cresceu em nome de uma suposta rebeldia, uma rejeição dos valores de uma sociedade conservadora que faz guerras e mata em nome do progresso. Por outro, entra no jogo dessa mesma sociedade, e ajuda a engordar suas contas bancárias. (MONTANARI, 1988, p. 64).

Rock é contraditório? Não concordamos; há contradições no rock, e estas seriam fáceis de observar, mas não apontamos este dedo. O rock pode ser efetivamente rebelde, assim como pode ser integrado ao sistema; pode ser rebelde e depois se integrar ao sistema; pode ser rebelde e, ao mesmo tempo, integrado ao sistema; pode ser rebelde, mas ‘não muito’; não existe uma objetividade para a rebeldia, mas *atos* rebeldes. O que é expresso no argumento das contas bancárias de Montanari (1998), embora pareça uma verdade clara nesta passagem, é também uma escala bastante dicotômica para pensarmos em uma ‘invalidação’ da rebeldia do rock: é difícil ganhar alcance mundial para uma mensagem política de forma independente, sem a mínima dependência do capital, sem o mínimo de *louvor ao ritmo de aço*¹⁹. Mas podemos concordar que há uma dubiedade. Partindo desta dubiedade, portanto, do rock enquanto movimento de rebeldia ao sistema inserido dentro dele – a mesma dubiedade da capa de *Go 2* –, cabe falarmos sobre *mainstream* e *underground*.

Mainstream remete diretamente ao *status quo*; ao ambiente de dominância heterônoma em que algo circula. É o ‘fluxo principal’; é o que não está nas margens, mas no curso hegemônico onde, neste caso, a música é reproduzida:

Mainstream é o inverso da contracultura, da subcultura, dos nichos; para muitos, é o contrário da arte. Por extensão, a palavra também remete a uma ideia, um movimento ou um partido político (a corrente dominante) que tem o objetivo de seduzir todo mundo. [...] E por sinal a expressão “cultura *mainstream*” pode ter uma conotação positiva e não elitista, no sentido de “cultura para todos”, ou mais negativa, no sentido de “cultura de mercado” (MARTEL, 2012²⁰).

Underground é o subterrâneo; é o que está abaixo da linha do chão – no contexto que trabalhamos, abaixo da linha de alcance do público *mainstream*: são, com um enfoque na música, as bandas que não costumam tocar na televisão, em estádios de futebol, nem figuram nas capas dos cadernos culturais dos jornais da família brasileira; são bandas, na maior parte dos casos, independentes: não vinculadas a gravadoras do grande esquema comercial. XTC, como vimos, não era uma banda independente nem *underground*: todas suas produções foram vinculadas à *Virgin Records*, mas não por isso eram *mainstream*.

Mainstream e *underground* são termos importantes, pois dividem a discussão sobre ‘dentro’ ou ‘fora’ da escala massiva na indústria cultural e, logo, são definidores para algumas das dubiedades apontadas sobre a música em geral, não restrita ao rock. *Mainstream* e *underground*, contudo, são conceitos criticáveis: são estáticos, não falam em termos processuais, são apenas dois lados da hegemonia e dividem de maneira dicotômica o

¹⁹“(…) a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto. Até mesmo as manifestações estéticas opostas entoam o mesmo louvor do ritmo de aço.” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 113).

²⁰ Disponível em < <https://goo.gl/J53yCC> > Acesso em 21 nov. 2017

‘equilíbrio da equação’. *Mainstream* não é necessariamente ruim, *underground* não é necessariamente bom e inserção no mercado não é necessariamente contraditório, mas possivelmente positivo: permite alcance na difusão de uma mensagem. Para além deste entendimento sobre o poder de amplificação que assinaturas de contrato dão às mensagens da banda, existem diversas complexidades que levam um movimento como, por exemplo, o punk, que negava o *establishment*, a vincular-se ao capital. Uma delas é a sobrevivência – indissociável das necessidades, desejos e relações sociais mediadas ou criadas pelo sistema capitalista. Não vincular-se ao capital não é exatamente uma decisão que se torna possível unilateralmente.

O movimento que aqui agrupamos como ‘punk’ surgiu praticamente ao mesmo tempo nos Estados Unidos e na Inglaterra, no início dos anos setenta. Punks se rebelaram contra muita coisa, algumas vezes apenas rebelando-se contra nada em específico, também por isso eram associados ao niilismo. Alguns estudos e relatos associam o movimento a um alinhamento político de esquerda, assim como às liberdades de gênero, mas não são informações generalizáveis. Embora haja coerência em afirmar que o que uniu o punk foi, efetivamente, a música, este não surge de negação ao rock, tampouco aos *hippies*. Surge da desilusão pelo fim de uma década otimista, a de 60, que é seguida por crises, na de 70: a crise de Watergate e o fracasso na guerra do Vietnã, durante o governo de Nixon; a crise do petróleo, que causou níveis de inflação recordes, de dois dígitos, tanto nos EUA quanto no Reino Unido, assim como muito desemprego. Partindo disso vem o neoconservadorismo como ‘solução’, no Reaganismo e no Thatcherismo; grande parte da primeira geração de punks era, senão desempregada, filha de desempregados. Eram marginais. *No future*²¹.

Ao contrário do que faziam os *hippies* o lema adotado pelo punk foi o “faça você mesmo, pois ninguém fará nada por você”. O tom apocalíptico da fala punk, que a princípio não comportava aspirações políticas formais e institucionais, ao menos não aquelas já conhecidas, denunciava, entretanto, a podridão da sociedade, na medida em que nela a vida se desenha como aceitação da miséria e da opressão. O fundamento desta recusa deve-se, então, à constatação de que as promessas sobre um reino do bem estar social no futuro, jamais se realizarão numa sociedade de consumo e de prazeres edênicos, na verdade desfrutados por poucos. A estética punk que privilegia o sujo, o escuro, a violência, visa representar o produto mais puro da civilização moderna enquanto dejetos. O mundo em que vivemos, então, é experimentado como distopia. Não há felicidade, nem futuro, e ao contrário do que cultivavam os *hippies* na sua esperança pela harmonia vindoura, o punk adere à revolta, ao desespero e à tristeza profunda como marcas distintivas. (GALLO, I. Por uma historiografia do punk. *Projeto História. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História*. ISSN 2176-2767, v. 41, 2010).

Punk, musicalmente, foi um movimento que trouxe certo primitivismo, que poderíamos também definir como simplicidade; dentro da lógica do faça-você-mesmo, o

²¹ Refrão de música do Sex Pistols; em português, “sem futuro”.

rompimento com o rock sessentista se deu por um maior despojamento nas composições e na técnica, das letras das músicas ao equipamento. Punks prezavam pela autonomia, ou estavam à sua própria mercê? ‘Viravam-se’. Surgem de grupos sociais excluídos, criam suas bandas com equipamentos e músicas fuleiras e a divulgação de seus materiais artísticos, não apenas musicais, se dava pelas *fanzines*, que nasciam às centenas, dando ares anárquicos à cultura punk: eram impressas rudimentarmente, pedindo doações e colaborações de materiais; espontâneas e descentralizadas, as ‘zines’ são um exemplo de movimento independente no contexto da divulgação musical²².

