

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, COMUNICAÇÃO, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS-GRADUADOS EM FILOSOFIA

DANIEL LOPES PRADO MATHEUS

INDÚSTRIA CULTURAL EM THEODOR W. ADORNO

SÃO PAULO
Janeiro de 2024

DANIEL LOPES PRADO MATHEUS

INDÚSTRIA CULTURAL EM THEODOR W. ADORNO

Mestrado em Filosofia

Dissertação de Mestrado apresentada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Filosofia.

Orientadora: Sônia Campaner Miguel Ferrari

São Paulo – SP

Janeiro de 2024

DANIEL LOPES PRADO MATHEUS

Indústria Cultural em Theodor W. Adorno

Aprovado em: ____/____/____

Banca Examinadora:

“O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001”.

“This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- Brasil (CAPES) - Finance Code 001”.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço à orientadora Sônia Campaner Miguel Ferrari, sem a qual teria sido impossível a conclusão deste trabalho. Pelas inúmeras aulas de orientação, pela inúmera quantidade de tempo que tal caríssima orientadora me dispensara com suas orientações, indicações de obras, textos e métodos de se lidar com o tema e com o autor.

Agradeço também o carinho e receptividade dos professores Antônio José Romera Valverde e Ivo Assad Ibri, que me receberam em suas aulas com muita atenção e cordialidade, e foram grandes inspiradores da atividade acadêmica que pretendi realizar, assim como minha orientadora.

Agradeço por fim a todo o corpo docente do programa de pós-graduação em filosofia da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, cujas aulas e ensinamentos foram de um valor imensurável para mim e para todos os alunos que acompanharam estes professores.

RESUMO

Esta pesquisa procura compreender os conceitos de modernidade e indústria cultural em Theodor W. Adorno, principalmente através do entendimento da obra-chave do autor *Dialética do Esclarecimento*, escrita em cooperação intelectual com Max Horkheimer. São vistos temas que permeiam a filosofia de Theodor W. Adorno, sendo eles o esclarecimento, a moderna sociedade de classes, a indústria cultural e a mistificação das massas. A perda da subjetividade é um dos temas abordados, sendo que esta é uma das características marcantes da indústria cultural. Do mesmo modo, são analisadas as relações da indústria cultural com os indivíduos, a qual passa a ser a de sujeito-cliente ou sujeito-empregado. A resistência quase impossível à indústria cultural por parte do sujeito e a todo seu sistema inerente é parte essencial do que Adorno e Horkheimer definem como a nova ideologia.

PALAVRAS-CHAVE: Theodor W. Adorno. Modernidade. Teoria Crítica. *Dialética do Esclarecimento*. Indústria Cultural. Mistificação das massas. Sociedade de classes.

ABSTRACT

This research aims to understand the concepts of modernity and culture industry in Theodor W. Adorno, mainly through the understanding of the author's key work *Dialectic of Enlightenment*, written in intellectual cooperation with Max Horkheimer. Topics that permeate Theodor W. Adorno's philosophy are researched, namely enlightenment, modern class society, the culture industry and the mass deception of society. The loss of subjectivity is one of the themes studied, as this is one of the striking characteristics of the culture industry. In the same way, the relationships between the culture industry and individuals are analyzed, which becomes that of subject-client or subject-employee. The almost impossible resistance to the culture industry on the part of the subject and to its entire inherent system is an essential part of what Adorno and Horkheimer define as the new ideology.

KEY WORDS: Theodor W. Adorno. Modernity. Critical Theory. *Dialectic of Enlightenment*. Culture Industry. Mass deception of society. Class society.

SUMÁRIO

RESUMO	6
ABSTRACT	7
1. INTRODUÇÃO	10
1.1 A DIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO: O ESCLARECIMENTO CONCEITUADO POR ADORNO E HORKHEIMER	11
2. A DIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO — A INDÚSTRIA CULTURAL: O ESCLARECIMENTO COMO MISTIFICAÇÃO DAS MASSAS	16
2.1 A INDÚSTRIA RADIOFÔNICA E SUA RELAÇÃO COM AS INDÚSTRIAS DE GRANDE PODERIO	18
2.2 O “ESQUEMATISMO” NO PROCEDIMENTO DA INDÚSTRIA CULTURAL	20
2.3 A <i>SHORT STORY</i> E AS PRODUÇÕES CINEMATOGRAFICAS BASEADAS EM <i>BEST-SELLERS</i>	22
2.4 A NEGAÇÃO DO ESTILO E A RECONCILIAÇÃO DO UNIVERSAL E DO PARTICULAR NA INDÚSTRIA CULTURAL	24
2.5 A CONCEITUAÇÃO DA INDÚSTRIA CULTURAL COMO UMA EXTENSÃO DA JORNADA DE TRABALHO	29
3. A PERDA DA SUBJETIVIDADE: UMA DAS CARACTERÍSTICAS MAIS MARCANTES DA INDÚSTRIA CULTURAL	43
3.1 O SUJEITO-CLIENTE E O SUJEITO-EMPREGADO: O QUE INTERESSA À INDÚSTRIA CULTURAL EM RELAÇÃO AOS SUJEITOS	46
3.2 O OUTSIDER: O SUJEITO QUE PRETENDE RESISTIR À INFLUÊNCIA E PUJANÇA DA INDÚSTRIA CULTURAL	51

3.3 O “TRÁGICO” EMPRESTADO DA ARTE À INDÚSTRIA CULTURAL, PERANTE A SOCIEDADE DE MASSAS	53
4. O FETICHISMO NA MÚSICA E A REGRESSÃO DA AUDIÇÃO	57
4.1 A FORMA MERCADÓRIA, O VALOR DE TROCA E O USO DA MÚSICA PARA A PRODUÇÃO PROPAGANDÍSTICA	63
5. CONCLUSÃO	68
6. BIBLIOGRAFIA DE THEODOR W. ADORNO	71
6.1 DE MAIS REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71

1 INTRODUÇÃO

O enfoque do estudo em mãos são dois textos de Theodor Adorno, sendo o primeiro a *Dialética do Esclarecimento*, publicado em 1944, em especial o capítulo dedicado à “indústria cultural”, expressão cunhada por Adorno e Horkheimer no livro supracitado, e em segundo o *Fetichismo na Música e a Regressão da Audição*, publicado em 1938. O centro do estudo que se pretende fazer é precisamente a *cultura* em Adorno, ou seja, o modo como Adorno enxerga e critica esta cultura. Para isto, é preciso passar pela questão do esclarecimento que Adorno e Horkheimer trazem no primeiro capítulo da *Dialética do Esclarecimento*.

