

A mistificação das massas: os operadores da indústria cultural na obra de Adorno e Horkheimer¹

Bruno Ribeiro NASCIMENTO²

Resumo

Após ter circulado entre um pequeno grupo de amigos em 1944 sob o título *Fragmentos Filosóficos*, Theodor Adorno e Max Horkheimer publicam em 1947 o livro *Dialética do Esclarecimento*. A obra tratava de temas que ainda hoje são atuais e relevantes para a sociedade como a devastação da natureza pelo homem, a opressão das mulheres, o racismo, o antissemitismo e o uso político dos meios de comunicação de massa. Neste artigo, descreveremos os cinco procedimentos típicos da indústria cultural encontrados no capítulo *Indústria cultural – o iluminismo como mistificação das massas*, denominados por Rodrigo Duarte como “operadores da indústria cultural”. Também analisaremos brevemente o contexto histórico das críticas de Adorno e Horkheimer, bem o conceito e as características do termo indústria cultural na obra dos dois pensadores alemães.

Palavras-chave: Indústria cultural. Dialética do esclarecimento. Adorno. Teoria crítica

Introdução

Em 1784, um jornal questionou Immanuel Kant sobre a definição do termo *Esclarecimento*. A resposta do filósofo alemão tornou-se famosa: “Esclarecimento é a emersão do ser humano de sua autoimposta minoridade. Minoridade é a incapacidade de fazer uso do próprio entendimento sem a orientação de outro” (KANT *apud* THOMSON, 2010, p. 134). A resposta otimista de Kant demonstra sua confiança no poder da razão de libertar a humanidade da superstição, concedendo ao homem, em um futuro próximo, a autonomia racional que as possibilidades de juízo estéticos e morais provam existir. Ou seja, ele demonstrava uma fé no Esclarecimento e na libertação progressiva do homem frente à superstição. Não apenas seríamos seres livres e distintos, como também poderíamos construir uma sociedade capaz de permitir uma vida justa e de realizações individuais. “A modernidade

¹ Esse artigo é uma versão resumida e parcialmente modificada de um trecho do capítulo um da monografia *Além dos Apocalípticos e Integrados: análise de discurso da Turma da Mônica*, defendida em junho de 2011 na UFPB (Universidade Federal da Paraíba) sob a orientação do professor Victor Braga.

² Graduado em Comunicação Social – Rádio e TV da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: rn.brunno@gmail.com.

concedeu um projeto coletivo cujo sentido original era libertar o homem das autoridades míticas e das opressões sociais, ao postular sua capacidade de autodeterminação” (RÜDIGER, 2007, p. 133). Um século e meio depois, os também filósofos Theodor Adorno e Max Horkheimer não compartilhavam do otimismo do seu conterrâneo germânico. Para eles, a história vinha mostrando que esse tipo de pensamento era ingênuo e não condizente com a realidade. Afinal, os progressos econômicos, científicos e tecnológicos criaram novas sujeições e patologias culturais que vitimavam amplas camadas da sociedade. Segundo estes pensadores, a indústria cultural seria uma prova disso.

O termo “Indústria Cultural” foi escolhido a dedo por Adorno e Horkheimer pela primeira vez no ensaio *Dialética do Esclarecimento*, escrita em 1942, mas publicado somente em 1947 (SELIGMAN-SILVA, 2003). A utilização dessa expressão tinha como objetivo substituir outro conceito: cultura de massa. Para os autores, ao utilizar esse último termo a fim de designar os produtos culturais que a sociedade capitalista fazia uso, poderia gerar a impressão de que os fenômenos culturais dessa sociedade haviam surgido direta e espontaneamente das massas³:

Em nossos esboços tratava-se do problema da cultura de massa. Abandonamos essa última expressão para substituí-la por ‘Indústria Cultural’ a fim de excluir de antemão a interpretação que agrada aos advogados da coisa; esses pretendem, com efeito, que se trate de algo como uma cultura surgindo espontaneamente das próprias massas, em suma, de forma contemporânea da arte popular. (ADORNO, 1987a, p. 286).

De acordo com Adorno, o termo Indústria Cultural seria um apelido para designar uma situação que estava ocorrendo na sociedade capitalista: a arte, cuja autonomia e poder crítico derivam de sua oposição à sociedade, poderia não mais ser possível, já que provou ser facilmente assimilável pelo mundo comercial (THOMSON, 2010). Em outras palavras, a máquina capitalista de reprodução e distribuição da cultura estaria apagando aos poucos tanto a arte erudita quanto a arte popular. Isso porque o valor crítico dessas duas formas artísticas é neutralizado por não permitir a participação intelectual dos seus espectadores. A arte é tratada

³ O termo *massa* será definido ao longo desse artigo com o sentido cunhado pela ciência política e a sociologia do começo do século XX e utilizada por estudiosos como Adorno e Horkheimer: “um grandíssimo número de indivíduos, todos da mesma natureza, isto é, homogêneos e compondo um bloco no qual se apagam diferenças e demarcações. A ideia assim veiculada não corresponde à realidade sócio-econômica e política apresentada pelas sociedades, grupos, coletividades. Faria parte dela um grande número de pessoas coesas, homogêneas” (PUTERMAN, 1994, p. 37). Entretanto, existem sérios problemas conceituais e metodológicos que esse tipo de definição trás consigo. Paulo Puterman (1994, p. 19 e 20) afirma que “a noção de massa apagava toda a existência de diferenciação no interior das coletividades, como se não houvesse divisões, em camadas sociais, em grupos étnicos, em setores sócio-profissionais, em variação de instrução, em distinção de gênero”.