Punks podiam ser rebeldes, não estar ‘nem aí’, cuspir no chão ou até pra cima; podiam ter seus selos independentes, tentar se manter à margem, não por isso deixaram de ser vendáveis; não por isso deixaram de assinar seus contratos com suas gravadoras, aparecerem na TV e em coleções de moda. É óbvio que os punks foram ‘vítimas’ do processo de assimilação da indústria cultural, por mais anti-*establishment* que fossem – e não por isso deixaram de o ser, o anti-*establishment* era, afinal, o produto em questão que dava lucro:

Mas, se a resistência do punk tem sido tão facilmente reproduzida e acolhida quanto a de qualquer outro modernismo, ainda assim, a rapidez com que sua negatividade foi drenada obriga-nos ao menos a assinalar, mais uma vez, que a possibilidade daquela alteridade radical e extra-sistêmica em que confiava Adorno agora desapareceu; que o jovem poeta, e a rigor o jovem artista, não mais têm acesso a uma imagem de libertação fora da mídia, já não podem encontrar os meios de destrancar o passado e relacioná-lo com o presente [...]. (JAMES in: KAPLAN, 1993, p. 220)

A indústria cultural possui alto potencial de apropriação de manifestações estéticas e no surgimento de movimentos rebeldes ou de negação é inevitável que alguns passem pelas suas mãos e vão para suas vitrines. A capa de *Go 2* que está sendo analisada se insere aí: é mais um item da prateleira, mas um item que tem algo a dizer, que busca relevância crítica, ainda que venda e trabalhe pró-corporações. Dentro deste contexto de dificuldade na ‘alteridade radical’, de assimilação da rebeldia no grande esquema, o que surge após o punk é, também, uma renovação na forma da expressão de política no meio musical. Do nihilismo do punk vamos a algo mais próximo do existencialismo no pós-punk. O mundo para o pós-punk ainda era tingido de cores de matizes cinza (isto é, a realidade ainda era vista de forma negativa e depressiva), o que se tentou foi falar sobre isso, não apenas negando a realidade, mas criticando-a.

Pós-punk foi uma mutação do punk, ou um conjunto de derivações que advém do punk – não é um estilo delimitado, mas um conjunto, um cenário. O punk surge de uma profunda negação, pós-punk de um prosseguimento ‘positivo’ a esta negação. Não foi um

²² JAMES in KAPLAN, 1993, p. 223.

movimento sucessório, mas uma espécie de ramificação – ‘o punk não morreu’ para o pós-punk surgir, mas em dado momento o punk, que já era ‘moda’, era visto como o próprio *establishment* a ser renovado²³.

Pós-punk era tido por jornalistas e críticos das novas tendências inglesas, quando do início destas dissidências, como um movimento mais construtivo nos níveis político e musical, conseguindo estabelecer uma comunicação melhor entre ‘mensagem’ e ‘arte’, se distanciando do que a negatividade que caracterizava o punk ocasionava – e o público, dessa maneira, gostava da nova onda de composições ‘intelectuais’, mas ainda ‘dançantes’²⁴. David Wilkinson (2016), em seu recente trabalho “*Post-Punk, Politics and Pleasure in Britain*”, traz a visão do historiador Simon Reynolds, pessimista, de que o pós-punk “tentou fazer política e música pop trabalharem juntos, mas falhou”²⁵ (WILKINSON, 2016, p. 4). O presente trabalho não adota o viés pessimista de Reynolds: na capa de *Go 2* o agenciamento é claro, é produzida uma subversão, embora não exatamente discordemos sobre essa ‘falha’. Concordando ou discordando (da ‘falha’ do pós-punk), o fato é que estamos falando de música; que tipo de ataques políticos um movimento musical pode criar? Até onde podem ir estes ataques? Composições, capas de disco, camisetas, modos de vida, entrevistas, palavras ou atos, sempre serão manifestações singulares, *kynismos* que não têm sozinhos a capacidade (ou: a responsabilidade) de geração coletiva de diferenças. O que músicos podem fazer, ademais, são tentativas de criação de brechas, e mesmo que haja sucesso no estabelecimento de um movimento coletivo de contestação, o começo é sempre singular, localizado em formas de expressão consideravelmente fáceis de serem silenciadas pelas ou misturadas às demais imagens reproduzidas nos meios de comunicação.

Qualquer tipo de manifestação artística se dá na escala da singularidade, mesmo se for reproduzida massivamente. Embora haja análises que sugiram ambiguidades, falhas e contradições nas manifestações críticas inseridas em contextos que são alvos de suas negações (sugerindo, assim, certa ‘aceitação’ por parte de quem faz a crítica), o âmbito destes contextos é, muitas vezes, difícil de ser completamente negado. O mito do folclore popular do *socialista de iphone*, assim como certa interpretação do *ritmo do aço* mencionado por Adorno & Horkheimer, fazem parte destas análises que não prestam construtivamente para visualizações de fenômenos tão inseridos em sistemas heterônomos, mas para a classificação de acordo com

²³ SAVAGE, Jon. *England's Dreaming: Anarchy, Sex Pistols, Punk Rock, and Beyond*. St. Martin's Press, Nova Iorque, 1992, p. 422.

²⁴ WILKINSON, 2016, p. 2.

²⁵ Nossa tradução. No original: “For Reynolds at his most pessimistic, post-punk ‘tried to make politics and pop work together but failed’”.

critérios arbitrários que podem ser, como na abordagem frankfurtiana, bastante generalistas. Concepções de análise da realidade como o materialismo histórico e a Teoria Crítica são potentes, mas a realidade não pode ser tratada de forma unitária, olhares engessados ocasionam interpretações engessadas. O que estas duas visões não contemplam, no contexto deste trabalho, são as manifestações *kiniké*, linhas de fuga buscadas dentro destes engessamentos que ocorrem em ‘intervalos’ dentro da *intepretação unitária da história* dos marxismos modernos.

5.2 A arte de *Go 2*: mais que uma embalagem

Hipgnosis é o grupo criador da capa de *Go 2*. Hipgnosis foi fundado na segunda metade da década de 60 por Storm Thorgerson e Aubrey Powell; o primeiro trabalho da dupla foi para o álbum *A Saucerful os Secrets*²⁶, em 1968. Hipgnosis concebeu, ao longo de sua história, capas icônicas para álbuns ainda mais icônicos do rock, como, para citar apenas capas do (icônico) Pink Floyd, o prisma do *Dark Side of The Moon*²⁷, o aperto de mãos do *Wish You Were Here*²⁸ e a fábrica com o porco voador de *Animals*²⁹.