Em ambos os textos vemos um Adorno que se encontra na condição de imigrante por conta da perseguição nazista na Alemanha, tendo então que passar a viver nos Estados Unidos da América. Por este motivo, encontramos nos dois textos muitas referências ao *modus operandi* da indústria cultural e da música sob a condição do fetichismo nos Estados Unidos daquela época. Há também referências à República de Weimar, com Adorno citando como era a cultura em tal lugar e ocasião. Mesmo assim, talvez seja possível afirmar que seja o encontro de Adorno com o centro do capital, os Estados Unidos, que o faz um crítico arguto de toda a situação que o capitalismo cria na cultura.

Talvez seja possível afirmar que o texto sobre o fetichismo na música traga em si um prenúncio para os textos posteriores de Adorno sobre a cultura e a música — dado ao seu teor crítico, e à introdução de termos marxista e psicanalíticos característicos de alguns de seus textos posteriores —, e que este texto se diferencia dos outros textos que Adorno produziu na Europa antes de sua vinda para os Estados Unidos, onde ele toma maior contato com a música e o entretenimento de massa. Esta temática da música com fins mercadológicos, a música propagandística, e a música pronta e feita pela indústria cultural já aparece em *O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição*. Publicado em 1938, o texto exacerba este contato de Adorno com este tipo de música — apesar de que

encontramos no capítulo dedicado à indústria cultural da *Dialética do Esclarecimento*, texto este posterior, trechos onde Adorno faz referência ao tipo de música e cultura que estava sendo desenvolvida na Alemanha antes da ascensão do nazismo.

É possível também que o texto sobre o Fetichismo na Música ocorra como uma espécie de preâmbulo a tudo aquilo que será visto e mencionado no texto sobre a indústria cultural, com Adorno aprimorando sua visão crítica, que agora ultrapassa seus textos sobre música publicados na Alemanha anteriormente, e se deparando com novos movimentos musicais, como o jazz, a música ligeira propagandística — que tem enorme preponderância nos Estados Unidos — todos estes os quais Adorno nota e critica em seu texto.

1.1 A DIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO: O ESCLARECIMENTO CONCEITUADO POR ADORNO E HORKHEIMER

A *Dialética do Esclarecimento* é uma obra que surge da cooperação intelectual entre Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, com seus primeiros manuscritos circulando em 1944, de forma mimeografada, pelo Instituto para a Pesquisa Social¹, com o título de “Fragmentos filosóficos”. O nome definitivo de *Dialética do Esclarecimento* aparentemente fora uma sugestão de Adorno a Horkheimer em uma correspondência, na qual Adorno menciona a Horkheimer que a expressão “*Dialética do Esclarecimento*” pode desvelar o impasse entre cultura e barbárie na qual se encontra a sociedade ocidental contemporânea:

No sentido mais amplo do progresso do pensamento, o esclarecimento tem perseguido sempre o objetivo de livrar os homens do medo e de investi-los na posição de senhores. Mas a terra totalmente esclarecida resplandece sob o signo de uma calamidade triunfal. O programa do esclarecimento era o

¹ *Institut für Sozialforschung*, na língua original alemã.

desencantamento do mundo. Sua meta era dissolver os mitos e substituir a imaginação pelo saber. (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 20).

Para os autores da Dialética do Esclarecimento, o esclarecimento, em uma definição ampla, sempre teve o objetivo da completa dominação da natureza, e de livrar os homens do medo primordial, colocando-os assim na posição de senhores. O esclarecimento, portanto, sempre visou o desencantamento do mundo — a dissolução dos mitos, substituindo a imaginação pelo saber. Porém, vemos que o conhecimento humano tem por sobre a natureza um modo de ser patriarcal, ou seja, o entendimento que impera sobre a superstição e a crença deve necessariamente imperar sobre a natureza desencantada.

A técnica é a essência deste saber, que em nada tem como objetivo a felicidade da espécie humana, pelo contrário, é complacente com a escravização do ser humano, ao mesmo passo em que tem tal complacência para com os senhores. Neste ponto, reitera-se que a dominação da natureza que o esclarecimento propõe é também aquela que proporciona a dominação do homem pelo próprio homem.

O saber que é poder não conhece barreira alguma, 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 (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 20).

Do mesmo modo, o que o homem tem a intenção de aprender da natureza é, portanto, um método de usá-la para a dominação completa não somente da natureza, mas assim como a dominação completa de outros homens. Colocam Adorno e Horkheimer que “só o pensamento que se faz violência a si mesmo é suficientemente duro para destruir os mitos” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 20). Este pensamento que realiza a violência sobre si mesmo não hesita em realizar

a violência sobre outros homens, como é possível ver na dominação do homem pelo homem na contemporaneidade.

O que os homens querem aprender da natureza é como empregá-la para dominar completamente a ela e aos homens. Nada mais importa. Sem a menor consideração consigo mesmo, o esclarecimento eliminou com seu cautério o último resto de sua própria autoconsciência. Só o pensamento que se faz violência a si mesmo é suficientemente duro para destruir os mitos (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 20).

Os autores da Dialética do Esclarecimento debruçam-se sobre a filosofia, colocando que ela desde sempre — desde Francis Bacon² — buscou uma definição moderna de substância e qualidade, de ação e de paixão, do ser e da existência. A ciência, porém, passa a existir sem categorias como estas. Todas estas categorias, para a ciência, fazem parte de um passado da antiga metafísica, e são, portanto, potências de um passado pré-histórico.

