



CRIATIVIDADE NA SOCIEDADE DE CONSUMO

Maria Elisa Marcondes Helene

A moderna civilização industrial se desenvolveu dentro de um certo sistema de mitos convenientes.

As forças motoras da moderna civilização industrial têm sido os ganhos materiais individuais que nós aceitamos como legítimos.

*Noam Chomsky, lingüista,
Manufacturing Consent, parte 2, 1992.*

A criatividade é uma característica do ser humano, a qual parece sem espaço para ser posta em prática numa sociedade de consumo, onde a criação segue as necessidades do mercado: a forma de produção é a da linha de montagem e o conteúdo criado se dirige para as partes desmanteladas dos setores das sociedades humanas.

Em nossa sociedade moderna urbana e industrial, a criação é enclausurada pelas estruturas de controle social, o que permite a manutenção do poder e sua influência. A compreensão dessas estruturas – como elas funcionam e quais são suas mais importantes instituições – é vital para a luta em favor da liberdade de criação.

Em nossos dias, a criatividade se manifesta dentro dos moldes da sociedade em que vivemos, muito diferentes dos moldes daquela na qual foi desenvolvida a tecnologia que nos trouxe onde estamos. Processos importantes ocorreram nas sociedades dos séculos XVII, XVIII e XIX para que chegássemos ao século XX com a disposição de construir uma sociedade de consumo. Esses processos incluem alterações na organização da sociedade e nos papéis desempenhados pelas pessoas e pelas instituições. Juntos, esses processos são chamados de enclausuramento, nome dado por ambientalistas de várias partes do mundo (Ecologist, 1992). O termo vem do inglês, “enclosure”, que significa “cercar”.

O enclausuramento

O enclausuramento subordina todas as manifestações do ser humano. É um processo combinado que afeta a natureza e a cultura, o lar e o mercado, a produção e o consumo, a germinação e a colheita, o nascimento, a doença e a morte. Nenhum aspecto da vida ou da cultura permanece imune a ele.

Como o mercado destrói os alicerces da auto-dependência dos regimes comunitários, estes começam a se atrofiar. Como membros de uma comunidade enclausurada, deixamos de depender dos amigos, familiares e vizinhos. Quando necessitamos de ajuda, recorremos ao mercado, não apenas para obter alimento, abrigo e vestuário, mas também para buscar recreação e serviços especializados em tratamento

de crianças, velhos, doentes e deficientes físicos ou mentais. Procuramos também o mercado de bens e serviços para satisfazer nossas necessidades emocionais. Com isso, a comunidade deixa de se alimentar para ser alimentada ou alimentar outras; deixa de se ajudar para ser ajudada; deixa de se entreter para ser entretida, e assim por diante. Ela troca a credibilidade pessoal pelos padrões racionais, o artesanato pelas profissões, o respeito pelo uso das pessoas como instrumentos.

O enclausuramento redefine a comunidade: ele muda os pontos de referência através dos quais as pessoas são valorizadas. Os indivíduos se tornam “unidades” cujo “valor” para a sociedade é definido por suas relações com o nova entidade política que emerge do enclausuramento. Assim, ele faz surgir uma nova ordem política: o meio ambiente é usado de outra forma, requerendo novas regras e novas formas de organização; o enclausuramento redefine então como o meio ambiente é manejado, por quem e em benefício de quem. Formas tradicionais de manejo ambiental são deixadas de lado, ridicularizadas, consideradas antiquadas, inoperantes, malignas ou ilegais.

O enclausuramento não apenas redefine o fórum no qual as decisões são tomadas, mas também redefine que vozes contam neste fórum. A fim de colocar a administração nas mãos de pessoas com fonte de poder fora da comunidade, o enclausuramento elimina a ética local, abrindo caminho para a burocratização e o enclausuramento do próprio conhecimento.

Em resumo, o enclausuramento é uma mudança na rede de poder que envolve, contra a vontade, o meio ambiente, a produção, a distribuição, o processo político, o conhecimento, a pesquisa e a lei. O enclausuramento reduz o controle exercido pela população local sobre os assuntos da comunidade.

O poder da linguagem

O enclausuramento, ao tirar algo de um matriz social e forçá-lo dentro de uma outra matriz, redefinindo sentidos, envolve o processo de tradução. É o que acontece quando a escola deixa de ensinar o que interessa para a comunidade, como o cuidado com o solo numa comunidade rural, e ensina o que interessa aos

habitantes das grandes cidades. A palavra “semente”, por exemplo, se refere então àquilo que se compra antes da plantação de cada safra (as sementes de alto rendimento dão frutos estéreis e devem se comprar todo ano) e não mais as sementes que os agricultores guardavam de suas melhores plantas para o ano seguinte. A palavra “semente” está então ligada à agro-indústria e não ao fazendeiro, pertencendo ao universo industrial ao invés de pertencer ao universo rural. A semente da agro-indústria poderia ter recebido outro nome; mas isso não ocorreu.