simplesmente como objeto de mercadoria, estando sujeita as leis de oferta e procura do mercado. Ela estaria encorajando, assim, uma visão passiva e acrítica do mundo ao dar ao público apenas o que ele quer, desencorajando o esforço pessoal pela posse de uma nova experiência estética (ECO, 1998). As pessoas procurariam apenas o conhecido, o velho, o já experimentado. Por outro lado, essa indústria prejudicaria também a arte séria, neutralizando sua crítica à sociedade. O fato das músicas de Beethoven ou dos quadros de Rafael serem vendidos pela indústria cultural como mero produtos a serem consumido faz com que essas obras percam seu valor contestatório.

Diante da absorção da arte burguesa – cujos valores devem derivar de sua postura crítica independente para com a sociedade – e da cultura popular genuinamente espontânea pelos processos de produção, distribuição e recepção, dominados pelos princípios comerciais da troca, a arte pode não mais ser possível (THOMSON, 2010, p. 70 e 71).

A indústria cultural surgiu como fenômeno da industrialização. O desenvolvimento industrial ocorrido na metade do século XIX produziu alterações tanto no modo de produção quanto na forma de trabalho humano. Aqui, é importante mencionar que o fenômeno industrial aplicou aos produtos da indústria cultural alguns traços em vigor na produção econômica em geral. De acordo com Teixeira Coelho (1996), o uso crescente da máquina, a submissão do ritmo de trabalho humano ao ritmo da máquina, a exploração do trabalhador e a divisão do trabalho são características da sociedade capitalista liberal que foram aplicadas as artes nesse período. Dois desses traços merecem uma atenção especial ao se estudar a indústria cultural: a reificação e a alienação. A primeira característica está relacionada à transformação do homem ou de qualquer idéia em *coisa* – coisificação. Ou seja, o padrão de avaliação dessa sociedade é a coisa, o bem, o produto. “Tudo é julgado como coisa, portanto, tudo se transforma em coisa – inclusive o homem” (COELHO, 1996, p. 11). E é justamente por esse homem ser um homem *reificado* – transformado em coisa – que ele se torna um homem alienado.

[Esse homem é] alienado do seu trabalho, que é trocado por um valor em moeda inferior às forças de trabalho por ele gasta; alienado do produto do seu trabalho, que ele mesmo não pode comprar, pois seu trabalho não é remunerado a altura do que ele mesmo produz; alienado, enfim, em relação a tudo, alienado de seus projetos, da vida do país, de sua própria vida, uma vez que não dispõe de tempo livre, nem de instrumentos teóricos capazes de permitir-lhe a crítica de si mesmo e da sociedade. (COELHO, 1996, p. 11)

Por isso, a cultura – que passa a ser produzida em série, industrialmente e para um grande número de pessoas – não é mais um instrumento de livre expressão, crítica e conhecimento, mas um mero produto trocável por dinheiro, que é consumida como qualquer outra coisa. “A expressão [indústria cultural] designa uma prática social, através da qual a produção cultural e intelectual passa a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado” (RÜDIGER, 2007, p. 138). Além disso, esses produtos são fabricados de acordo com as normas gerais em vigor e com o gosto médio de um público que não tem tempo de questionar o que consome. Para Adorno e Horkheimer, esse público apenas utiliza os produtos da indústria cultural como uma espécie de fuga, a fim de divertir-se e estar de volta ao trabalho no dia seguinte, o que faz dessa indústria o instrumento ideal para alienação.

A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada pelos que querem se subtrair aos processos de trabalho mecanizado, para que estejam de novo em condições de enfrentá-lo. (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 30)

Em suma, Adorno e Horkheimer afirmavam que o termo indústria cultural era aplicado ao recente fenômeno da produção de cultura em massa, que era regulado por agências do capitalismo monopolista e organizado em moldes industriais semelhantes ao do ramo tradicional da economia (DUARTE, 2010). Essa indústria estaria a serviço de uma ideologia que tinha dois principais objetivos: ganhar dinheiro com seus produtos e adaptar os seus consumidores à nova ordem imposta pelo capitalismo liberal.

O iluminismo como mistificação das massas

A obra *Dialética do Esclarecimento* foi concebida como uma introdução a uma teoria geral da história e da sociedade. No ensaio, Adorno e Horkheimer tratavam de temas que ainda hoje são atuais e relevantes para a sociedade como a devastação da natureza pelo homem, a opressão das mulheres, o racismo, o antissemitismo⁴ e o uso político dos meios de comunicação de massa.