O esclarecimento, deste modo, enxerga a matéria como sendo passível de ser dominada sem a ilusão de qualidades ocultas, sendo que tudo aquilo que não pode ser calculado ou não tem uso ou torna-se algo suspeito para o esclarecimento. “O esclarecimento é totalitário”³, colocam Adorno e Horkheimer. Para o esclarecimento, o elemento do mito sempre fora o antropomorfismo, a projeção do subjetivo na natureza. As figuras míticas passam a se reduzir ao sujeito para o esclarecimento⁴, ou seja, o esclarecimento só reconhece como *ser aquilo que se deixa captar pela unidade*.

² Cf. BACON, Francis. *Novum organum*, in *Works*, op.cit., vol. XIV, p.31. London, 1620.

³ “O sobrenatural, o espírito e os demônios seriam as imagens especulares dos homens que se deixam amedrontar pelo natural. Todas as figuras míticas podem se reduzir, segundo o esclarecimento, ao mesmo denominador, a saber, ao sujeito” (ADORNO & HORKHEIMER, *Dialética do Esclarecimento*, 1985, 22).

⁴ “A resposta de Édipo ao enigma da esfinge: ‘É o homem!’ é a informação estereotipada invariavelmente repetida pelo esclarecimento, não importa se este se confronta com uma parte de um sentido objetivo, o esboço de uma ordem, o medo de potências maléficas ou a esperança da redenção” (ADORNO & HORKHEIMER, *Dialética do Esclarecimento*, 1985, 22).

Tanto a escola racionalista, quanto a escola empirista são vistas em suas semelhanças por Adorno e Horkheimer. Os autores veem que embora as duas escolas tenham suas diferenciações, e interpretem de forma diferente os axiomas, a estrutura unitária da ciência será sempre a mesma:

O postulado baconiano da *una scientia universalis* é, apesar de todo o pluralismo das áreas de pesquisa, tão hostil ao que não pode ser vinculado, quanto a *mathesis universalis* de Leibniz à descontinuidade. A multiplicidade das figuras se reduz à posição e à ordem, a história ao fato, as coisas à matéria (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 22).

O problema dos números enquanto o cânon do esclarecimento é observado por Adorno e Horkheimer, em uma interessante elucidação sobre a matemática, a ciência, os números e a classe burguesa, que surge com o esclarecimento. Para eles, são as mesmas equações que dominam a justiça burguesa⁵ e a troca mercantil. A sociedade burguesa, esta que surge com o esclarecimento, é dominada pelo equivalente, e torna tudo aquilo que é heterogêneo como passível de comparação.

Para o esclarecimento e para a sociedade burguesa, tudo o que não se reduz a números passa a ser mera ilusão⁶. Isto condiz com a tese dos autores sobre o esclarecimento ser totalitário e favorecer a dominação do homem pelo homem, sendo capaz de quantificar o homem, quantificar sua força de trabalho, valorar em forma de números e de capital — o que na sociedade burguesa desencadeia-se em exploração — a capacidade produtiva do ser humano, medida por seu potencial de trabalho.

⁵ “Não é a regra: ‘se adicionares o desigual ao igual obterás algo de desigual’ (*Si inaequalibus aequalia addas, omnia erunt inaequalia*) um princípio tanto da justiça quanto da matemática? E não existe uma verdadeira coincidência entre a justiça cumulativa e distributiva por um lado e as proporções geométricas e aritméticas por outro lado?” (BACON, Francis. *Advancement of Learning*, in *Works*, op.cit., vol. II, 126. London, 1605).

⁶ “‘Unidade’” continua a ser a divisa, de Parmênides a Russell. O que se continua a exigir insistentemente é a destruição dos deuses e das qualidades” (ADORNO & HORKHEIMER, *Dialética do Esclarecimento*, 1985, 23).

Para Adorno e Horkheimer, o mito se converte em esclarecimento, e a natureza em mera objetividade. Vemos aqui que a dominação completa da natureza se comporta também como a dominação da criatura humana sobre ela mesma. O esclarecimento se comporta da mesma maneira sobre as coisas e com os homens, como um ditador despótico. Ele, o esclarecimento, só conhece as coisas e os homens na medida em que é capaz de os quantificar, manipular e explorar. A essência das coisas se torna sempre a mesma, tal qual um substrato da dominação.

Na ciência, problematizada por Adorno e Horkheimer, não existe nenhuma substitutividade específica, ou seja, a substitutividade converte-se na fungibilidade universal. Isto se dá pelo motivo de que na ciência o objeto científico se petrifica. O que se tem então é que na religião popular, o mito patriarcal solar tem em si a forma do esclarecimento, sendo que o esclarecimento filosófico pode medir-se em mesmo plano.

Ou seja, o esclarecimento promove a corrosão da injustiça da antiga desigualdade; ele faz o que Kierkegaard celebra em sua ética protestante — elimina o incomensurável. Desta maneira, não são apenas as qualidades do pensamento, mas sim, todos os homens são forçados à conformidade. O que se entende desta vantagem é a indiferença do mercado para com suas possibilidades inatas. Porém, o esclarecimento sempre simpatizou com a coerção social.

Para Adorno e Horkheimer, a duplicação da natureza enquanto aparência e essência, ação e força, as quais tornam possíveis tanto o mito quanto a ciência, vêm do medo do homem, que recorre à explicação. Daí vem o trajeto da desmitologização e do esclarecimento, o qual vê o animado como inanimado, assim como o mito vê o inanimado no animado.

2 A DIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO – A INDÚSTRIA CULTURAL: O ESCLARECIMENTO COMO MISTIFICAÇÃO DAS MASSAS

Para os autores da Dialética do Esclarecimento, a Indústria Cultural é o esclarecimento como mistificação das massas. Adorno e Horkheimer observam que, na opinião dos sociólogos, a perda de apoio que a religião objetiva fornecia, os últimos resíduos pré-capitalistas, a diferenciação técnica e social e a especialização extrema direcionaram a sociedade a um caos cultural. Ora, esta opinião, para os autores, encontra a cada dia algo que a desmente, pois a cultura contemporânea confere a tudo em volta dela um ar de semelhança e similitude⁷.