Quando um conceito é enclausurado no contexto de uma linguagem completamente estranha, alguma coisa inevitavelmente é perdida na tradução. Quando o que é perdido é essencial para a identidade e sobrevivência de um grupo, e este grupo é impedido de usar sua linguagem nativa para defender ou pegar de volta o que perdeu, a defesa do grupo é enfraquecida e ele se torna vítima.

Com o declínio da escravidão, a estratégia dos proprietários de escravos desaguou em algo mais sutil: as línguas nativas vem sendo infiltradas deliberadamente com conceitos ocidentais estranhos à língua e à cultura. Por exemplo, na campanha de “vilarição” na Tanzânia, durante a metade da década de 70. Nas novas vilas, as pessoas eram encorajadas a contruir suas casas em estilo ocidental e cada homem era tratado por “você e sua família”; mas na língua Swahili, o termo “família”, no sentido de um grupo doméstico não existe. Assim, achou-se necessário tomar o conceito contido no termo em inglês –family– e colocá-lo dentro de uma forma “familia” da língua swahili. Tal uso lingüístico contém várias premissas — que a unidade na sociedade é “um homem e sua família”, e que esta unidade requer uma casa e uma unidade de terra. Em outras palavras, conceitos estra-

nhos vêm sendo introduzidos nessa sociedade.

O processo da armadilha conceitual se desenvolveu durante as eras da formação do estado, do colonialismo, do desenvolvimento econômico e, atualmente, se desenvolve na era do manejo ambiental. Nenhum desses sistemas de dominação podem suportar a atitude de “viver e deixar viver” em relação as milhares de outras línguas e culturas existentes no planeta e componentes de nosso universo social. Esses sistemas necessitam se expandir em escala global e, por isso, quaisquer outros sistemas com enorme variedade de objetivos e de formas de resolver conflitos atrapalham sua expansão. E, quando isso ocorre, os

sistemas diversificados são enclausurados, ou seja, são espremidos pelo sistema abrangente, pegos numa armadilha. Imediatamente, os conflitos passam a ser resolvidos através de critérios determinados pelos enclausuradores.

Essa prisão conceitual é moralmente justificada simplesmente persuadindo as pessoas de que elas são obrigadas a tolerá-la, sem direito à recusa, sendo o processo realizado através da tradução de suas palavras, práticas e formas de vida para uma linguagem

estrangeira. O enclausuramento reivindica que sua própria estrutura social e sua linguagem são normas universais, uma matriz capaz de assimilar todas as outras. O que for “perdido na tradução” é obrigatoriamente insignificante, subdesenvolvido ou inferior com relação ao que se ganha com a “tradução”. O que o sistema global não pode compreender e apropriar, ele não somente não sabe apreciar, mas também não tolera.

No encontro do conhecimento moderno com o conhecimento vernacular, o perigo não se encontra no fato de que o conhecimento moderno irá apropriar-se do vernacular, mas no fato de que essa apropriação far-se-á parcialmente e que esse conheci-

No encontro do conhecimento moderno com o conhecimento vernacular, o perigo não se encontra no fato de que o conhecimento moderno irá apropriar-se do vernacular, mas no fato de que essa apropriação far-se-á parcialmente e que esse conhecimento parcial retornará como o sólido cerne de verdade extraído de uma rede de superstições e falsas crenças.

mento parcial retornará como o sólido cerne de verdade extraído de uma rede de superstições e falsas crenças. O que fica na intersecção entre o conhecimento moderno e o conhecimento vernacular corre o risco de ser totalmente perdido.

Por acharem que falam uma linguagem universal, os enclausuradores modernos não têm nenhum escúpulo ao se comunicar com os enclausurados. O que legitima o enclausuramento na mente do enclausurador é a suposição tácita de que ele é conhecedor da difícil situação do enclausurado tão bem quanto ou melhor do que ele próprio. Nos nossos dias, são inúmeros os exemplos de pessoas em papéis generosos, compreendendo a opressão e a dificuldade do próximo e achando sua ajuda essencial.

A necessidade de desenvolver formas de organização, matrizes, contextos, ou seja, estruturas mentais que instrumentalizassem não só os enclausuradores na execução de sua tarefa de nos tornar a todos do planeta muito parecidos (usa-se o termo “globalização”), mas também os enclausurados na aceitação tranqüila do subjulgo, estimulou a ciência da comunicação e propiciou seus inúmeros avanços tecnológicos.