Sua idéia nucleadora [...] é a de que o processo civilizatório, no qual o homem aprendeu progressivamente a controlar a natureza em seu próprio benefício, acaba revertendo-se no seu contrário – na mais crassa barbárie -,

⁴ Na obra de Adorno e Horkheimer, o conceito de antissemitismo ia além da milenar discriminação dos judeus. Eles entendiam o termo como uma disposição subjetiva (na maioria das vezes inconsciente) dos indivíduos em acatar acriticamente os ditames do capitalismo tardio em sua versão autoritária. As vítimas desse tipo de preconceito poderiam se intercambiar segundo a conjuntura: judeus, protestantes, católicos, entre outros.

em virtude da unilateralidade com que foi conduzido desde a idade da pedra até nossos dias (DUARTE, 2002, p. 8).

Um primeiro ponto que chamava atenção de Adorno e Horkheimer era o quanto o entretenimento havia se tornado central na vida dos trabalhadores tanto nos Estados Unidos quanto na Europa. Eles estavam muito impressionados com o desenvolvimento das indústrias fonográficas e do cinema. Para os dois filósofos alemães, era sintomático o fato de que o momento de consolidação da indústria cultural, com o funcionamento dos grandes estúdios em Hollywood, seja também o da ascensão do totalitarismo na Europa. Nesse sentido, a indústria cultural e o totalitarismo eram apenas duas versões do mesmo movimento histórico que produziu a fase monopolista do capitalismo no seu primeiro movimento de mundialização (DUARTE, 2010).

Muito do que os dois filósofos alemães escreveram estava concatenada com o contexto histórico em que estavam vivendo. Na Europa, Adorno e Horkheimer viram a barbárie nazista que perseguiu os judeus e os intelectuais da Escola de Frankfurt. Ao se refugiarem nos Estados Unidos, os pensadores notaram que apesar de se ter um regime formalmente democrático, havia também naquele país tendências totalitárias, só que de forma velada (RÜDIGER, 2007). Segundo os dois pensadores, a população é mobilizada a se engajar nas tarefas de manutenção do sistema econômico e social vigente. Essa mobilização se dá através do consumo estético massificado que é articulado pela indústria cultural. Nesse sentido, Adorno, Horkheimer e os outros críticos dessa cultura afirmavam que a indústria cultural tem duas funções principais.

A primeira seria a de narcotizante, obtida através da ênfase do divertimento em seus produtos (COELHO, 1996). Os produtos da indústria cultural fazem as pessoas procurarem apenas diversão a fim de esquecer e mascarar uma realidade intolerável. Isso faria com que seus produtos atingissem apenas o nível superficial de nossa atenção (ECO, 1998). Essa primeira função é a ponte para a segunda: uma vez que os produtos dessa indústria fazem com que as pessoas desviem a atenção para a realidade injusta em que vivem através da diversão, a indústria cultural seria a responsável por manter as normas sociais vigentes, repetidas até a exaustão e sem discussão, promovendo assim o conformismo social (COELHO, 1996). Por fim, essas duas funções juntas trazem uma séria de conseqüências sociais para a sociedade que “consume” seus produtos:

A indústria cultural fabrica produtos a fim de serem trocados por moeda; promove a deturpação e a degradação do gosto popular; simplifica ao

máximo seus produtos, de modo a obter uma atitude sempre passiva do consumidor; assume uma atitude paternalista, dirigindo o consumidor ao invés de colocar-se a sua disposição (COELHO, 1996, p. 23).

É importante lembrar que enquanto a sociologia funcionalista norte americana concebia os novos meios de comunicação como uma nova ferramentas das democracias modernas (A. e M. MATTELART, 1999), Adorno e Horkheimer viam a produção de cultura cada vez mais como simples mercadorias, degradando assim o papel contestatório e filosófico das artes e da cultura. “Segundo a lógica da indústria cultural, todo e qualquer produto cultural [...] não passa de uma mercadoria submetida às mesmas leis de produção capitalista que incidem sobre quaisquer outros produtos industrializados” (SANTAELLA, 2001, p. 39).

Essa mercantilização da cultura tornaria praticamente impossível a consolidação da democracia. De acordo com Adorno, a verdadeira democracia só pode surgir por meio da autonomia dos membros individuais de uma sociedade. “Uma autonomia que não é imposta de cima, mas apenas desenvolvida pela educação. Isso exige um compromisso às injunções que deixam de promover tal autonomia e encorajar o tipo de pensamento autoreflexivo que Adorno recomenda” (THOMSON, 2010, p. 49). A forte crítica de Adorno a indústria cultural se dá pelo fato dessa indústria impedir o desenvolvimento de indivíduos autônomos, independentes, que julgam decidam por si mesmos.