Esta similitude é que constitui, na mídia da indústria cultural, um sistema, composto por rádio, cinema, revistas e televisão. Dizem os autores que até mesmo manifestações estéticas de tendências políticas opostas entoam o mesmo louvor do ritmo da indústria⁸. O poder absoluto do capital parece se perpetuar mais ainda contra o indivíduo, o qual aparece como o antagonista deste poder absoluto, e que vive em apartamentos higiênicos e cada vez mais habitando os *slums* e *bungalows* dos grandes centros urbanos. Os moradores de tais moradas simples são cada vez mais enviados para os centros urbanos, em busca de trabalho ou de entretenimento.

Adorno e Horkheimer enxergam que a unidade do macrocosmo e microcosmo demonstra cada vez mais a cultura na qual este sujeito se vê inserido, ou seja, a falsa unidade do universal e do particular. Para os autores da Dialética do Esclarecimento, sob o poder do monopólio, toda a cultura de massas é idêntica. Deste mesmo modo, o cinema e o rádio não precisam mais apresentar-se como

⁷ Lembramos aqui que a Adorno redige grande parte da Dialética do Esclarecimento em sua estada como *émigré* nos Estados Unidos da América, e tem grande contato com a indústria cinematográfica e radiofônica sendo produzida neste território nesta época.

⁸ “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 de tendências políticas opostas entoam o mesmo louvor do ritmo de aço. Os decorativos prédios administrativos e os centros de exposição industriais mal se distinguem nos países autoritários e nos demais países.” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 113).

arte, uma vez que estes nada mais representam que um negócio; eles utilizam a ideologia como uma verdade destinada a legitimar o lixo que eles mesmo produzem. O cinema e o rádio definem a si mesmos como indústrias⁹, e a única coisa que importa são as cifras produzidas pelos seus diretores:

O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 114).

Na indústria cultural, milhões de partícipes constituem a amálgama que constitui tal atividade, e isto, por sua vez, torna inevitável a disseminação de bens cuja padronização serve para a satisfação de necessidades que são iguais. Ou seja, a unidade do sistema se torna cada vez mais coesa, pelo círculo de ação e de unidade do sistema. A única coisa qual não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é a mesma força a qual os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade.

Conforme Adorno e Horkheimer, a *racionalidade técnica* de hoje é a racionalidade da dominação em si. É ela que contém o caráter compulsivo da racionalidade alienada de si mesma. Racionalidade, bombas e cinema são o que mantém o sistema coeso e mostram sua força na própria injustiça à qual serviam. Os autores apontam que a técnica da indústria cultural levou à padronização e à produção em série, e isto vem com um sacrifício do que diferenciava a lógica da obra e a do sistema social. Porém, isto não se deve a nenhuma lei evolutiva da técnica, mas tão somente à função da técnica na economia.

⁹ A Indústria Radiofônica e a Indústria Cinematográfica.

2.1 A INDÚSTRIA RADIOFÔNICA E SUA RELAÇÃO COM AS INDÚSTRIAS DE GRANDE PODERIO

O rádio é problematizado pelos autores da Dialética do Esclarecimento, colocando eles que o rádio transforma a todos em ouvintes igualmente, apenas para entregar cada ouvinte autoritariamente aos programas, os quais são todos padronizados, e, ao observarmos mais acuradamente, são todos idênticos, mesmo que se distribuam eles por diversas estações. Não existe nenhum instrumento que possa interferir e dar autonomia ao sujeito submetido às estações de rádio, no sentido de alguma participação, ou de que estas estações proporcionem algum dispositivo de réplica ao sujeito. Pelo contrário, todas as emissões privadas são submetidas ao controle privado.

No rádio, o traço de espontaneidade que deveria estar presente no público é absorvido e dirigido para uma seleção profissional realizada por caçadores de talentos, competições, entre outros programas que são típicos da sociedade imersa na indústria cultural. Ora, tais talentos apresentados já são desde muito antes de serem apresentados pertencentes à indústria cultural¹⁰. O público, neste caso, também favorece o sistema da indústria cultural, e é ele mesmo parte do sistema da própria indústria.

Democrático, o rádio transforma-os a todos igualmente em ouvintes, para entregá-los autoritariamente aos programas, iguais uns aos outros, das diferentes estações. Não se desenvolveu qualquer dispositivo de réplica e as emissões privadas são submetidas ao controle. [...] No quadro da rádio oficial, porém, todo traço de espontaneidade no público é dirigido e absorvido, numa seleção profissional, por caçadores de talentos, competições diante do microfone e

¹⁰ Nota-se aqui que tal configuração da indústria radiofônica e da indústria cultural no geral, continua, mesmo na contemporaneidade, dando-se na mesma maneira, mesmo que tal indústria agora se dê por meio de aplicativos digitais e não mais apenas pelo rádio físico.

toda espécie de programas patrocinados (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 115).

Em seguida, Adorno e Horkheimer observam que o monopólio de indústrias, principalmente as de maior poderio econômico, como as do aço, petróleo, eletricidade e química são de fato o que controla os monopólios culturais, estes fracos e dependentes destes monopólios mais preponderantes. Os donos dos monopólios culturais, fracos e dependentes, têm de se apressar e dar satisfação aos verdadeiros donos do poder — os donos dos grandes monopólios e indústrias. Esta é uma relação de dependência, na qual a mais poderosa sociedade radiofônica se encontra em dependência em face da indústria elétrica, assim como a indústria cinematográfica se encontra em relação aos bancos.

Esta interdependência de indústrias caracteriza toda a esfera da atividade da indústria cultural, onde tudo está justaposto e se interpenetra em uma trama econômica. Adorno e Horkheimer colocam que existe uma classificação de consumidores realizada pela indústria cultural, e é daí que não se pode dizer que existam diferentes classificações de produtos de fato na indústria — ora, estes produtos correspondem a uma unidade total, sendo que a única coisa que se faz diferente tem simplesmente como fundamento a classificação, organização e computação estatística dos consumidores. Assim sendo, revistas A e B, filmes de semelhante classificação, histórias publicadas em revistas de diferentes preços — tudo isto quase nada condiz com o conteúdo apresentado pela indústria cultural. A indústria cultural é um sistema que, como dito acima, corresponde a uma unidade total¹¹.

¹¹ Lembramos aqui da unidade total a qual se referem os autores no primeiro capítulo, quando da conceituação do esclarecimento, e da sentença de Adorno e Horkheimer “O esclarecimento é totalitário.”

