

A HOMOGENEIZAÇÃO DO HOMEM NA CULTURA DE MASSA*

Edilene Mayumi Murashita TAKENAKA**
Gessilda da Silva VIANA***

Resumo: O presente artigo analisa a Cultura de Massa como a expressão das massas num processo em que os indivíduos perdem a sua identidade, individualidade e qualidade humana. Apresenta a Cultura de Massa como uma cultura imposta, convertendo-se em um importante instrumento de dominação sócio-econômica e política.

Palavras-chave: Cultura; Cultura de Massa; Sociedade; Homogeneização.

Resumen: El presente artículo analiza la Cultura de Masa como la expresión de las masas en un proceso en el que los individuos pierden su identidad, individualidad y cualidad humana. Presenta la Cultura de Masa como una cultura impuesta, convirtiéndose en un importante instrumento de dominación socioeconómica y política.

Palabras llave: Cultura; Cultura de Masa; Sociedad; Homogenización.

"A massa esmaga com seu peso tudo que é diferente, tudo que é excelente, individual, qualificado e seletivo" (Ortega y Gasset, 1973, p.62)

O primeiro país a cruzar o limiar de uma sociedade de massa, foram os Estados Unidos. A partir da Crise de 1929, surge a preocupação de conhecer os dinamismos psicossociais dos indivíduos, sobretudo, porque se fazia necessário prever, para conseqüentemente manipular, a opinião pública nos casos em que ela deveria manifestar-se maciçamente, como nas eleições, por exemplo. Tendo origem aí, uma série de literaturas abordando os efeitos que a imprensa, o rádio e o cinema poderiam exercer sobre o público.

Segundo Macdonald (1973, p.78), "(...) a Cultura de Massa começou como uma excrescência parasitária, cancerosa, da Alta Cultura e, até certo ponto, ainda continua a sê-lo." Logo, o que temos hoje, em termos de elementos de massificação, pode ser compreendido como reflexo e consequência de uma "criação" que deturpa e muitas vezes apropria-se da arte/cultura, com o intuito de exercer domínio sobre a chamada massa.

Para Ortega y Gasset (1973), a massa pode ser considerada como a reunião de pessoas que não possui qualificação específica, o homem comum, o homem não diferenciado de outros homens, mas repetindo em si mesmo um tipo genérico. Também a consideram como um fato psicológico, sem esperar que apareçam indivíduos em sua formação. Ela é tudo aquilo que não atribui valor a si mesmo, mas considera-se exatamente igual a todos e sente-se perfeitamente

* Artigo elaborado como requisito parcial de aprovação da disciplina Ontologia e Epistemologia em Geografia Humana ministrada pelo Prof.º Dr. Armando Correa da Silva, no curso de Pós-graduação em Geografia –FCT-UNESP, no 2.º semestre/1999.

** Professora nos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Engenharia Civil e Agronomia da Universidade do Oeste Paulista e Professora no curso de Ciências Econômicas da Associação Educacional Toledo-PPte. Mestranda no curso de Pós-graduação em Geografia – FCT – UNESP – P.Pte.

*** Mestranda no curso de Pós-graduação em Geografia – FCT – UNESP – P.Pte.

feliz por sentir-se assim. Porém se, por outro lado, não enquadrar-se ao sistema, corre o risco de ser eliminado, pois ser diferente, constitui-se em razão suficiente para exclusão.

Fabricada por técnicos a serviço daqueles que dominam o mundo dos negócios, a Cultura de Massa é imposta de cima para baixo, tendo como público, consumidores passivos, para os quais cabe apenas a escolha entre, comprar ou não comprar, ou ainda, entre *poder* ou não *poder* comprar. Tornando-se portanto, visível que os articuladores da ampliação/desenvolvimento deste tipo de cultura, exploram as necessidades culturais das massas com o objetivo de obter lucro e manter o domínio de sua classe.

A velocidade com que este tipo de "cultura" prolifera-se, está diretamente vinculada à facilidade de consumo dos produtos e a natureza altamente padronizada dessa produção. A quantidade "aniquilando" a qualidade, é uma força dinâmica que rompe com as barreiras de classe, tradição e gosto, diluindo as distinções culturais.

É inegável porém, que ela possui um forte caráter democrático, pois nela tudo e todos têm espaço, não havendo discriminação com o que, ou com quem quer que seja.

A Cultura de Massa não é uma expressão do povo, como é a Arte Folclórica, ela é uma expressão das massas, onde os indivíduos perdem sua identidade e qualidades humanas. Dessa da massificação, ele torna-se apenas mais um elemento dentro daquilo que é chamado por Riesman apud Macdonald (1973), como a "*multidão solitária*". As pessoas já não encontram-se mais ligadas umas às outras, pois os elos como trabalho, tradições, valores, sentimentos e interesses comuns, que de alguma forma as uniam, perdem aos poucos seu significado. Os valores humanos deixam de configurar-se enquanto elementos de fundamental importância no cotidiano, o indivíduo já não é, se é que um dia foi, valorizado pelo seu "ser" ou mesmo pelo seu "fazer", mas pura e simplesmente, pelo seu poder de consumo e de aceitação, que é o que acaba por dar suporte, sustentação a esse sistema massificador.

Para Morin (1967), a Cultura de Massa é produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial. Sendo que a força motriz de sua vitalidade, encontra-se na contradição invenção-padronização, vivendo um constante processo de adaptação ao público e do público a ela.