A comunicação a serviço dos enclausuradores modernos

A cultura de massa não tem raízes. É superficial e depende da substituição rápida de um produto por outro, para manter a produção diversificada de bens, que sustenta a economia e o emprego. Em função desse dinamismo, nossos valores são também rapidamente mudados.

Como nossa matriz de valores tem sofrido grandes e rápidas mudanças, pode-se dizer que “habitamos” nossa cultura de massa com valores pouco enraizados. E, enquanto a sociedade de consumo faz-nos muito ativos, mas pouco reflexivos, transformando-nos em agentes dóceis do consumismo, os meios de comunicação de massa lembram-nos de nosso papel de consumidores com extrema insistência.

Mais de 90% das notícias internacionais impressas em todos os jornais do mundo são provenientes de quatro grandes agências. Cada uma delas construiu sua esfera de influência a partir dos antigos impérios coloniais:

- A United Press International (UPI) e a Associated Press (AP), ambas norte-americanas, têm suas informações amplamente veiculadas no Japão, na Coreia do Sul e nas Filipinas — áreas de controle norte-americano no período do pós-guerra — e estão também ligadas à América Latina.

- A Reuters, de Londres, tem mantido considerável influência sobre os países do Commonwealth² de língua inglesa.

- A Agence France Press (AFP), de Paris, é fortemente ligada aos países africanos de língua francesa.

A comunicação de massa nos países do terceiro mundo

Os jornais da América Latina, da África e da Ásia preferem comprar suas notícias das quatro grandes agências, já que a manutenção de correspondentes estrangeiros permanentes é muito cara.

O Terceiro Mundo, que representa mais de dois terços da população e da área do mundo, responde apenas por um quarto das notícias dessas quatro grandes agências — a menos que se trate de guerras, fomes etc. Dando preferência a notícias sobre o Primeiro Mundo, os jornais dificilmente permitem que informações sobre os países pobres alcancem os leitores de Nova Iorque, Londres ou Paris. A AP envia de Nova Iorque para a Ásia, 90 mil palavras por dia e recebe 19 mil de seus correspondentes naquele continente e das agências nacionais da Ásia. A Reuters e a UPI enviam de quatro a cinco vezes mais notícias para a Ásia em relação às que de lá recebem.

No que nos atinge, cerca de 50% de todas as notícias publicadas na América do Sul são provenientes das duas agências de notícias norte-americanas, a UPI e a AP, e outros 10%, da Reuters e da AFP. Assim, os sul-americanos vêem o mundo da mesma forma que americanos, franceses e ingleses.

As prioridades dessas quatro agências na captação da notícia se refletem na posição ocupada pelos seus correspondentes: 34% estão confinados nos Estados Unidos; 28%, nas capitais da Europa; menos de 20%, na Ásia e Austrália; 13%, na América Latina; e, provavelmente, menos de 10%, na África.

Dessa forma, tanto os fatos noticiados referentes aos países desenvolvidos quanto os concernentes aos países subdesenvolvidos são descritos maciçamente conforme a concepção dos cidadãos dos países do Primeiro Mundo. Com isso, o monopólio das agências ocidentais distorce até mesmo a visão que o Terceiro Mundo tem de si próprio. A superficialidade das coberturas reforça estereótipos, e após, a população dos países em desenvolvimento, aprendemos sobre nós mesmos

por meio dessa imagem distorcida. E, assim, estamos nos tornando muito provavelmente o que aprendemos que somos: ignorantes, pobres, corruptos, brutos, culturalmente curiosos ...

Mídia e democracia

Nas ditaduras civis ou militares, o que se controla é a atitude das pessoas: elas têm sua liberdade de expressão restringida. Já, nas democracias, em que o exercício da liberdade de expressão é considerado de fundamental importância, a homogeneidade cultural é mantida às custas do controle do pensamento.

Nas democracias capitalistas existe uma certa tensão com relação ao locus do poder, já que, nelas, o poder emana do povo, ou seja, pelo menos, em princípio, é ele quem dita as regras. Mas, na prática, o poder de tomar decisões nas principais áreas da vida de toda a população fica nas mãos de setores privados, detentores do poder econômico, com efeitos de longo alcance na esfera social.

Uma forma de resolver essa tensão seria estender o sistema democrático, por exemplo, à



organização do trabalho, criando ou recriando as atividades profissionais que permitam o exercício da criatividade, para que, assim, todos, tenham a oportunidade de participar do processo de formação de opinião pública. Isso constituiria uma imensa revolução social.

Nas sociedades industriais avançadas são usadas várias formas para enfraquecer as reais estruturas políticas democráticas, deixando-as ao mesmo tempo formalmente intactas. Uma grande parte desse trabalho

é realizada pelas instituições ideológicas, que canalizam os pensamentos e as atitudes dentro de limites aceitáveis, desviando qualquer ameaça potencial de aparecimento de novos privilégios e novas autoridades, antes que se fortaleçam. Essas instituições têm muitas facetas e são formadas por inúmeros agentes, entre os quais se destacam, atualmente, os meios de comunicação de massa e as elites intelectuais a eles relacionadas.