2.2 O “ESQUEMATISMO” NO PROCEDIMENTO DA INDÚSTRIA CULTURAL

Para todos os consumidores, alguma espécie de produto já está prevista para seu consumo. Notam os autores que, para que nenhum potencial consumidor escape da indústria cultural e do consumo, existem distinções nos produtos que são acentuadas e difundidas. Porém, tal diferenciação e hierarquização de qualidade de produtos só servem para que exista uma quantificação de produtos mais completa; ou seja, cada consumidor tem de se comportar em conformidade com seu nível e hierarquia de produto, e escolher qual categoria deve consumir conforme o tipo fabricado exatamente para ele. Quando estes consumidores são reduzidos à simples estatística, eles são distribuídos nas direções dos institutos de pesquisa, os quais são agora impossíveis de se distinguir dos institutos de propaganda.

Conforme Adorno e Horkheimer, este esquematismo no procedimento da manufatura de produtos em massa faz com que produtos mecanicamente diferenciados produzam sempre a mesma coisa, mesmo que contenham diferenciações entre si — estas no fim revelam levar sempre ao mesmo produto. Os autores levam este paradigma para a indústria cultural. Assim como os carros montados por grandes marcas, as grandes produções cinematográficas possuem essa mesma característica: a homogeneização, sob a aparência ilusória de ampla oportunidade de escolha. Estas promovem caloroso debate entre especialistas acerca da diferença nestes produtos, quando se sabe que este debate serve apenas para fomentar a ilusão de alguma concorrência e possibilidade de escolha.

Do automóvel, mudam-se a quantidade de cilindros, novidades, e aparatos, assim como na indústria cinematográfica mudam apenas a quantidade de estrelas que participam na produção, o nível técnico de efeitos especiais, o equipamento utilizado para a filmagem, e utilização de técnicas psicológicas mais recentes. Em uma interessante observação dos autores, é notado que a indústria cultural tem valores orçamentários que em nada tem relação com valores de fato objetivos, com o sentido de cada produto que é feito. Isto se dá porque os meios

técnicos tendem cada vez mais à uniformidade de produção. A televisão, por exemplo, não passa de uma síntese do rádio e do cinema:

A televisão visa uma síntese do rádio e do cinema, que é retardada enquanto os interessados não se põem de acordo, mas cujas possibilidades ilimitadas prometem aumentar o empobrecimento dos materiais estéticos a tal ponto que a identidade mal disfarçada dos produtos da indústria cultural pode vir a triunfar abertamente já amanhã – numa realização escarninha do sonho wagneriano da obra de arte total. A harmonização da palavra, da imagem e da música logra um êxito ainda mais perfeito que no Tristão, porque os elementos sensíveis – que registram sem protestos, todos eles, a superfície da realidade social – são em princípio produzidos pelo mesmo processo técnico e exprimem sua unidade como seu verdadeiro conteúdo (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 116).

Neste ponto, os autores da Dialética do Esclarecimento comentam sobre o esquematismo kantiano, dizendo que ainda havia uma função que este atribuía ao sujeito, sendo que esta era a de referir de antemão a multiplicidade sensível aos conceitos fundamentais — esta agora é tomada por inteiro a serviço da indústria cultural. É justamente o esquematismo o primeiro serviço prestado pela indústria cultural ao sujeito que com ela entra em contato. Temos então que esta sociedade permanece irracional apesar de toda sua racionalização — para o sujeito que consome os produtos da indústria cultural, não existe nada mais que se possa classificar que não tenha sido antecipado no esquematismo da produção.

Esta “arte”¹² apresentada pela indústria cultural é uma arte sem sonho, que é destinada aos sujeitos, e realiza um idealismo sonhador que vai longe demais para o idealismo crítico. Na “arte” que é designada às massas, todo o material vem da consciência terrena das equipes de produção. Adorno e

¹² Aqui os autores certamente usam o termo arte tendo em mente a “arte leve”, que mencionam ser uma forma de expressão que ocorre juntamente à arte propriamente dita.

Horkheimer notam que tanto as canções de sucesso, assim como os astros, as novelas ressurgem como invariantes fixos, do mesmo modo que o conteúdo específico do espetáculo é deles mesmo derivado, e varia somente em sua aparência.

Todas as técnicas de enredo empregadas pela indústria cultural são clichês prontos para serem usados pela própria indústria em determinado ponto e definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema. É óbvio, como afirmam os autores da obra em questão, que se sabe desde início como o filme termina, qual personagem tem sua recompensa, e como o tema musical se desenvolve.

2.3 A *SHORT STORY* E AS PRODUÇÕES CINEMATOGRAFICAS BASEADAS EM *BEST-SELLERS*

Adorno e Horkheimer colocam-se críticos também à *short story*, modelo literário que ganha popularidade nos anos pós-guerra e com Ernest Hemingway, colocando que o número médio de palavras da *short story* já é algo premeditado, e que portanto, esta forma de arte nada faz além do que seguir um modelo. Os autores observam que a indústria cultural se desenvolveu unicamente com o predomínio que o efeito, a performance tangível e o detalhe técnico alcançaram sobre a obra.

Anteriormente, conforme Adorno e Horkheimer, “o efeito harmônico isolado havia obliterado, na música, a consciência do todo formal; a cor particular na pintura, a composição pictórica; a penetração psicológica no romance, a arquitetura.” Porém, a indústria cultural dá fim a tudo isso para colocar como seu instrumento a totalidade. Mesmo que a indústria cultural não conheça nada além dos efeitos, ela submete estes efeitos à fórmula que substitui a obra, ou seja, ela atinge igualmente o todo e a parte:

O todo se antepõe inexoravelmente aos detalhes como algo sem relação com eles; assim como na carreira de um homem

de sucesso, tudo deve servir de ilustração e prova, ao passo que ela própria nada mais é que a soma desses acontecimentos idiotas. A chamada Ideia abrangente é um classificador que serve para estabelecer ordem, mas não conexão. O todo e o detalhe exibem os mesmos traços, na medida em que entre eles não existe nem oposição nem ligação. Sua harmonia garantida de antemão é um escárnio da harmonia conquistada pela grande obra de arte burguesa. Na Alemanha, a paz sepulcral da ditadura já pairava sobre os mais alegres filmes da democracia (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 118).