No livro *Dialética do Esclarecimento*, o segundo ensaio principal é denominado *A indústria cultural – o iluminismo como mistificação das massas*. Apesar de ter sido escrito na década de 1940, as principais características da indústria cultural apontadas no texto por Adorno e Horkheimer resumem bem as críticas feitas a essa indústria nos anos seguintes. Segundo Rodrigo Duarte (2010, p. 10), o que denominaremos nesse trabalho como *operadores* são os “procedimentos típicos da indústria cultural”. Em outras palavras, as principais características que fazem funcionar a indústria cultural e que foram inicialmente criticadas pelos dois filósofos alemães. Apesar das várias e úteis revisões aplicadas ao trabalho da Escola de Frankfurt em geral e as obras de Adorno e Horkheimer em particular⁵, é interessante notar como alguns dos elementos fundamentais da indústria cultural foram preservados, tomando sempre o cuidado de averiguar em que medida um ou outro aspecto da situação foi alterada. É importante novamente destacar que tanto o termo indústria cultural quanto as críticas aplicadas a seus produtos estavam intimamente relacionadas ao contexto histórico em que os dois pensadores alemães viviam: a utilização do rádio, do cinema e dos

⁵ Entre os vários trabalhos nesse sentido, poderíamos citar três: *Origem e significado da Escola de Frankfurt* (P. Slater), *O Mito da Cultura de Massa* (Alan Swingewood) e *Ideologia e Cultura Moderna* (John Thompson).

jornais pelo nazismo, a perseguição da Escola de Frankfurt e o suicídio de Walter Benjamin quando tentava fugir das tropas de Hitler. “Provavelmente, em outro contexto histórico, ela [crítica] seria mais ‘clássica’ e menos contundente” (DUARTE, 2010, p. 38).

Todavia, convém lembrar que esses cinco operadores da indústria cultural têm como pressuposto uma comparação dos produtos típicos da cultura industrializada com as obras de arte que são consideradas autônomas e autênticas. Para Adorno e Horkheimer, embora essa arte nobre seja de origem burguesa, a forma e o cuidado com que foram elaboradas exprimem o anseio por liberdade da humanidade como um todo, e não apenas a burguesia (DUARTE, 2010). Essa característica contrasta a mercadoria cultural, cujo objetivo é apenas satisfazer as massas por entretenimento, enquanto gera lucro aos seus investidores e ajuda a manter a atual ordem social que é injusta e excludente.

Manipulação retroativa

O texto dos dois filósofos alemães inicia constatando que o declínio da religião não levou aos caos cultural, uma vez que o cinema, o rádio e as revistas conseguiram assumir o papel que antes pertencia ao campo místico (ADORNO e HORKHEIMER, 2002). De acordo com eles, o indivíduo e o todo parece se encontrar reconciliado. No entanto, o que acontece na realidade é que esse sujeito apenas é usado por um poderoso sistema que tanto objetiva gerar lucros quanto exercer algum tipo de controle social (DUARTE, 2002). Os produtos culturais passaram a seguir o mesmo esquema de organização e planejamento administrativo encontrado na fabricação de automóveis. “A indústria cultural fornece por toda a parte bens padronizados para satisfazer às numerosas demandas, identificadas como distinções às quais os padrões da produção devem responder” (A. e M. MATTELART, 1999, p. 76).

Diante disso, Adorno e Horkheimer apontaram no texto o primeiro operador – ou característica – da indústria cultural: à baixa qualidade das mercadorias culturais produzidas (DUARTE, 2010). Os produtos dessa indústria têm um baixíssimo nível tanto de forma quanto de conteúdo. E isso acontece porque os produtores que estão por trás desses produtos oferecem ao público exatamente o que eles desejam, só que com algumas ressalvas.

Os clichês seriam causados pelas necessidades dos consumidores: por isso seriam aceitos sem oposição. Na realidade, é por causa desse círculo de manipulação e necessidades derivadas que a unidade do sistema torna-se cada vez mais impermeável. O que não se diz é que o ambiente em que a técnica adquire tanto poder sobre a sociedade encarna o próprio poder dos

economicamente mais fortes sobre a mesma sociedade (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 9).

Dessa forma, ao atender a demanda das massas, a indústria cultural imporia determinados padrões, tanto de consumo quanto de comportamento moral e político (DUARTE, 2010). A arte seria totalmente integrada ao sistema. Para Adorno e Horkheimer, a indústria cultural atende a necessidade e o querer do público, apenas na medida em que os legítimos anseios dessa indústria sejam satisfeitos, isso é, a lucratividade e o controle social (DUARTE, 2002). Essa indústria teria, assim, o papel de narcotizante, como vimos acima.

Adorno já havia tratado sobre isso quando analisou o jazz. Ao fazer um exame exclusivamente psicossocial do fenômeno – rejeitando qualquer julgamento estético – o filósofo alemão afastou com desprezo qualquer pretensão do jazz exprimir algum tipo de liberdade. Para ele, sua função social primordial seria a de reduzir a distância entre o indivíduo alienado e a cultura afirmativa. Por cultura afirmativa, segundo ele, se entendia aquele tipo de cultura que favorecia não o que deveria afirmar – como a resistência, por exemplo – mas a integração ao *status quo*. Adorno chamou esse fenômeno de felicidade fraudulenta ou arte afirmativa (A. e M. MATTELART, 1999). Enquetes, pesquisas de opinião pública, métodos estatísticos, entre outros procedimentos são aplicados aos produtos da indústria cultural a fim de proporcionarem resultados mais precisos. Assim, se faz um produto para os mais diversos públicos a fim de que ninguém escape.

As diferenças vêm cunhadas e difundidas artificialmente. O fato de oferecer ao público uma hierarquia de qualidade em série serve somente à quantificação mais completa, cada um deve se comportar, por assim dizer, espontaneamente, segundo seu nível, determinado a *priori* por índices estatísticos, e dirigir-se à categoria de produtos de massa que foi preparada para o seu tipo (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 11).