Para atingir esse objetivo, a mídia escrita, falada ou televisiva, ao divulgar um determinado fato, não se contenta com a mera apresentação apenas. Aspectos como o tom a ser empregado e a frequência de repetição na condução da notícia, bem como sua valorização, são le-

vados em consideração. Desse modo, além dos padrões de comunicação usados nas campanhas de indignação (como no caso de P. C. Farias) ou de solidariedade (por exemplo, na morte do campeão de automobilismo Ayrton Senna), existem os tons e as ênfases, a cuidadosa seleção das premissas e a ordem de apresentação do conteúdo. Essa forma é extremamente útil aos que exercem o poder, pois transmite a informação com as nuances de interpretação. Um exemplo disso é o fato de os



muçulmanos, via de regra, serem chamados de “fanáticos religiosos”, em notícias que a eles fazem menção.

As afirmativas deste texto são:

a) os trabalhadores, com sua mínima ou nula parcela de criatividade e identificação com seu objeto de criação, participam da sociedade de consumo, tornando-se meros proprietários de bens.

b) os meios de comunicação de massa mantêm as elites intelectuais a eles relacionadas informadas de uma realidade que os leva a aprofundar a sociedade de consumo, a produção de bens e a usurpação do exercício da criatividade do trabalhador.

c) os meios de comunicação de massa mantêm a massa trabalhadora ocupada e entretida, quando não está produzindo bens de consumo, sem sequer considerar a possibilidade de participar do mecanismo de formação de opinião pública.

d) a democracia, atualmente, em nossa sociedade moderna urbana e industrial, é um exercício de poder dos que ditam as regras.

Quanto à formação de opinião pública, ela é realizada pelos meios de comunicação de massa, dela participando um número extremamente pequeno de pessoas. Aliás, são eles os encarregados de introduzir, no nosso dia-a-dia, novas necessidades de uso de produtos desconhecidos. Assim procedendo, os meios de comunicação de massa atendem à condição fundamental para a sobrevivência da sociedade de consumo: a criação e o consumo acelerados de bens.

Nós, consumidores, devemos trabalhar para ganhar dinheiro e gastá-lo, adquirindo a produção industrial e satisfazendo, assim, nossas necessidades artificialmente criadas. Para o crescimento e sobrevivência do capitalismo e dos empregos que cria, é fundamental o aparecimento de novos consumidores. Por isso, devemos consumir toda a sorte de novida-

des. Isso exige mudanças de hábitos e, para que elas ocorram, são necessários mecanismos que alterem rapidamente nossos desejos e vontades. A propaganda está intimamente envolvida nesse processo.

Uma prova disso é o incrível crescimento dos gastos mundiais com propaganda, indústria que mantém um estreito laço de interdependência com o consumo. A propaganda foi uma das indústrias de mais rápido crescimento durante a última metade do século XX.

O consumismo e sua globalização são compatíveis apenas com o capitalismo, quer numa democracia, quer numa ditadura. E todas as nossas atitudes — voluntárias ou obrigatórias, individuais ou grupais — que se alinharem à melhora e sofisticação do consumismo e de sua globalização são contrárias aos princípios humanitários e éticos da equidade.

Os trabalhadores, com sua mínima ou nula parcela de criatividade e de identificação com seu objeto de criação, apenas participam da sociedade de consumo como meros proprietários de bens ou potenciais consumidores.

No entanto, a sociedade de consumo só interessa àqueles que são seus líderes e que, aliás, não são consumidores da produção em massa. As elites encomendam carros produzidos um a um, fazem roupas em modistas, não se alimentam nas redes de lanchonetes, não moram em apartamentos dos Sistemas Financeiros da Habitação, e assim por diante. O consumo que lhes interessa é o dos outros, que financia a realização de seus desejos exóticos.

A sociedade de consumo nos obriga — para sobreviver — a trabalhar para ela e a consumir sempre mais e mais produtos. Para termos status, precisamos ter dinheiro, e aí tudo começa...

Maria Elisa M. Helene é pesquisadora na área de Energia e Meio Ambiente junto à Estação Ciência da USP.

Nós, consumidores, devemos trabalhar para ganhar dinheiro e gastá-lo, adquirindo a produção industrial e satisfazendo, assim, nossas necessidades artificialmente criadas.

Para o crescimento e sobrevivência do capitalismo e dos empregos que cria, é fundamental o aparecimento de novos consumidores. Por isso, devemos consumir toda a sorte de novidades.