Hipgnosis era um grupo cujas obras de arte estampavam outras obras de arte nas quais suas criações eram, predominantemente, baseadas – eram embalagens, mas diferentes em sua natureza da maioria delas:

Capas de álbum são uma forma de embalagem, certamente, mas diferentemente da maioria das outras formas elas são livres para variar, para experimentar e serem radicais. Capas de álbum podem ser ultrajantes, sutis, nostálgicas, inovadoras, vanguardistas, elegantes e humoradas. [...] E, finalmente, capas de álbum não precisam mostrar o produto de fato! Ao invés disso, elas podem refletir todos os sentimentos e ideias que o produto implica. Designs de capa retratam o que o produto significa, não o que ele é fisicamente. Designs de capa tentam representar a imaginação, a paixão e a arte da música – não achatados e redondos pedaços de plástico prateados ou pretos. Parece óbvio, mas que prazer para o artista comercial. Sem latinhas de cerveja e cereais de milho para mostrar, nem tênis ou papéis-higiênicos. (POWELL, Aubrey; THORGERSON, Storm. 1999, p. 9, nossa tradução)³⁰

Hipgnosis era, então, um grupo de artistas comerciais. Um olhar frankfurtiano sobre este tipo de artista questionaria a autonomia de suas criações artísticas, alegando que o

²⁶ FLOYD, Pink. *A Saucerful of Secrets*. Norman Smith. EMI Columbia, Reino Unido, 1968.

²⁷ FLOYD, Pink, *The Dark Side of The Moon*. Pink Floyd. Harvest Records, Reino Unido, 1973.

²⁸ FLOYD, Pink, *Wish You Were Here*. Pink Floyd. Harvest Records, Reino Unido, 1975.

²⁹ FLOYD, Pink, *Animals*. Pink Floyd. Harvest Records, Reino Unido, 1977.

³⁰ No original: “Album covers are a form of packaging, to be sure, but unlike most other forms they are free to vary, to experiment, and to be radical. Album covers can be outrageous, subtle, nostalgic, innovative, direct, up-front, elegant, or humorous. [...] And finally, album covers don’t have to show the actual product! Instead, they can reflect all the feelings and ideas that the product entails. Cover designs depict what the product means, not what it physically is. Cover designs attempt to represent the imagination, the passion, and the artistry of the music – not feature the flat, round pieces of silver or black plastic. Sounds obvious, but what a treat to the commercial artist. No beer cans or cornflakes to show, no sneakers or toilet paper.”

interesse comercial nas capas de disco se sobrepõe ao potencial conceitual e que, portanto, talvez nem de arte devêssemos chamar tudo isso que Hipgnosis fez. Mas nem tudo no *mainstream* é *mainstream*. Nem tudo no fluxo hegemônico segue *ipsis literis* o fluxo hegemônico. Nem tudo no ambiente comercial, ou na arte comercial, é *limitado* por este meio: o mercado é um caminho, um canal de reprodução que permite desvios em seus engessamentos e fugas de seus ‘núcleos duros’. Um bom exemplo demonstra-se com o álbum *Wish You Were Here*. Ao pesquisarmos em um buscador como o *Google* a imagem da capa deste disco, o que vemos é uma foto de duas pessoas apertando as mãos, uma delas em chamas; esta, porém, não é a capa do disco como se mostrava quando foi lançado comercialmente nas lojas. A clássica fotografia do aperto de mãos foi criada para ser apreciada em casa, não para atrair o olhar dos compradores, já que a embalagem original do disco era, na verdade, um plástico preto sem grandes atrativos visuais que ‘envelopava’ esta foto que, hoje, consideramos uma capa extremamente atraente³¹. O impacto que orientava as capas de Hipgnosis não era o comercial, ao menos não prioritariamente, e se é justo chamá-los de artistas comerciais, aqui adicionamos: uma *vanguarda* de artistas comerciais.

Hipgnosis foi extremamente influenciado por artistas de vanguarda consagrados como Andy Warhol, Salvador Dalí, René Magritte, Man Ray, entre outros, e Hipgnosis não fica atrás de suas referências; a tradução para o visual da música e da estética das bandas foi, certamente, um dos grandes ases do grupo, processo notável na capa que analisaremos, assim como em grandes trabalhos junto do Pink Floyd. Hipgnosis não apenas traduzia, mas criava artes com visualidades e conceitos que posteriormente ganhavam ‘vida própria’: como a capa de *Go 2*. A tradução referida, de acordo com Thorgeron (1999), não se dava apenas pela visualidade, mas buscava ressonâncias, para além do ‘estilo vendável’ pelo qual os empresários eram apegados:

Significado³² não morde, nem fica no caminho da expressão [...], mas a indústria da música e mesmo alguns músicos não acreditam nisso, convencidos pela moda, ou persuadidos pelos departamentos de marketing, por sua vez citando o mercado como evidência, de que significado é ruim para a imagem, e logo para as ‘vendas’. Significado aqui quer dizer uma variedade de coisas incluindo, mas não restritas a expressar humores, explorar sentimentos, colocar questionamentos, planar sobre ideias, postular teorias, exibir ambiguidades, comentar sobre política, criticar a racionalidade e assim por diante. (THORGERSON, 1999, p. 20-21, nossa tradução)³³.

³¹ THORGERSON, 1999, p. 17.

³² Assim como na citação anterior, esta utiliza o termo ‘significado’ no senso comum, fora dos entendimentos teóricos da semiótica.

³³ No original: “Meaning won’t bite, nor get in the way of expression [...], but the music industry and even some musicians don’t believe this, swayed instead by fashion, or persuaded by marketing departments, in turn citing the retail trade as evidence, that meaning is bad for image, and hence for ‘sales’. Meaning here means a variety of things including, but not restricted to, the expression of moods, exploration of feelings, posing of

Os trabalhos de Hipgnosis eram comerciais apenas por estarem inseridos nestes espaços. Suas criações não obedeciam às capas ‘standards’ e eram inclusive apontadas como comercialmente ruins antes de seus lançamentos. Ao longo do trabalho trouxemos a ideia da indiferença do dinheiro perante as mercadorias envolvidas na troca. O que se mostra agora é que, mesmo sem a convicção dos empresários de algumas capas serem ‘vendáveis’, estas foram lançadas mesmo assim, e só então o lucro vem à tona. Antes mesmo de algo ser lucrável, então, vemos aí possibilidades de agenciamento para as vanguardas conceituais e movimentos de contestação no âmbito da indústria cultural. A indústria cultural é um caminho para a criação de diferenças, e o que este trabalho busca defender é que a *mera contemplação* destas *imagens*, por si só, não gera diferenças, apenas cria um potencial para tanto. Neste contexto cabe refletirmos, dentro do pensamento de Debord (1997), sobre revoltas que acontecem apenas no ambiente midiático: são elas as ‘puramente’ espetaculares?

Quando a arte tornada independente representa seu mundo com cores brilhantes, um momento da vida envelheceu e não se deixa rejuvenescer com cores brilhantes. Deixa-se apenas evocar na lembrança. A grandeza da arte só começa a aparecer no ocaso da vida (DEBORD, 1997, p. 123).