Apesar de por um lado parecer ser positivo o fato dos produtores da indústria cultural procurar o público a fim de saber o que eles querem, Adorno e Horkheimer advertiram que nessa pequena satisfação havia embutido atos de violência, advindos com a preocupação dessa indústria por questões econômicas e ideológicas. Se por um lado os magnatas dão ao público o que eles querem, por outro lado eles estão comprometidos com as duas principais funções dos produtos dessa indústria: precisam lucrar e ao mesmo tempo garantir a apatia das massas diante da situação precária e injusta que elas se encontram dentro do capitalismo.

Em toda a arte existe a tendência a apresentar uma reconciliação entre o indivíduo e o mundo, o particular e o universal. O estilo encarna essa tendência, enquanto instituidor de unidade entre as obras. Adorno, porém,

nota que a grande arte, do passado e das vanguardas, mantém relação de tensão com o estilo [...]. O contrário ocorre na arte da indústria cultural, em que imperam a serialização e a imitação [...]. A indústria cultural manifesta-se como fator de integração social. O imperativo da indústria cultural reza: ‘Deves submeter-te’ – mas, acrescenta Adorno, ‘sem indicar a quê’. Ela gera indivíduos submissos e conformados, impedindo o desenvolvimento de pessoas autônomas, capazes de refletir e criticar (SELIGMAN-SILVA, 2003, p. 69 e 70).

Usurpação do esquematismo

Depois de falar sobre a baixa qualidade dos produtos da indústria cultural no texto, Adorno e Horkheimer apontam o segundo operador dessa cultura industrializada, a saber, o esquematismo. Esquematismo é um termo usado pelo filósofo alemão Immanuel Kant a fim de designar “o processo mental de referirmos nossas percepções sensíveis a conceitos fundamentais, que ele chamava de ‘categorias’” (DUARTE, 2002, p. 39). Para os dois filósofos da Escola de Frankfurt, a indústria cultural adquiriu um enorme poder de influenciar a forma como percebemos o mundo a nossa volta. Isso aconteceu porque os produtos dessa indústria são criados de modo a decompor o que podemos aprender em suas partes simples e as rearranja de um modo que podemos perceber melhor. Para eles, o filme sonoro, por exemplo, é capaz de criar a ilusão de um mundo que não é o que nossa consciência crítica poderia perceber. Mas é um mundo que interessa ao sistema econômico e político no qual está inserida a indústria cultural (DUARTE, 2002).

A tarefa que o esquematismo kantiano ainda atribuía aos sujeitos, a de, antecipadamente, referir a multiplicidade sensível aos conceitos fundamentais, é tomado do sujeito pela indústria. Esta realiza o esquematismo como um primeiro serviço ao cliente. Na alma agia, segundo Kant, um mecanismo secreto que já preparava os dados imediatos de modo que se adaptassem ao esquema da pura razão. Hoje, o enigma está revelado. Mesmo se a planificação do mecanismo por parte daqueles que manipulam os dados da indústria cultural seja imposta em virtude da própria força de uma sociedade que, não obstante toda racionalização, se mantém irracional, essa tendência fatal, passado pelas agências da indústria, transforma-se na intencionalidade astuta da própria indústria. Para o consumidor, não há mais nada a classificar que o esquematismo de produção já não tenha antecipadamente classificado. A arte sem sonho produzida para o povo realiza aquele idealismo sonhador que parecia exagerado ao idealismo crítico. Tudo advém da consciência: em Malebranche e em Berkeley era a consciência de Deus; na arte de massas, a da terrena diretoria de produção (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 13 e 14).

Além de modificar a forma como vemos o mundo, esse esquematismo também gera uma previsibilidade em todos os seus produtos. Os artigos da indústria cultural são todos padronizados a fim de que o público fique tanto sujeito aos mesmos processos culturais quanto ao *status quo*. Essa uniformidade e padronização objetivam controlar psicologicamente as pessoas que consomem seus produtos, uma vez que esse tipo de previsibilidade tira a possibilidade dos indivíduos pensarem o mundo e usufruírem de outras formas culturais originais e espontâneas.

Desde o começo é possível perceber como terminará um filme, quem será recompensando, punido ou esquecido; para não falar da música leve em que o ouvido acostumado consegue, desde os primeiros acordes, adivinhar a continuação e sentir-se feliz quando ela ocorre (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 14).

Além de difundir para as pessoas um tipo particular de cultura homogênea, os críticos da indústria cultural afirmam que ela “destrói as características culturais próprias de cada grupo étnico” (ECO, 1998, p. 40). Esse público atingido por essa cultura industrializada não manifesta exigências contra essa massificada. Antes, apenas sofre esse tipo de violência psicológica sem saber que as sofre. E essa padronização traz consigo uma das principais conseqüências e uma das grandes preocupações de Adorno com referência a indústria cultural: “a perda de uma faculdade criadora que [ele] acreditava existir em épocas passadas” (PUTERMAN, 1994, p. 17). Essa segunda característica leva ao terceiro operador da indústria cultural: a domesticação do estilo.