E o público adolescente apresenta-se, neste contexto, como o "fermento vivo" da Cultura de Massa, os modelos dominantes deixam de ser o da família ou o da escola, passando a ser o da imprensa e do cinema. Os valores juvenis passam a ser "sabiamente" exaltados, a beleza, o amor, a juventude, a liberdade, tornam-se a máxima na produção da Cultura de Massa.

A Indústria Cultural é gerida pela lógica da produção em massa, destinada ao consumo do "público universal" (que compreende todas as faixas etárias), perpassando pela imposição de moldes espaço-temporais. Os filmes-padrão, por exemplo, tendem a oferecer amor, ação, humor e erotismo em formas e doses variadas.

A variedade, seja no seio de um jornal, filme, programa de rádio, ou televisão, visa satisfazer todos os interesses e gostos de modo a obter o máximo consumo. Sendo assim, não se pode negar, que a grande imprensa torna-se cada vez mais eclética, com o objetivo de satisfazer toda a gama de interesses, utilizando-se para tanto, de uma retórica permanente. As canções e/ou programas de uma emissora de rádio, podem ser ecléticos, contudo, o conjunto é homogeneizado no estilo.

Estamos falando de uma cultura que invalida, que camufla, utilizando-se de seus vários "instrumentos" (rádio, televisão, cinema, propaganda, revistas, jornais, etc.), tanto as realidades profundas, quanto os prazeres, por mais simples e espontâneos que sejam, pois dessa forma, torna-se mais fácil a indução dessa massa ao que Seldes apud Macdonald (1973), denomina de "*espírito do consentimento*". É como se as pessoas se encontrassem entorpecidas, dominadas a ponto de aceitar a Cultura de Massa e as mercadorias por ela apresentadas, como substituição da alegria, da tragédia, do espírito, da mudança, da originalidade e da beleza da vida real, sem no entanto, darem-se conta disso.

humân
marob
papel
consci
supera

Referi

BOS
18
LAZ
soc
ma
MAC
W
MOB
Fe
ORT
Da

Ainda segundo Morin (1967), apesar da ficção tomar conta do universo dos consumidores, a Cultura de Massa é, ao mesmo tempo, realista. Ela torna o espectador um "fantasma", projetando seu espírito na pluralidade dos universos figurados ou imaginários, faz sua alma emigrar para os inúmeros sócios que vivem para ele, mas também, faz com que o imaginário se fixe na terra e não no céu. Os "deuses" e os "demônios" não somente, estão entre nós, como também, o são como nós: mortais. Logo, funciona como uma engrenagem que tanto alimenta, quanto atrofia a vida.

Onde isso nos levará? Qual o futuro da Cultura de Massa, e sobretudo, qual o futuro dos indivíduos que compõe essa massa?

Respostas? Não as temos. Porém, cabe-nos apresentar, como ponto de reflexão, uma colocação feita por Macdonald apud Bosi (1981, p.76), que de certa maneira, traz-nos um possível direcionamento:

"É precisamente porque acredito deveras nas potencialidades das pessoas comuns que eu critico a cultura de massas. Porque as massas não são pessoas, não são O Homem da Rua ou O Homem Médio, nem sequer aquela ficção da condescendência liberal, O Homem Comum. As massas são, antes, o homem-como-não-homem, isto é, o homem em uma relação especial com os outros homens que o impossibilita de funcionar como homem (sendo uma das funções humanas a criação e a fruição de obras de arte). O homem-massa, conforme eu uso o termo, é uma construção teórica, um limite extremo para o qual estamos sendo empurrados, mas que nunca alcançaremos. Pois ser totalmente um homem-massa significaria não ter vida íntima, nem desejos, nem passatempos, nem aspirações, nem aversões pessoais que não fossem partilháveis por qualquer outra pessoa. Ser alguém cuja conduta fosse inteiramente predizível, como uma peça de cavalo-de-pedra: assim, finalmente, os sociólogos poderiam fazer os seus quadros sem o receio de errar."

Sendo assim, torna-se necessário, que nos permitamos acreditar no potencial do ser humano, e na possibilidade de que a Cultura de Massa (conduzida por "seus senhores" e suas manobras), embora tão arraigada no seio da sociedade, não tenha êxito a ponto de eternizar-se no papel de elemento indutor e manipulador da mesma. Quem sabe, se a partir do despertar da consciência, não se poderá chegar ao despertar da "massa", e conseqüentemente, à sua superação?

Referências Bibliográficas

- BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular: leituras operárias**. Petrópolis: Vozes, 1981. 188p.
- LAZARSFELD, Paul.; MERTON, Robert K. Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada. In: ROSENBERG, Bernard.; WHITE, David M. (Orgs). **Cultura de massa**. São Paulo: Cultrix, 1973. p.527-545.
- MACDONALD, Dwight. Uma teoria da cultura de massa. In: ROSENBERG, Bernard., WHITE, David M. (Org.). **Cultura de massa**. São Paulo: Cultrix, 1973. p.77-93
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. Rio de Janeiro, Forense, 1967. p. 206.
- ORTEGA y GASSET, José. A chegada das massas. In: ROSENBERG, Bernard., WHITE, David M. (Orgs). **Cultura de massa**. São Paulo: Cultrix, 1973. p.57-62.