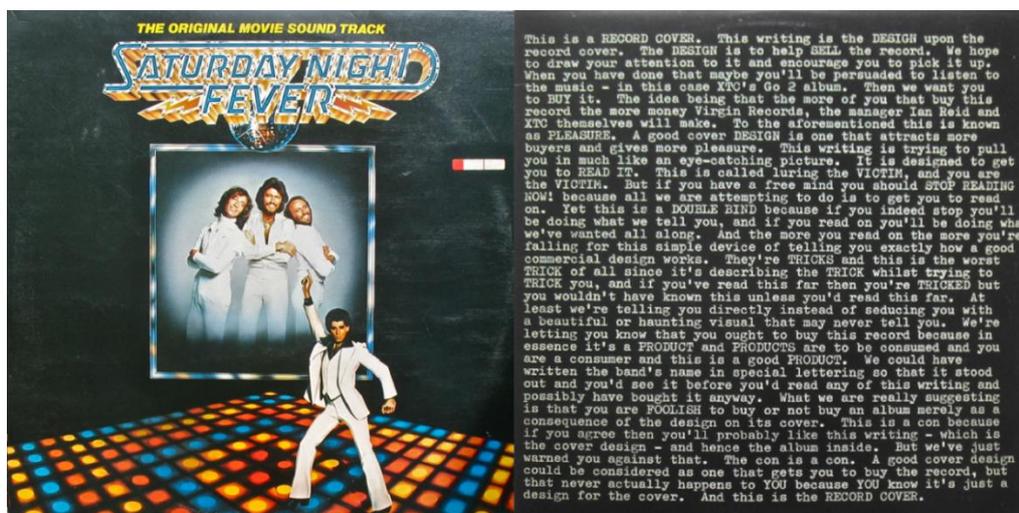
A cultura e a arte não existem de formas estáticas, suas essências não são a mera representação, mas a própria exposição de contradições. A crítica faz parte do desenvolvimento do sistema e também das mercadorias, assim como as críticas passadas, a superação delas e o surgimento de novas – a crítica permeia todo o tipo de absurdo, não por isso deixam de acontecer absurdos. “A luta entre a tradição e a inovação, que é o princípio de desenvolvimento interno da cultura das sociedades históricas, só pode prosseguir através da vitória permanente da inovação.” (DEBORD, 1997, p. 120). O presente trabalho não entra em méritos artísticos, inclusive aqui fugimos de uma discussão que se encaminhasse ao tipo de informação que é ‘digna de contemplar’. Na indústria cultural, a diferenciação entre os movimentos ‘festivos’ e os ‘contestadores’ pode ser muito clara, ressoar de maneiras extremamente diferentes e levar ao surgimento de movimentos radicais de diversas naturezas, ou mesmo não levar ao surgimento de nada. Uma análise materialista provavelmente diria que ambos são mercadorias, óbvio, mas aqui afirmamos que ressoam de maneiras diferentes: a arte dançante incentiva a dança, a arte introspectiva incentiva a introspecção, etc. Inegável é que toda a arte disponível na indústria cultural *demand*a contemplação – o que pode gerar *insights* nos tirando da contemplação, como em *Go 2*.

O que o trajeto desta pesquisa sugere é que (contemplar) *Go 2* nos leva a uma deriva no contexto da indústria cultural, mais especificamente, das capas de disco. A porta aberta não se fecha, *Go 2* provocou uma desordem sobre as capas que ressoa para além delas – aqui, os respingos nos impeliram a uma negação radical de toda a indústria cultural, demonstrando o valor que uma ‘mera mercadoria’ pode possuir. ‘Pintar o mundo com cores cinzas’ não é apenas negação, melancolia, pessimismo, mas revolta, insolência, *kynismos*; é uma não aceitação das divertidas e coloridas idiossincrasias com que o espetáculo maquia seu funcionamento. Importante é o ato, a argumentação material contra o fluxo que busca realizar a filosofia, desafiando a publicidade e ocupando os meios de comunicação.

5.3 Um mundo de cores cinzas: a forma singular da crítica em *Go 2*

Go 2 é lançado no ano de 1978, com sua capa que contém ‘crítica’. Neste ano o álbum mais popular, mais tocado e adorado foi, provavelmente, a trilha sonora de um filme com a temática ‘pista de dança’, cuja principal banda era ‘*The Bee Gees*’. Certamente a época que tratamos era ‘mais *Bee Gees*’ do que era XTC. A música *mainstream* da época predominava nessa estilística *disco* e, ao mesmo tempo, alguns outros movimentos que surgiam buscavam contrariar todas estas cores, luzes e passos de dança. Podemos entender, contextualizando o ano de lançamento de *Go 2* com este disco que foi *top* das paradas, a que se deve um pouco do que o punk e o pós-punk têm de sombrio – a vida não parecia tão colorida para estes últimos:

Figura 4 – *Saturday Night Fever*³⁴ e *Go 2*



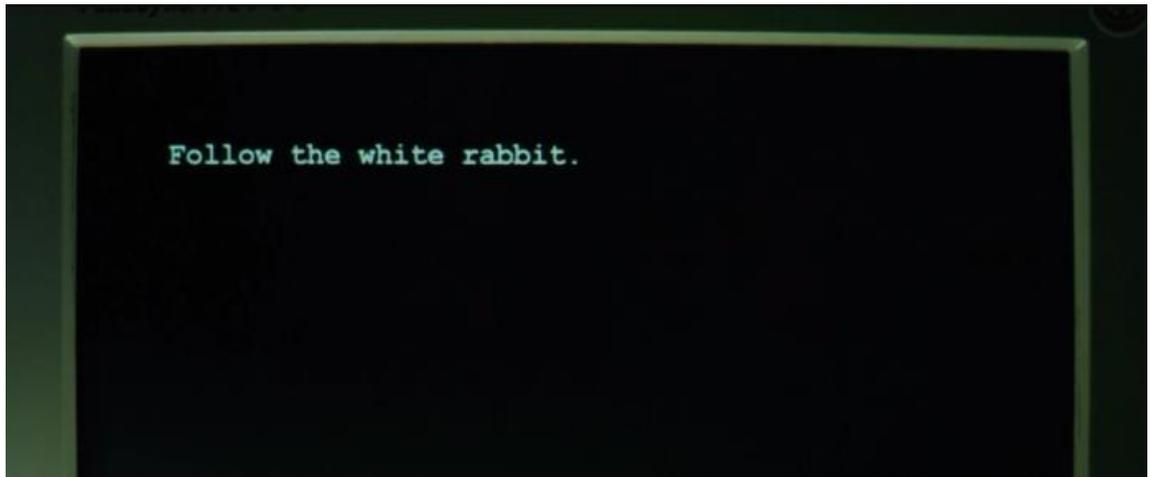
Fonte: divulgação

³⁴ GEES, Bee, et al. *Saturday night fever*. Paramount Pictures, EUA, 1977.