Domesticação do estilo

A fim de entender esse conceito na obra, é importante relembrar que “Adorno e Horkheimer acreditavam que, em sociedades antigas, as artes nasciam espontaneamente do povo; na sociedade dominada pela organização empresarial de grande porte, apaga-se essa forma de criar” (PUTERMAN, 1994, p. 16). Por isso, os autores acreditavam que na arte autêntica, havia uma reconciliação entre o seu todo e os elementos particulares. Por todo se entende o universal, a totalidade do mundo administrado; já por particular se entende o indivíduo. A arte industrializada elimina essa reconciliação, existindo apenas uma falsa identidade entre o universal e o particular. “Na arte autêntica, os detalhes adquiriram um valor posicional que não foi mais respeitado pela fabricação em série de mercadorias culturais” (DUARTE, 2010, p. 54).

A indústria cultura se resolveu com a primazia dos efeitos, da performance tangível, do particular técnico sobre a obra, que outrora trazia a idéia e com esta foi liquidada. O particular, ao emancipar-se, tornara-se rebelde, e se erigira, desde o Romantismo até o Expressionismo, como expressão autônoma, como revolta contra a organização. O simples efeito harmônico tinha cancelado na música a consciência da totalidade formal; na pintura, a cor particular tornou-se mais importante que a composição do quadro; o vigor psicológico obliterou a arquitetura do romance. A tudo isso a indústria cultura pôs fim (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 14 e 15).

A partir desse ponto, Adorno e Horkheimer passam a introduzir a discussão sobre o “estilo”. Na arte industrializada, seus produtores primam em aplicar nos seus produtos clichês prontos a fim de impor um único modo de leitura. Já na arte autônoma, não existia essa forte coerção na leitura dos seus produtos, apesar de haver um desejo para que o estilo fosse universalizado. A indústria cultural não apenas tem esse desejo como também aplica nos produtos. “A tradução que a tudo estereotipa – inclusive o que ainda não foi pensado – no esquema da reprodutibilidade mecânica, supera em rigor e validade qualquer estilo verdadeiro” (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 17).

Os dois pensadores da Escola de Frankfurt ressaltavam no texto que os programas de rádio e os filmes sonoros estão intimamente ligados ao conjunto da sociedade. Essa ligação tem um único objetivo: pressionar o homem para que não se de conta de que é escravo dessa sociedade. Antes, havia uma relação entre o universal e o particular, as pessoas e as obras de arte. Daí que a arte conseguia ser libertadora, exprimir os sentimentos das pessoas. A indústria cultural pôs fim a tudo isso quando domesticou e padronizou o estilo. O que existe agora é uma identidade falsa, uma relação falsa, padronizada. E o objetivo dessa padronização é alcançar os dois principais objetivos dessa indústria: lucro e manutenção ideológica ao *status quo*. “Só reconhecendo os efeitos, ela [indústria cultural] despedaça a sua insubordinação e os sujeita à fórmula que tomou lugar da obra. Molda da mesma maneira o todo e as partes” (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 15).

Despotencialização do trágico

O penúltimo operador da indústria cultural apontado na obra de Adorno e Horkheimer está ligado à questão do trágico dentro dos produtos. Mas antes de analisar esse operador, convém focar dois temas relacionados. O primeiro é a catarse.

De acordo com Aristóteles, a tragédia grega, ao suscitar terror e piedade, tem por efeito à purificação dessas emoções. “É a tragédia a representação de uma ação grave, de alguma extensão e completa, em linguagem exornada, cada parte com o seu atavio adequado, com atores agindo, não narrando, a qual, inspirando pena e temor, opera a catarse própria dessas emoções” (ARISTÓTELES, HORÁCIO e LONGINO, 2005, p. 24). Dessa forma, a catarse produziria uma espécie de purgação – ou purificação – através das emoções. No âmbito da cultura de massa, a catarse está associada à intensificação do “valor de uso”. Em outras palavras, esta relacionada à “capacidade de, mediante estímulos cada vez mais feéricos, produzir uma espécie de purgação” (DUARTE, 2010, p. 56).

Para Adorno e Horkheimer, o significado de catarse está ligado ao modo como a indústria cultura enfoca a sexualidade, o prazer e o divertimento. Se na tragédia grega a catarse dependia da provocação do “temor e compaixão” no espectador, na indústria cultural ela ocorre como uma espécie de higiene espiritual pura e simples. Se para Aristóteles a verdadeira tragédia autêntica conseguia produzir a catarse, para os filósofos alemães não há mais individualidades fortes, com os quais o espectador se identifica. “A purificação das paixões agora é realizada pela diversão, perdendo a dimensão libertadora que era marca registrada da catarse na tragédia grega” (DUARTE, 2002, p. 42). Em suma, se por um lado a cultura industrializada diverte, por outro lado ela o faz na medida em que apaga o sofrimento cobrado para o funcionamento da sociedade.