“O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural”, segundo Adorno e Horkheimer. Os autores explicam que o espectador de cinema percebe a rua como um prolongamento do filme que acabara de ver, justamente porque este filme pretende, ele mesmo, reproduzir o mundo da percepção quotidiana. A vida, portanto, não deve mais se deixar distinguir do filme sonoro. Agora, o filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade.

A atrofia da imaginação e da espontaneidade do sujeito que toma contato com a indústria cultural não precisa mais ser reduzida a mecanismos psicológicos. Ou seja, são os próprios produtos — “e entre eles em primeiro lugar o mais característico, o filme sonoro” — que agora paralisam essas capacidades para sua própria constituição objetiva. Estes produtos são feitos de tal modo que inibem a atividade intelectual do espectador — “se ele não quiser perder os fatos que desfilam velozmente diante de seus olhos.” Porém, o esforço não precisa estar tão profundamente inculcado que não precise ser atualizado em cada caso para recalcar a imaginação.

Conforme Adorno e Horkheimer, o sujeito que está tão absorvido pelo universo que o filme lhe apresenta — “pelos gestos, imagens e palavras” — não precisa estar de algum modo estar totalmente dominado no momento da exibição pelos efeitos de toda esta maquinaria. O filme sonoro, portanto, não permite a

contemplação por parte do sujeito, e é feito de tal maneira que não permitem a atividade intelectual do espectador.

2.4 A NEGAÇÃO DO ESTILO E A RECONCILIAÇÃO DO UNIVERSAL E DO PARTICULAR NA INDÚSTRIA CULTURAL

Os autores da Dialética do Esclarecimento notam que o aspecto violento da sociedade industrial se instala nos homens de uma vez por todas na modernidade — até mesmo os potenciais consumidores que estão distraídos vão consumir estes produtos alertamente. Tais produtos são, em cada um deles, o próprio modelo da grande maquinaria econômica, que desde seu início, não deixa que o sujeito tenha descanso, seja em seu tempo de trabalho ou em seu tempo livre — este último que se assemelha em demasia ao tempo de trabalho na sociedade moderna.

Na indústria cultural, os produtores são especialistas. O idioma que a indústria cultural fala exige a mais espantosa força de produção, a qual a indústria absorve e desperdiça. Este idioma supera a distinção própria do conservadorismo cultural entre o estilo autêntico e o estilo artificial. Na indústria cultural, os menores elementos do tema se originam no mesmo aparelhamento que o jargão no qual este tema é acolhido. O tema já está, na indústria cultural, em virtude de sua própria essência, reificado e posto como aceitável antes mesmo que as instâncias competentes comecem a disputar.

O estilo da indústria cultural — “que não tem mais de se pôr à prova em nenhum material refratário” — é por si só a negação do estilo. A reconciliação do universal e do particular — tema que recorrentemente Adorno e Horkheimer tratam ao falar sobre a indústria cultural —, a reconciliação da regra e da pretensão específica do objeto é vazia, pois não existe mais tensão entre os polos, ou seja, os extremos que agora se tocam passam a se condensar em uma turva identidade; o universal pode substituir o particular, e o particular pode substituir o universal.

O conceito do estilo autêntico, colocam Adorno e Horkheimer, se torna transparente na indústria cultural como um equivalente estético da dominação. A unidade do estilo presente na Idade Média cristã, assim como no Renascimento, é a estrutura diversificada do poder social, e não a experiência obscura dos dominados — como se dá na indústria cultural — que encerrava o universal. Neste passado da arte, os grandes artistas nunca foram os que encarnaram o estilo da forma mais íntegra e perfeita, mas sim foram aqueles que acolheram o estilo como uma verdade negativa, como uma atitude dura contra a expressão caótica do sofrimento. No estilo da obra destes grandes artistas de épocas anteriores, a expressão conquistava a força sem a qual a vida se dilui sem ser ouvida. Até mesmo nas obras denominadas clássicas continham tendências objetivas orientadas em um sentido diferente do estilo que elas mesmo encarnavam.

Os grandes artistas sempre conservaram grande desconfiança contra o estilo, e se ativeram muito menos ao estilo do que à lógica do tema. A indústria cultural faz triunfar o que os expressionistas e dadaístas chamaram de inverdade do estilo, que está presente no jargão cantado do *crooner*, na graça consumada da estrela do cinema e na perfeição da fotografia. Segundo Adorno e Horkheimer, o estilo é uma promessa. Quando o estilo é acolhido nas formas dominantes de universalidade, ou seja, a linguagem musical, pictórica, verbal, aquilo que é expresso pelo estilo tem de se reconciliar com ideia da verdadeira universalidade.

É somente no confronto com a tradição, que se sedimenta no estilo, que arte encontra expressão para o sofrimento, e de fato, o elemento graças ao qual a obra de arte transcende a realidade é inseparável do estilo. A grande obra de arte se atém a um fracasso — ao fracasso necessário do esforço apaixonado em busca da identidade. Já a obra medíocre sempre se atém à semelhança com outras obras de arte, ou seja, ao sucedâneo da identidade. A indústria cultural é aquela que acaba colocando a imitação como algo absoluto, pois ela é reduzida ao estilo. Sendo assim, quando ela se reduz simplesmente ao estilo, ela acaba por trai o seu segredo, que é o da obediência à hierarquia social.

Conforme Adorno e Horkheimer, a barbárie estética que é consumada na modernidade sempre pairou sobre as criações do espírito desde que foram reunidas e neutralizadas a título de cultura. O ato de falar em cultura sempre foi, por si só, contrário à própria cultura. O denominador comum “cultura” é aquilo que já contém o levantamento estatístico, a catalogação, e a classificação que introduzem a cultura no domínio da administração. Quando a indústria cultural subordina da mesma maneira todos os setores da produção espiritual com o fim de ocupar todo o tempo dos homens, desde seu horário de trabalho, até seu horário de descanso, o que ocorre é que esta subsunção realiza o conceito de cultura unitária, a qual os filósofos da personalidade opunham à massificação.