Go 2 pode não ser um grande veículo de esclarecimento – ou talvez seja exatamente isso –, mas dá um aviso. Embora não o seja puramente, *é uma crítica espetacular*; importa que é crítica, tem algo a dizer, gera consequências críticas e sua existência não serve apenas ao entretenimento. Deu um aviso, seguimos ele e parece realmente que entre o começo e o final deste trabalho a realidade se mostra outra. É esta a utilidade usual da crítica: abrir uma porta nova para a percepção do mundo. A criação de críticas é realmente um ato que pode possuir amplas consequências, mas questionar a sistematização das críticas no espetáculo se faz importante: bastam críticas verbais, o diálogo, a *visibilidade* das pautas? Bastam mais saberes, mais portas abertas da percepção? Bastam para quê? Para o espetáculo, bastam. O fato é que uma crítica exposta ressoa crítica, outra coisa exposta ressoa outra coisa, que pode até ser crítica. Críticas muitas vezes cumprem uma função importante, um aviso que leva a atitudes de negação que não teriam ocorrido sem elas, e essas reações de negação podem ser todas sistemicamente insignificantes. *C'est la vie*. Esta capa foi uma janela que se abriu e deixou entrar não um pouco de luz, mas de sombra, e se deixou avisar, deixando-nos uma deriva. O que *Saturday Night Fever* nos deixa, fora o baile?

Um aviso, como em uma ‘janela de computador’ é a que nos remete *Go 2*. Estes avisos de computador podem ser muito sombrios: representam instabilidade do sistema, alerta, momentos de tomada de decisão e de colapsos iminentes; estes avisos representam *perturbações* nas tecnologias. *Go 2* nos expõe a imagem de um erro da máquina – é isso que a capa *simula*. É uma irônica ironia, um truque bobo se vemos como um truque, mas como objeto de estudo a capa deixa de ser engraçada, nos lembrando dos motivos para a preocupação envolvidos na indústria cultural e também em nossa relação com as tecnologias. Que tipo de mensagem, tomando o texto de *Go 2* como parâmetro, uma televisão ou um *smartphone* nos mostrariam, que intenções obscuras – não, Iluminantes – seriam expostas? Impossível não remeter à preocupante servidão que habita nossas relações com as tecnologias, como expusemos aqui com McLuhan (1964). O que une a forma de expressão de nosso objeto de estudo da tela do computador de Neo, quando este começa sua caminhada, seu despertar para fora da *matrix*, após receber uma ‘pista’ pelo computador?

Figura 5 – Cena do filme Matrix (1999).



Fonte: Matrix. Direção: Lana Wachowski, Lilly Wachowski. Produção: Village Roadshow Pictures, Silver Pictures, 1999.

Além do aviso ou alerta que estas formas de exposição da informação podem representar, esta visualidade também remete aos códigos, às *estruturas de comando* que ficam por trás do que costumamos ver nas *superfícies* dos computadores e, por que não, da ‘realidade’. A tela de Neo acima, assim como a capa que estudamos, possuem a interface de monitores monocromáticos. Esta era a visualidade do uso dos computadores quando ainda não existiam sistemas operacionais como os atuais *Windows* ou *Linux*, isto é, não haviam imagens à frente das linhas de códigos. O próprio código era o que ficava à mostra, agora este costuma ficar oculto nas telas. Algo foi colocado à frente do código, que antes era visível. Podemos operar nesta interface, onde tudo é trabalhado em linhas, em apenas duas cores, através de comandos com símbolos do teclado, não de cliques, no *Prompt de Comando* (Figura 6) dos computadores de hoje. Esta interface é extremamente semelhante à forma de expressão gráfica de *Go 2*.

A tela de Neo nesta cena, a capa que estudamos e o *Prompt de Comando* unem, os três, representações do que hoje podemos descrever como o que há ‘por trás’ do que vemos em nossas telas. Os contrastes são fortes, as mensagens são lidas exclusivamente em códigos *linearmente*, e o que vemos é a *estrutura de comando* das tecnologias ou a informação (mais) ‘crua’ – e não uma *representação* disso que ‘facilita’, mas ‘oculta’. Os códigos não recebem retoques para serem mais atrativos ou mais fáceis de utilizar, são feitos para expressar os próprios meios pelo qual o meio funciona. Por trás deles existem apenas os números binários ‘0101001110101...’ e os impulsos elétricos que fazem o sistema funcionar. Entre as máquinas e nosso olho, então, interpretamos o código como algo mais próximo da estrutura do sistema

como ele é: não é a forma do conteúdo que nos é mostrado nas ‘telas comuns’, é a forma como isso é *estruturado* dentro do sistema, antes das interfaces que costumamos ver atualmente. Em nossa capa de disco, um meio analógico, não há números binários por trás do que é ‘desnudo’, mas a ideia de um código de funcionamento exposto se mantém; *Go 2* expõe, assim como as linhas de código das tecnologias, a maneira de funcionamento de um *sistema* – as capas de disco, inseridas na indústria cultural.

Figura 6 – O Prompt de Comando do sistema operacional chamado *Windows*.

```

Administrador: Prompt de Comando
Microsoft Windows [versão 6.1.7601]
Copyright (c) 2009 Microsoft Corporation. Todos os direitos reservados.

C:\Users\Alvaro Hetzel>
C:\Users\Alvaro Hetzel>
C:\Users\Alvaro Hetzel> This is a RECORD COVER. This writing is..adadadadadadad
This is a RECORD COVER. This writing is the DESIGN upon the record cover. This

```

Fonte: Recorte da interface visual do Prompt de Comando no S.O *Windows*.

O que estas formas de expressão que aqui chamamos ‘códigos’ ou ‘estruturas de comando’ representam é uma informação que, atualmente, fica oculta para o observador que não é iniciado. Muita gente que usa computadores sequer sabe que é possível controlá-los desta maneira, assim como muitas das nossas percepções do mundo só conseguem visualizar o que está superficialmente visível. Esta linha de raciocínio nos faz retornar a uma questão que apareceu ao longo do trabalho: o que *não aparece* na indústria cultural ou no espetáculo? Especulação à parte, o que se pode afirmar é que, sempre, o que aparece não é uma síntese da verdade – é uma representação, uma imagem projetada, e um olhar cuidadoso deve se perguntar o que figura atrás deste regime de visibilidade, ao invés de apenas contemplá-lo. Em nossas relações com meios de comunicação, pessoas, lugares e objetos, a lucidez sobre suas estruturas, o que vem por trás do visível, muitas vezes torna a relação inviável: inocência não se retoma e a exposição de informações nuas abre portas perceptivas que não se fecham. Estes códigos que não vemos, portanto, basta que os conheçamos uma vez para que sejam afetadas imediatamente nossas relações com seu portador, que superficialmente não demonstra ser ‘programado’ da maneira que vemos. A tentativa de exposição do código de funcionamento do mercado nas capas de disco em *Go 2*, portanto, remove um pouco de nossa falta de lucidez: é um alerta que arrisca nos desvencilhar da contemplação nos falando uma verdade que não esperávamos. *Go 2* faz uma crítica à contemplação a capas de disco expondo parte de seu código de funcionamento; é através desta crítica estrutural que o ‘latido’ se dá.