A fusão atual da cultura e do entretenimento não se realiza apenas como depravação daquela, mas sim como espiritualização forçada deste (...). A inferioridade, a forma subjetivamente limitada da verdade, sempre foi, mais do que se imagina, sujeita aos padrões externos. A indústria cultura reduz a mentira patente. Escuta-lhe somente como retórica aceita a modo de acréscimo penosamente agradável, nos *Best Sellers*, religiosos, nos filmes psicológicos e nos *wolmen serials*. Tal se dá para que ela possa dominar, com maior segurança, na vida, os próprios impulsos humanos. Nesse sentido, a diversão realiza a purificação das paixões, a catarse que já Aristóteles atribuía à tragédia (...). Assim como no estilo, a indústria cultura descobre a verdade mesmo na catarse (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 40 e 41).

Outro tema relacionado com o trágico é o do “ser genérico”. Segundo Rodrigo Duarte, esse termo era usado por Marx para designar o indivíduo que representa de modo privilegiado o gênero ao qual pertence (DUARTE, 2010). Nesse caso, o ser genérico seria o valor exemplar das atitudes assumidas pelo herói, reconciliando assim o indivíduo com a totalidade. Essa reconciliação passa pelo sacrifício da integridade física do herói. Apareceria, assim, o

“temor e a compaixão” no espectador, efetuando a purgação no seu espírito e predispondo-o ao tipo de sociabilidade praticada na Grécia Antiga.

Para Adorno e Horkheimer, a verdadeira catarse era impossível no âmbito da indústria cultural uma vez essa cultura industrializada desqualifica o sujeito e mina as condições para o seu aparecimento e desenvolvimento “Ao mesmo tempo em que a indústria cultural convida a uma identificação ingênua, logo e prontamente ela é desmentida (...). A indústria cultural perfidamente realizou o homem como ser genérico” (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, pág. 42 e 43). Esse ser genérico é resultado de um processo de massificação do indivíduo, não dando oportunidade para a representação do gênero da pessoa. A indústria cultural faz com que as idéias próprias do indivíduo perca totalmente o sentido.

A *starlet* deve simbolizar a empregada, mas de modo que para ela, à diferença da verdadeira, o *manteau* parece feito sob medida. Ela assim não se limita a fixar, para a expectadora, a possibilidade que mesmo ela apareça no filme, porém, com nitidez ainda maior, a distância que a separa disso (...). A perfeita semelhança é a absoluta diferença (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 42 e 43).

Em suma, o trágico fornece a indústria cultural uma “profundidade” que a pura diversão não poderia oferecer. Entretanto, esse trágico é apresentado de um modo completamente deturpado. Enquanto no teatro grego o trágico era usado como símbolo da resistência do herói frente a ameaças míticas, na indústria cultural ela é usada apenas como uma ameaça de destruição de quem não coopera. Como essa cultura acabou com a individualidade – gerando no máximo individualidades fracas –, o trágico foi dissolvido nessa falsa identidade entre sociedade e sujeito. “A pseudo-individualidade é a premissa do controle e da neutralização do trágico” (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 56).

O efeito purificador e catártico foi substituído pela diversão, perdendo a dimensão libertadora que tinha a catarse na tragédia grega. Isso possibilitou a indústria cultural “fazer o que quer da individualidade” (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 57). Os dois pensadores da Escola de Frankfurt afirmavam que essa perda das individualidades fortes daria origem a um sadomasoquismo que é expresso, por exemplo, nas programações infantis, onde as pessoas desde crianças se habitua a ver cenas onde se apanha dos mais fortes e se golpeia os mais fracos. “Pato Donald mostra nos desenhos animados como os infelizes são espancados na realidade, para que os espectadores se habituem com o procedimento” (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 33).

A perda de individualidade faria parte de um processo de dominação ideológica e aprisionamento das consciências a fim de manter o *status quo* e a lucratividade. Há uma grande diferença entre o trágico nos teatros gregos e o trágico na indústria cultural. Enquanto a primeira pressupõe e almeja indivíduos sensíveis a uma situação trágica, o segundo, através do divertimento e do prazer, “congela-se no enfado, pois que, para permanecer prazer, não deve exigir esforço algum, daí que deva caminhar estreitamente no âmbito das associações habituais” (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 31). Com isso, os produtos dessa cultura industrializada anestesiaram o espectador de tal forma que não deixa espaço para qualquer tipo de expressão, individualidade, personalidade. A catarse, que tinha uma função purificadora, é substituída por um tipo de entorpecimento que visa auxiliar na superação das dificuldades.

O princípio básico consiste em lhe apresentar tanto as necessidades como tais, que podem ser satisfeitas pela indústria cultural, quanto por outro lado organizar antecipadamente essas necessidades de modo que o consumidor a elas se prenda, sempre e apenas como eterno consumidor, como objeto da indústria cultural (...). A indústria cultural fornece como paraíso a mesma vida cotidiana (...). O divertimento promove a resignação que nele procura se esquecer (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 37 e 38).

Existe, assim, uma relação parasitária entre a indústria cultural e a arte autêntica. Aquela, além de despotencializar o sofrimento e a personalidade do indivíduo, preenche esse espaço em branco – antes pertencente à arte – com uma caricatura da tragédia. A falsa identidade do sujeito, que foi dada pelos produtos da indústria cultural, liquidou o trágico e possibilitou aos indivíduos se reintegrarem completamente ao universal.

