
A imaturidade da cultura brasileira: até que ponto pode chegar o desejo de consumo?

Para a sociedade, qual seria a definição de cultura? Por que o capitalismo transformou a cultura em mercadoria cultural? Nossa sociedade vende cultura todos os dias, somos alvos de manipulação pelas fantásticas ofertas feitas pelas empresas, instituições e organizações. Vivemos em uma era onde a expressão, o prazer pela arte, pela fome de criação, já não existem mais. O que existe é a arte original em uma versão sem exclusividade, sem criatividade, são apenas protótipos fictícios ou reais que existem para termos cada vez mais uma personalidade infantil, que vive para satisfazer o seu desejo, definido como consumo. Tudo isso foi criado para agradar o consumidor. É feito de tudo para que ele não pense muito menos se expresse. A Indústria Cultural tem como objetivo moldar a personalidade de cada cliente. Tem como objetivo comprar a sua audiência.

Qual seria a relação da Indústria Cultural com os meios de comunicação? Os meios de comunicação são as principais ferramentas para divulgação desta produção de cobiça, pois aqueles que a utilizam, veneram, desejam, incondicionalmente, até mesmo, irracionalmente, a vida perfeita criada por uma publicidade, tendo como definição a criação de mercadoria fictícia que satisfaz o desejo do consumidor, sendo esta a maior droga criada pelo homem, é a Cultura de Massa, ela existe para os entretenimentos que atingem a maior parte da população, independente de classe social, para consolidar seres humanos cada vez mais inanes. Pessoas que vivem a vida de personagens surreais. O mais famoso dos empresários da indústria cultural é a Globo, afinal, por ser um canal difusor, faz parte deste ramo. As novelas apresentadas representam características da nossa Cultura, essas mesmas são as máscaras, as representações fantasiosas da nossa realidade.

Como indicação, o texto “Indústria Cultural e Cultura de Massa” de Marilena Chauí, a autora defende as obras de arte e os pensamentos,

afirmando poder existir uma democratização entre os meios de comunicação atuais, para destruir a exclusão que muitos possuem, perante, a arte e o pensamento, afinal, todos teriam acesso a eles, podendo incluir, concretizar, manifestar, em suas vidas. A arte existe para ser visualizado ser criada e contemplada. Porém, por causa dos efeitos da massificação a arte transformou-se em mercadoria artesanal.

Numa era superficial onde os jovens pouco veneram seus antepassados, a cultura tornou-se estrangeira, implantada até mesmo na língua portuguesa. Filmes, comidas, roupas, são objetos pertencentes a outro país, trazidos com o intuito de massificar a cultura Brasileira. São rastros que provam que atualmente os jovens preferem passear na Disney a conhecer o parque Ibirapuera, alegando que o país estrangeiro é muito melhor que sua própria nação. Perdemos nossas raízes quando as famílias deram acesso a desejos concretizados nas mentes das crianças. Perdemos o direito de dizer que temos cultura. Onde está o Folclore nacional? Quando foi que deixaram de assistirem os desenhos educativos da “TV Cultura”, para retardar o crescimento cerebral das crianças assistindo “Discovery Kids”? E a nossa cultura? Porque não criamos, veneramos, idolatramos nossas raízes, até mesmo nossa cultura musical tornou-se pop, tornou-se um ritmo mascarado pela introdução de fragmentos de outras culturas musicais, hoje, não existem bandas com letras expressivas, não existem jovens que lutam e agarram seus direitos. ¹ Uma pesquisa realizada em 16 países indica que os jovens entre 14 e 24 anos no Brasil são os que têm o maior número de “amigos virtuais”, isso comprova que, o que existem são jovens atrofiados pela beleza da era digital, são jovens viciados por mídias sociais, jovens que não iram criar raízes fortes e exclusivas para futuras gerações.

A influência é tão grande que até mesmo nossa política tornou-se alvo de meio de publicidade. O famoso comercial eleitoral existe como uma forma de fazer publicidade de seu partido, de forma psicodélica esses intervalos da

¹ Pesquisa realizada pela MTV Networks (que inclui os canais de televisão MTV e Nickelodeon) e pela Microsoft, avaliou o papel que a tecnologia tem na vida de 18 mil jovens de 14 a 24 anos.

eleição fazem o eleitor de alguma forma ser manipulado pelas falsas esperanças de um governo benéfico. Essa transformação cria seres humanos apáticos, por pura influência sobre opiniões falsas faz dos eleitores, meras vítimas de seus próprios erros. Afinal de contas, quem está certo em tomar essas decisões? Será mesmo que a sociedade atual tem um forte conhecimento sobre a política de seu país, a ponto de estar certo de que o candidato é o certo? Além da corrupção do país, os candidatos compram nossos votos pela publicidade e propaganda. Isso deve a falta de personalidade do povo. A falta de perspectiva resulta em uma progressão congelada pelos fragmentos deixados pela massificação industrial.

O cinema em seu objetivo principal e original tinha como objetivo expressar uma nova arte, uma novidade tão única e claramente exclusiva, logo depois da fotografia, obtivemos em nossa história um marco muito grande. Porém com efeitos do popular capitalismo e seus excêntricos valores para consumo, hoje o cinema deixou de lado sua prioridade. Muitas vezes a indústria cultural se infiltra na tela dos cinemas, trazendo novidades com suas propagandas. O Cinemark é um grande exemplo, que podemos citar para levarmos em conta como é a publicidade de seu negócio. Mas a arte ainda está presente sim, nas redes dos cinemas. Por meio artístico tecnológico, podemos ver a arte se transformar em espaços dimensionais quase perfeitos. São os famosos desenhos e filmes em 3D. Hoje a arte não é apenas um meio de expressão, mas sim, um meio para comércio. Quanto maior for a qualidade do filme, maior será o futuro desejo de comprar o produto futuramente, quando for convertido em DVD. Dentro desta massificação até os próprios atores se transformaram em produtos massificados. Um exemplo a citar, são os famosos filmes da Saga Crepúsculo. Atualmente expandiu-se pelo mundo levando uma história a romântica. Hoje os atores se transformaram em objetos, como bonecos, cobertores com estampas de seus rostos, os próprios atores se transformaram em objeto a ser consumido. A popularidade leva ao consumo.