A crítica à contemplação no contexto das capas de disco, em *Go 2*, mostra-se antes mesmo da leitura do texto. A tentativa de expor criticamente nossas relações superficiais com as capas deve, afinal, levar em conta em que se baseia essa superficialidade – e ela se baseia nas *imagens* que costumam ficar à nossa vista. *Go 2* subverte nossa relação usual com capas, desequilibrando a alienação como costuma se dar a contemplação, ao ter seu conteúdo baseado na forma de exposição no formato de texto. Não apenas sua mensagem *é o texto*, mas a capa *é um muro de texto*. É um texto esmagador. Hipgnosis já havia criado diversas embalagens de disco que iam contra o senso-comum, mas esta capa realmente cumpre o papel de abalar os consumidores antes mesmo da compreensão de seu conteúdo. Infelizmente não saberemos se a criação da capa foi feita pensando nas vendas, no esclarecimento ou na galhofa, mas é fácil supor que são todas as opções. Capas de disco, numa concepção de estudo materialista, servem para atrair e vender produtos; de acordo com Thorgerson (1999), contudo, não são primeiramente artifícios para tanto, assim como a música não está lá primeiramente para a venda, na concepção dos músicos:

Pink Floyd atingiu o Número Um e vendeu alguns milhões de cópias com *Atom Heart Mother* sem uma foto da banda, ou qualquer ingrediente comercial. Nada. Só uma vaca. Anos depois o pessoal das gravadoras ainda insiste que títulos grandes e claros com o nome da banda ajudam a vender um disco. Pink Floyd, eles dizem, venderia em um saco de pão. Precisamente. O *design* da capa não está lá necessariamente ou primeiramente como uma ferramenta para a venda – afinal, diversos dos álbuns que mais venderam possuem capas horríveis –, mas, ao invés disso, para estimular e entreter, para prover uma extensão visual da música contida ali, e para apresentar informação de forma atraente. (THORGERSON, 1999, p. 17-18, nossa tradução)³⁵.

Hipgnosis não obedecia previamente aos critérios dos departamentos de marketing. Eram artistas desobedientes, antes conceituais do que comerciais; vendiam, mas não da forma esperada pelo ‘pessoal do comercial’. As capas do grupo eram diferentes em suas formas de expressão da maioria das capas no mercado, iam contra esta padronização, mas mesmo dentro deste espectro *Go 2* é bastante distinta. Se os departamentos de marketing queriam informações claras, então eles ganharam o que queriam com *Go 2*. Outro ponto que ficará sem resposta é quanto esta capa ajudou XTC a vender seu disco. Hoje vemos (ao menos, na concepção deste trabalho) a capa de *Go 2* como uma obra de arte inquestionável, em 1978,

³⁵ No original: “Bands get into arguments with the record company, even to the point of denying the need to sell, or at least relegating it to a desirable but not overriding criterion. Their case is strengthened by the fact that, as pointed out earlier, nobody knows the nature of the link between sales and design, if one exists at all. Pink Floyd managed to get to Number One and sell a few million copies of *Atom Heart Mother*, without a band photo, or any commercial ingredients. Nothing. Just a cow. Years later record company personnel still insist that lettering, big clear lettering helps sell a record. Pink Floyd, they say, could sell in a paper bag. Precisely. The cover design is not necessarily or primarily there as a sales tool – after all, many best selling albums have lousy covers – but to stimulate and entertain instead, to provide a visual extension of the music within, and to present information attractively.

plena era da *disco music*, talvez fosse algo pretencioso ou muito pouco colorido. Podemos apenas imaginar o impacto que uma capa como a que estudamos teve em 1978, pois *ainda é* ‘fora do padrão’; há quase quarenta anos *Go 2* vergava uma capa extremamente fora dos padrões.

Conforme o que foi trazido com Adorno & Simpson (1941), em um escrito muito criticado atualmente, o mercado musical cria uma tendência à padronização: o sucesso de alguns produtos cria uma ‘cristalização de *standards*’, tentativas de repetição do que já deu certo. Nas capas de disco existe esta tendência, que se baseia no primeiro exemplo que daremos na comparação que segue, da banda *Os Originais do Samba*. A ‘cristalização’ referida é identificável na imensa maioria das capas da música pop, com seus óbvios desvios: nome da banda em cima, banda posando para a fotografia embaixo. O grupo Hipgnosis, como vimos, não buscava encaixar-se no ‘*standard*’.

Vamos comparar aqui três capas a *Go 2*, buscando distinções e padrões em suas formas de expressão. Esta comparação permitirá que ampliemos nosso olhar para *Go 2* em sua relação com a indústria cultural pensando na estrutura que a capa segue ao apresentar seu conteúdo. Como tratamos anteriormente, ao analisarmos qualquer informação expressa por determinado meio de comunicação é mister observarmos também a forma de sua expressão, não apenas seus conteúdos. Desta forma, o que faremos agora é uma análise a partir da *forma* de expressão de *Go 2*; ignorando o conteúdo crítico de seu texto, a própria forma-texto é um *kynismos* presente na embalagem.

Figura 7 – Quatro capas de disco: *A malandragem entrou em greve*³⁶; *Go 2*; *Atom Heart Mother*³⁷; *A Saucerful of Secrets*³⁸.



Fonte: Divulgação.

A primeira capa nos expõe o mais óbvio, mais utilizado e mais *mainstream* tipo de capa de disco: o título da banda e do disco no topo e a banda posando para a fotografia com seus sorrisos e seus trajes abaixo. Esta capa, da banda brasileira *Os originais do samba*, é nosso exemplo de ‘standard’, a única das quatro que não foi produzida por Hipgnosis. No canto antípoda, abaixo e à direita, está a primeira capa de disco produzida por Hipgnosis: possui o nome da banda disposto como um título, mas nota-se uma diferença em comparação às demais – era uma banda afeita às drogas alucinógenas, a capa segue uma estética psicodélica como era *Pink Floyd* na presença de Syd Barret. A única que não possui letras (na versão de capa como a vendida no Reino Unido) é a da vaca, do álbum também do *Pink Floyd*, já sem Syd Barret, *Atom Heart Mother*; como vimos anteriormente, esta capa foi profundamente criticada pelo departamento comercial da produtora por não apresentar informações como o nome da banda. *Go 2* fica isolada no modo de leitura de suas informações: é a única cuja leitura se dá linearmente, como um texto, não circularmente como

³⁶ SAMBA, Os Originais do. *A malandragem entrou em greve*. Antônio Carlos de Oliveira. SOM. Brasil, 1986.

³⁷ FLOYD, Pink. *Atom Heart Mother*. Pink Floyd. Harvest. Reino Unido, 1970.

³⁸ FLOYD, Pink. *A Saucerful of Secrets*. Norman Smith. EMI Columbia. Reino Unido, 1968.

uma imagem. As capas de disco são espaços predominantemente ligados à arte gráfica, a fotografias e ilustrações, não a textos. Em um espaço usualmente concebido para o não questionamento deste formato, então, *Go 2* questiona de diversas formas.