Fetichismo das mercadorias culturais

Por fim, Rodrigo Duarte (2010) enumera o último operador da indústria cultural de acordo com a Dialética do Esclarecimento: o fetichismo das mercadorias culturais. O termo fetichismo, relativo às mercadorias em geral, foi cunhado por Karl Marx em *O Capital*. Segundo ele, os produtos comercializados escondem totalmente a relação social que lhes deu origem. “Esse caráter de fetiche da mercadoria se origina no fato de sua natureza de coisa esconder relações sociais, de exploração de trabalho pelo capital, que, de fato, a produz” (DUARTE, 2010, p. 61). Isso se dava porque o valor de uso dos produtos culturais é substituído pelo valor de troca. Por valor de uso entende-se o índice de utilidade social de um determinado produto; já o termo valor de troca faz referência a uma equivalência entre as mercadorias, de modo que se torne possível o intercâmbio entre elas. Os dois filósofos da

Escola de Frankfurt reaplicaram o termo dentro do texto a fim de mostrar que os objetos estéticos também estão sujeitos a uma inversão. Para eles, a ausência do valor de uso nos produtos da indústria cultural torna-se, potencialmente, um acréscimo no seu valor de troca. Ou seja, a autonomia da arte permitiria que a indústria cultural efetuasse uma espécie de sobrevalorização dos seus produtos. Entretanto, essa sobrevalorização não se daria em função da sua utilidade, mas de sua virtual ‘inutilidade’.

O útil que os homens se promete na sociedade de conflito, por meio da obra de arte, é exatamente, em larga medida, a existência do inútil: que entretanto, é liquidado no ato de ser subjugado por inteiro ao princípio da utilidade. Adequando-se por completo a necessidade, a obra de arte priva por antecipação os homens daquilo que ela deveria procurar: liberá-los do princípio da utilidade (...). Tudo tem valor somente enquanto pode ser trocado, não enquanto é alguma coisa de *per se* (ADORNO e HORKHEIMER, 2002, p. 61).

Na indústria cultural, em vez de prazer estético, o que se busca é “estar por dentro”. Mais vale conquistar prestígio do que ter uma experiência com o objeto. Por isso, os produtos da indústria cultural se auto-excluíam da lista dos gêneros de primeira necessidade. Isso faria com que esses produtos adquirissem certa “nobreza”, uma vez que esses objetos seriam considerados “supérfluos” e consumidos pelas pessoas que se deram “ao luxo” do poder comprá-los. Nas mercadorias comuns, a ausência de valor de uso significa a pura e simples exclusão do mercado, mas na indústria cultural, essa ausência é o passaporte para o estabelecimento de um valor de troca quantitativamente superior, destruindo assim a sutil dialética entre utilidade e inutilidade, algo típico dos objetos estéticos. O que restaria seria apenas o valor de troca da ostentação.

Considerações finais

Apesar das críticas de Theodor Adorno e Max Horkheimer serem enfáticas e bastante pessimistas com relação aos produtos da indústria cultural, é importante lembrar que elas são datadas e têm um contexto histórico nada animador. O nazismo e suas conseqüências nefastas como a perseguição aos judeus, a morte de Walter Benjamin e o contato com a sociedade de massa norte americana formaram o contexto para o surgimento do texto *Dialética do Esclarecimento*, obra filosófica de Adorno e Horkheimer (2002) onde o termo indústria cultural aparece pela primeira vez e é criticado severamente. Por isso, Rodrigo Duarte (2010) foi muito preciso quando afirmou que em outro contexto histórico, provavelmente as críticas

seriam mais ‘clássica’ e menos contundente. Os cinco operadores da indústria cultural que foram apontados nesse artigo formam o procedimento típico dessa indústria segundo Adorno e Horkheimer. O objetivo principal dos produtos dessa indústria seriam gerar lucro aos seus investidores e manter a atual ordem social que é injusta e excludente através de um processo de alienação. Mesmo com as úteis revisões feitas ao trabalho dos dois filósofos alemães, é interessante notar que algumas das características apontadas pelos dois estudiosos ainda se encontram presentes na nossa cultura industrializada.

Referências

ADORNO, Theodor. Indústria cultural. In: COHN, Gabriel. *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: T.A. Queiroz, 1987a.

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. A indústria cultural – o iluminismo como mistificação das massas. In: **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ARISTOTELES, HORÁCIO e LONGINO. **A Poética Clássica**. São Paulo: Cultrix, 2005.

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

DUARTE, Rodrigo. **Indústria Cultural: uma introdução**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.
_____. **Adorno/Horkheimer & A dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

MATTELART. A. e M. História das teorias da comunicação. São Paulo: Loyola, 1999.

PUTERMAN, Paulo. **Indústria cultural: agonia de um conceito**. São Paulo: Perspectiva, 1994.

RÜDIGER, Francisco. A Escola de Frankfurt. In: HOHLFELDT, A. MARTINO, L. C. FRANÇA, V. V. (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2007.

SELIGMAN-SILVA, Márcio. **Adorno**. São Paulo: Publifolha, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Pesquisa em comunicação: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker editores, 2001.

THOMSON, Alex. **Compreender Adorno**. Petrópolis: Vozes, 2010.