Falar em cultura foi sempre contrário à cultura. O denominador comum “cultura” já contém virtualmente o levantamento estatístico, a catalogação, a classificação que introduz a cultura no domínio da administração. Só a subsunção industrializada e consequente é inteiramente adequada a esse conceito de cultura. Ao subordinar da mesma maneira todos os setores da produção espiritual a este fim único – ocupar os sentidos dos homens da saída da fábrica, à noitinha, até a chegada ao relógio do ponto, na manhã seguinte, com o selo da tarefa de que devem se ocupar durante o dia – essa subsunção realiza ironicamente o conceito da cultura unitária que os filósofos da personalidade opunham à massificação (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 123).

Por isso, a indústria cultural, que é em si o mais inflexível de todos os estilos, se revela como sendo a própria meta do liberalismo. As categorias e conteúdos da indústria cultural são provenientes da esfera liberal, assim como são do naturalismo domesticado. Ou seja, aquele sujeito que pretende resistir à indústria cultural passa a pertencer dela de qualquer modo, assim como o participante da reforma agrária pertence ao capitalismo. A rebeldia do sujeito que pretende resistir à indústria cultural se torna a marca registrada daquele que pretende trazer uma nova ideia à atividade industrial. Os autores da Dialética do Esclarecimento

enxergam que existe um abismo incomensurável entre o coro e os protagonistas na indústria cultural, e por isso, quanto maior for este abismo, mais certamente existe lugar para aquele que pretende mostrar sua superioridade por uma notoriedade bem planejada.

Acreditar que a barbárie da indústria cultural é uma consequência do atraso da consciência norte-americana relativamente ao desenvolvimento da técnica seria uma crença ilusória, conforme Adorno e Horkheimer. Para eles, a Europa pré-fascista também estava atrasada, mas era exatamente o atraso nela presente que dava ao espírito um pouco de autonomia e assegurava aos seus últimos representantes a possibilidade de existir, mesmo que estes estivessem oprimidos. Na Alemanha, os poderes políticos, o Estado e as municipalidades haviam preservado uma parte daquela independência das relações de dominação vigentes no mercado, o que proporcionou à arte tardia um resguardo contra o veredito da oferta e da procura. Até mesmo no próprio mercado, ainda existia o tributo a uma qualidade sem utilidade. Por este motivo, editores literários e musicais puderam cultivar autores que rendiam pouco mais que o respeito do conhecedor.

A obrigação ao artista de incessantemente se inserir, sob a mais drástica das ameaças, na vida dos negócios como um especialista estético impôs um freio ao artista. No passado, estes artistas firmavam suas cartas como Kant e Hume, como um “humilde servidor”, ao mesmo tempo em que solapavam os fundamentos da nobreza e igreja. Hoje em dia, com a indústria cultural, o que ocorre são os artistas chamarem os chefes de governo pelo primeiro nome, e estarem, cada um, submetidos em seus impulsos artísticos ao jugo de seus patrões. Mais uma vez, o sujeito que em sua rebeldia pretende não se conformar é punido com uma impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do individualista. Ora, aquele que se rebela será excluído da atividade industrial, e terá sua insuficiência econômica facilmente comprovada.

O mecanismo da oferta e da procura, conforme os autores da Dialética do Esclarecimento, é aquele que atua na superestrutura como um mecanismo de controle a favor da classe dominante. Os consumidores serão os

trabalhadores, os empregados, os lavradores e os pequenos burgueses. A produção organizada pelo capital mantém estes sujeitos tão bem presos em corpo e alma que eles sucumbem sem resistência ao que lhes é oferecido. Observam Adorno e Horkheimer que os dominados sempre levaram mais a sério que os dominadores a moral que recebiam destes, e hoje, o que o ocorre é que as massas oprimidas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que os bem-sucedidos. As massas dominadas passam a ter os desejos da classe dominante na modernidade, e insistem na ideologia que as escraviza.

Quando a indústria cultural ratifica com astúcia refinada a demanda de bugigangas, ela acaba por inaugurar uma harmonia total — a cultura distribui democraticamente seu “privilégio” a todos. O conformismo dos compradores, assim como o descaramento da produção que eles mantêm funcionando adquire boa consciência. O comprador, por sua vez, se contenta com a reprodução daquilo que é sempre igual, sempre o mesmo. Toda essa semelhança que a cultura passa a ter é algo recorrente no texto de Adorno e Horkheimer, e algo que os autores reiteram sobre a cultura. O que existe de novo agora, colocam os autores, é que, na fase da cultura de massas, em comparação com a fase do liberalismo avançado, é justamente a exclusão de tudo aquilo que é novo: “a máquina gira sem sair do lugar” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 126).

Ao mesmo tempo em que a máquina determina que tem de haver o consumo para continuar funcionando, ela descarta tudo aquilo que não foi experimentado, porque o que não foi experimentado representa um risco financeiro. Os cineastas observam com desconfiança um roteiro que não se baseie em um *best-seller*¹³. Mais uma vez Adorno e Horkheimer falam sobre a reprodução mecânica e o ritmo imparável da maquinaria da indústria cultural, dizendo que a vitória universal do ritmo de produção e da reprodução mecânica é a garantia que não existirá nada de novo, de que nada mudará ou surgirá que não se adapte a este ritmo. Para a indústria cultural, o menor acréscimo ao inventário cultural é um risco

¹³ Sobre este fato do cinema, basta revisitar a grande quantidade de produções cinematográficas da época da redação da *Dialética do Esclarecimento* que se baseavam em *best-sellers*, como *It Happened One Night* (1934) ou *Of Mice and Men* (1939).

excessivo, e formas fixas como o *sketch*, a história curta, o filme de tese, e o êxito de bilheteria são a média, são também aquilo a qual toda a cultura deve se adaptar, e se orientam normativamente e impostos ameaçadoramente, como um exemplar do gosto característico do liberalismo avançado.