Go 2, como *o ato* que aqui consideramos sua capa, latiu e permitiu um *insight*; o *insight* levou à construção do presente trabalho, que também late e pretende gerar *insights*. Lei da inércia: atos levam a mais atos, passividade a mais passividade. Quem late acorda e reconhece sua matilha; não havendo reconhecimento, pelo menos fizemos acordar, na boa intenção. Latir é importante, *criticar* é importante, dar *visibilidade* às críticas é importante. No capítulo terceiro manifestamos nosso devir-cão e agora podemos dizer que o latido que falamos encontra-se materializado na indústria cultural, no contexto das capas de disco, dadas suas limitações, através de *Go 2*. O que incentivamos no cotidiano, Hipgnosis e XTC fizeram globalmente: acordaram-nos do transe de maneira insolente, fazendo troça e narrando o funcionamento de um sistema que consumimos e não vemos superficialmente. Ao longo do trabalho foi desenvolvida e reforçada a importância de entendermos o que se esconde no que aparece e, não obstante *Go 2* tenha sido um dispositivo de esclarecimento, se faz sempre necessário tentarmos olhar o que há atrás daquilo que possui ligações com a política e a economia: em *Go 2* parece que vemos a ‘verdade’ logo de frente, lendo o texto, mas quando se fala em ‘prazer’ já vemos o ‘sorriso dos senhores’ na ‘cara do esclarecimento do Esclarecimento’.

Go 2, como *representação de uma crítica* publicamente visível através dos meios de comunicação, é ainda a ocultação de diversas verdades através do que expõe. A imagem de *Go 2*, tão produtiva para esta pesquisa, não sai impune – ironicamente, algo que criticaríamos nela, ela já havia nos contado: é um esquema para obter lucro. O que ela não nos conta é sobre a história de exploração econômica, ideológica e sensível na qual se assenta a indústria cultural (e da qual a capa participa muito bem), mas talvez fosse pedir demais. É uma capa cínica, mas de forma dual. Se nos ativéssemos ao raciocínio frankfurtiano nos vincularíamos a uma concepção que vê a capa apenas como estratégia, apenas como truque, algo que consideramos por demais maniqueísta: “As formas culturais no estilo da indústria da cultura deixaram de ser *também* mercadorias: são-no agora de forma integral” (ADORNO, 2003, p. 99, grifo do autor). Não concordamos com esta fala de Adorno (2003), então: existem, afinal, *humanos* por trás das mercadorias, que as utilizam como agências para a expressão de suas visões de mundo, sejam críticas ou não. É realmente paradoxal promover a indústria cultural buscando criticá-la, e ao longo do trabalho vimos que este meio de expressão se opõe ao silêncio; expor uma crítica ou guardá-la para si? Expor, de preferência, responderíamos, pela

sobrevivência e ampliação da crítica. Essa mesma discussão surge com Debord (1997): “À aceitação dócil do que existe pode juntar-se a revolta puramente espetacular: isso mostra que a própria insatisfação tornou-se mercadoria (...).” (DEBORD, 1997, p. 39-40). A revolta espetacular seria aquela que *figura* no espetáculo, ou diria respeito aos sujeitos que, consumindo esta imagem, consideram-se revoltados? *Go 2* não é uma revolta puramente espetacular: é uma revolta espetacularizada. Comprar ou não *Go 2*, uma mercadoria vendida por uma imensa corporação, é realmente uma escolha e até mesmo uma discussão banal nesse contexto. Assim, o ato da criação da capa é crítico; o consumo ou a contemplação por si só não é. Em uma interpretação unívoca, diríamos que *Go 2* desafia a publicidade por ela mesma, incentivando a crítica ‘kynicamente’.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um abalo em nosso estado contemplativo foi causado por *Go 2*, uma crítica na capa de um disco. Agora, menos afundados no charco da passividade do espetáculo, observamos mais profundamente o que as imagens expõem e escondem. Contemplar não é ver, ou olhar, mas *apenas ver, apenas olhar*. Contemplando imagens com os olhos, as imagens veem por nossos olhos; contemplando música, a música escuta por nossos ouvidos. E quando contemplamos um sistema econômico, a que somos assujeitados por suas regras, instintos, *desejos*? O debate desta pesquisa, embora esteja atrelado à tangibilidade dos produtos da indústria cultural, não se limita a eles – é também relativo a formas de passividade mais *etéreas, históricas e ideológicas*, e não apenas à passividade cotidiana que ferramentas como os *gadgets* exploram. Quando a contemplação se mostra tangível, cabe determinar, este universo etéreo se *soma* ao *fechamento* ocasionado em nossos sentidos pelos meios de comunicação, e o charco vai-se mostrando cada vez mais profundo. Mas o charco é bom! É *cultura*! Interessa que é charco: afundamos nele impelidos por seus fluxos, que se misturam aos nossos movimentos. Cultura de contemplação, contemplação de cultura, não foi à toa que, antes de incentivarmos uma deriva no *mainstream*, incentivamos aqui uma diminuição quantitativa do que contemplamos: assim, evitamos o prosseguimento da *sucessão infinita de episódios* deste programa que nos draga cada vez mais para dentro da máquina, simulando a realidade através de seu crivo. *Go 2* também é parte deste crivo, se mistura, mas toma um partido, um *partisan* no espetáculo.

Go 2 é a materialização de diversos pontos tratados ao longo do presente trabalho: uma crítica que, negando o sistema, faz parte dele; uma crítica que depende do alvo de sua crítica para sua *sobrevivência*; uma crítica no próprio modo de criticar. O que pretendemos aqui foi uma *crítica à contemplação*, mas tudo começou nela: contemplar *Go 2* abriu o caminho para tudo o que foi construído até aqui. Ambivalências. Elas permeiam toda a vida e nossa maneira de interpretá-las, dentro do que foi proposto com Sloterdijk (2012), se insere em uma dinâmica de cinismos que se opõem: um é argumentação material e insolente, outro é falsa consciência esclarecida, dissimulada, autoconservativa. Cabe sempre questionarmos como observamos e vivemos o que passa à nossa frente, pois mesmo uma crítica pode ser integrada, mesmo um aparente *kynismo* pode ser mera *imagem* do que, na realidade, é vivido como mais do mesmo. Crítica concreta, em sua materialidade; representação de uma crítica, no *pseudoconcreto* que a vida espetacular simula. Neste contexto, o que observamos é que os movimentos inseridos na indústria cultural que ‘pintam o mundo com belas cores’ são *mais* assimilados ao sistema por não manifestarem nenhuma negação a ele. Mas manifestar a

negação através de uma imagem é, realmente, negar? Talvez não seja um mundo para se pintar com belas cores, talvez pintá-lo de cinza gere diferenças pouco significantes. Nem mesmo pintar o mundo de cinza e apenas contemplar o espetáculo, contudo, não se mostra uma resposta: a crítica deve ser *visível*, *ocupando* os meios de comunicação – capas de disco, paredes de banheiro, mesas de bar, etc. A *publicidade* da crítica, ademais, é negação, cabe questionarmos até onde ela nos leva em relação aos objetivos em questão.

Críticas devem ser expostas, mas não devem ser meramente contempladas – a contemplação é não-lúdica, o rompimento com a contemplação e sua passividade deve se dar de forma lúdica. O que o prosseguimento do trabalho afirma é que críticas podem ser tecidas *para* a contemplação, veiculando em suas representações a possibilidade de *insights* posteriores, como este trabalho. Uma crítica serve para gerar diferenças, mas qual é a diferença gerada na contemplação de uma crítica? – *pode* gerar diferenças – ou melhor, potencial de gerar diferenças –, mas a inundação das telas por críticas nos impele a contemplá-las e o senso crítico não pode ser encerrado em telas. *Go 2* puxou aqui a discussão, mas nunca separado de todo o universo das críticas *visíveis* na vida, na mídia, no espetáculo. O cinema, a literatura e o jornalismo nos mostram realidades, nos mostram críticas e, ressalvas à parte, realmente incentivam a geração de diferenças em diversos momentos. Mas qual é a diferença em sucessivamente contemplar? Contemplar a política, contemplar a injustiça social, contemplar verdades ou mentiras? Independente do que é contemplado, é a passividade que se mostra no ato da contemplação; enquanto contempla-se se é passivo perante as imagens e também perante o que elas podem esconder. De frente para a tela, de costas ou não para a vida; de frente para a vida, mas ainda assim pensando na tela: a realidade que consideramos *parcialmente* é ainda uma realidade considerada, mas minada de *contemplação*.

Urge a necessidade de algo a mais do que críticas visíveis. Talvez não seja tão visível, mas é latente a demanda por uma nova forma crítica na atualidade; também uma nova forma de nos relacionarmos com ela, como produtores e não espectadores. Defendemos que este começo é mais fértil em uma deriva, para longe do *mainstream* e de tudo o que representa o meio *privado*. O progresso do espírito, o espírito que se torna crítico, revoltado e questionador, *se comporta* no sistema como ele é enquanto a crítica é platônica. Voltamos àquela pergunta: o que seria, então, um ato de verdade? O que buscamos reforçar, ao longo do trabalho, é que este ato *não é* a contemplação. A contemplação nos moldes atuais já não aguarda, apenas, a ‘reificação absoluta’, a contemplação vai ao seu encontro, ativa na busca por mais e mais objetos de contemplação, cada vez melhores, mais premiados, críticos,

underground... E assim progride a contemplação. A contemplação atual é reflexo do fetiche do esclarecimento preso à visualidade, narcótico, seja no divertimento ou acompanhando notícias, nos elogios ou nas críticas, na recepção de informação ou na reprodução de falas encerradas na virtualidade. A contemplação desloca todos para a direita de nossa equação presente no capítulo terceiro: rumo a concepções simuladas da realidade. Chegamos a um ponto de liberdade de expressão na democracia em que a própria participação crítica e as manifestações apologéticas se abraçam, pois obedecem aos mesmos canais que se criaram para possibilitar a ‘comunicação’.

Fugir das máquinas como incentivamos – isto é, das tecnologias comunicacionais ancoradas no espetáculo – é pela libertação de nossos sentidos, mas também pela libertação das críticas. A crítica que fica em casa e se manifesta do sofá tende a ficar no sofá, pode *até* ser produtiva lá. Sair de casa é dar espaço público para a crítica material, não às *telas* do meio privado, interagindo de forma lúdica com o espaço, sem mediações tecnológicas programadas pela economia. Sair de casa sem o celular é blindar-se ao máximo dentro do que é permitido *tecnologicamente* contra a contemplação, é o estado mais ‘solto’ do espetáculo que conseguimos atingir, embora ainda preso, e esta foi a radicalidade proposta. Utópico? Se uma caminhada sem o celular é algo utópico, ou um idealismo, então já vivemos uma distopia que nos prende às tecnologias – e cabe nos distanciarmos disso com a insolência canina que descrevemos. A insolência canina, o *latido*, o ataque inspirado em Diógenes manifestado aqui em um devir-cão, não é apenas um grito de *autoemancipação*: é um chamado para fora da tela, um tapa no aparelho objeto de contemplação, um convite para aqueles que, próximos a nós, insistem na vida dentro da tela – e os chamamos para fora, para um passeio sem as correntes das imagens, para vermos uma vida que não é limitada pelas polegadas, nem pelos *pixels*, nem pelos pacotes de dados.

Mas nem tudo é passeio; nem tudo é tão *solto*. Um pouco menos radical, mas necessário para a sobrevivência, portanto, foi o desvio na deriva proposto: um desvencilhamento dos fluxos hegemônicos *dentro* dos meios de comunicação; se o caso é a contemplação, tentemos fugir do grande esquema comercial, ilustrável em seu mais alto nível atualmente nos algoritmos e *feeds* presentes em ferramentas utilizadas cada vez mais, diariamente, por bilhões de pessoas. É até aqui que *Go 2*, uma capa de disco com uma crítica espetacular, nos leva.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. *Dialética negativa*. Tradução Marco Antonio Casanova; revisão técnica Eduardo Soares Neves Silva. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- ADORNO, Theodor W. *Prismas: crítica cultural e sociedade*. São Paulo: Ática, 1998.
- ADORNO, Theodor W. *Sobre a indústria da Cultura*. Trad. Maria Antónia Amarante. Coimbra: Angelus Novus, 2003.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ADORNO, Theodor W.; SIMPSON, George. *On popular music*. In: HORKHEIMER, Max, ed. *Studies in philosophy and social science*. Nova York, Institute of Social Research, 1941. v. IX, p. 17-48. Trad. por Flávio R. Kothe.
- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. In: *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1993. p. 164-196.
- CHAUÍ, Marilena. *O que é ideologia*. São Paulo: Brasiliense, 2008. Disponível em <<https://goo.gl/HBvSeN>>. Acesso em 30 de nov. 2017.
- CONTER, Marcelo Bergamin. *Lo-fi: agenciamentos de baixa definição na música pop*. 2016.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo (seguido do prefácio à 4 Edição italiana) e Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DEBORD, Guy, *Manifesto Internacional Situacionista*. Internacional Situacionista, Paris, 17 de Maio, 1960, nº4.
- DEBORD, Guy; FILLION, Jacques. *Résumé 1954*. Potlatch, Paris, 30 de Novembro, 1954, nº 14.
- ENGELS, Friedrich. *Do socialismo utópico ao socialismo científico*. 1880. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/marx/1880/socialismo/cap03.htm>>. Acesso em: 22 set. 2017.
- GALLO, Ivone. *Por uma historiografia do punk*. *Projeto História. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História*. ISSN 2176-2767, v. 41, 2010.
- KAPLAN, Ann. *O mal-estar no pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- MARTEL, Frédéric. *Mainstream: a Guerra Global das Mídias e das Culturas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- MARX, Karl: *Manuscritos económico-filosóficos de 1844*. Disponível em <<https://www.marxists.org/portugues/marx/1844/manuscritos/cap04.htm>>. Acesso em: 30 set. 2017.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem (*understanding media*). Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

MONTANARI, Valdir. História da música: da idade da pedra à idade do rock. Ática, 1988.

POWELL, Aubrey; THORGERSON, Storm. *100 best album covers: the stories behind the sleeves*. Nova Iorque: Dorling Kindersley, 1999.

SLOTERDIJK, Peter. Crítica da Razão Cínica. Trad. Marco Casanova, Paulo Soethe, Pedro Costa Rego, Maurício Mendonça Cardozo e Ricardo Hiendlmayer. Editora Estação Liberdade, 2012.

THORGERSON, Storm. *Eye of the Storm*. Londres: Sanctuary, 1999.

WILKINSON, David. *Post-Punk, Politics and Pleasure in Britain*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2016.