É notável que a indústria cultural continua sendo a indústria da diversão. Sobre isto, vale lembrar os aspectos da arte “leve” que Adorno e Horkheimer colocam nos parágrafos anteriores da seção sobre a indústria cultural na *Dialética do Esclarecimento*. O controle que a indústria cultural exerce sobre o consumidor, a atração que ela oferece é justamente a diversão, que ocorre no tempo livre do consumidor — tempo este que agora acaba sendo ocupado pelos produtos da indústria cultural, e se converte em uma extensão da jornada de trabalho. O cinema tem sua primeira reorganização pouco antes da Primeira Guerra Mundial, e essa reorganização consistiu exatamente em adaptar o conteúdo dos filmes com base nas bilheterias. Esta tendência persiste até hoje, que continua se baseando nos sucessos de bilheterias; ora, sua ideologia é negócio, o lucro.

2.5 A CONCEITUAÇÃO DA INDÚSTRIA CULTURAL COMO UMA EXTENSÃO DA JORNADA DE TRABALHO

O poder da indústria cultural, colocam os autores da *Dialética do Esclarecimento*, provém da sua identificação com a necessidade produzida pelo próprio sistema capitalista. Esta diversão que a indústria cultural proporciona nada mais é que o prolongamento do trabalho, sob o capitalismo tardio. A indústria cultural é procurada pelo sujeito para escapar ao processo de trabalho mecanizado, para ter condições de enfrentar novamente esse processo de trabalho no dia seguinte. Porém, a mecanização atinge tal poderio sobre o sujeito em seu lazer, e também sobre sua felicidade — esta mecanização determina de maneira tão profunda a fabricação das mercadorias destinadas à diversão — que o sujeito não é capaz de perceber a repetição, as cópias que reproduzem o processo de trabalho.

O pretenso conteúdo que a indústria cultural oferece é apenas uma fachada desbotada, e a pessoa em contato com este conteúdo apenas grava a sequência automatizada de operações padronizadas. Por isso, se torna impossível escapar ao processo de trabalho na fábrica ou no escritório, mesmo adaptando-se a ele durante o ócio, e aí está a doença incurável da diversão sob o capitalismo tardio. Sob o jugo da indústria cultural, o prazer se congela no aborrecimento, porque, para ser um prazer, ele não deve mais exigir esforço, e passa a se mover nos trilhos já gastos das associações habituais. O espectador da indústria cultural não pode ter nenhum pensamento próprio ou atitude contemplativa; é o produto que prescreve toda a reação do espectador. Isto se dá não pela estrutura temática destes produtos — a qual desmorona assim que exige o pensamento — mas através de sinais. A ligação lógica que pressuponha qualquer esforço intelectual é evitada, e os desenvolvimentos têm de resultar tanto quanto for possível na situação imediatamente anterior, e não na ideia do todo da obra.

Ainda sobre o filme sonoro, colocam Adorno e Horkheimer que os enredos da indústria cultural são fornecidos de maneira que os roteiristas tiram de cada cena tudo o que se pode entender da própria cena:

Não há enredo que resista ao zelo com que os roteiristas se empenham em tirar de cada cena tudo o que se pode depreender dela. Por fim, o próprio esquema parece perigoso na medida em que estabelece uma conexão inteligível, por mais pobre que seja, onde só é aceitável a falta de sentido. Muitas vezes se recusa maldosamente à ação o desenvolvimento que os personagens e o tema exigiam segundo o esquema antigo (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 125).

Ao invés de apresentar este desenvolvimento exigido do personagem no filme sonoro, existe uma tendência do filme sonoro — que é um produto, segundo Adorno — a recorrer malignamente ao puro absurdo. Este é um ingrediente legítimo da arte popular, o da farsa e da bufonaria desde os seus primórdios até Chaplin e os irmãos Marx, e aparece de maneira mais evidente nos gêneros menos

pretensiosos. Esta tendência ao absurdo, segundo Adorno, se impôs totalmente no texto da *novelty song*, no filme policial e nos *cartoons*. Ou seja, assim como os objetos dos filmes cômicos e dos filmes de terror, o pensamento é, ele mesmo, massacrado e desperdiçado. Neste ponto do texto, é pertinente atentar que mais uma vez Adorno está criticando o produto da indústria cultural por sua completa incapacidade de proporcionar ao sujeito um espaço e tempo para a contemplação, para a reflexão. Assim como esta ordem que coloca os sujeitos em disposição para o trabalho sob as leis do capitalismo tardio, o pensamento também é despedaçado, tornado fraco.

Para Adorno, as *novelty songs* sempre viveram do desprezo pelo sentido inteligível, e apenas reduzem qualquer sentido à monotonia da simbólica sexual. Nem mesmo os filmes policiais e de aventuras na modernidade não permitem ao espectador de hoje assistir à marcha do esclarecimento. Até nas produções do gênero destituídas de ironia, o espectador tem de se contentar com os sustos proporcionados por situações que são precariamente interligadas. Adorno se debruça também sobre os filmes de animação, que outrora eram expoentes da fantasia contra o racionalismo. Estes filmes faziam justiça aos animais e coisas eletrizadas por sua técnica, dando aos mutilados uma segunda vida. Porém, o que ocorre na modernidade segundo Adorno, é que este tipo de filme apenas confirma a vitória da razão tecnológica sobre aquilo que é verdadeiro. Coloca Adorno que até poucos anos atrás, este tipo de filme tinha um enredo consistente e que só se esfacelava quando começava a ação da perseguição nos últimos minutos do filme. O procedimento deste tipo de filme assemelhava-se, nesta época, ao antigo costume da *slapstick comedy*. O que acontece na modernidade é que as relações temporais se deslocaram.

No filme de animação, as primeiras sequências do filme ainda esboçam uma ação temática, a qual é destinada, no entanto, a ser demolida no meio do filme. O que ocorrerá, conforme Adorno, é que sob a gritaria do público, o protagonista será jogado para cá e para lá tal qual um farrapo. Deste modo, a quantidade da diversão organizada se converte na qualidade de *crueidade*

organizada. Aqueles que são designados como censores da indústria cinematográfica, que são ligados a ela por uma afinidade eletiva, são aqueles que vigiam a duração deste “crime” exibido em tela, e que se dá a dimensão de uma caçada.

Esta hilaridade coloca fim ao prazer que a cena de um abraço poderia, de forma pretensa, proporcionar e adia a satisfação para o dia do *pogrom*¹⁴. Ao mesmo passo em que os filmes de animação fazem mais do que simplesmente habituar os sentidos do espectador ao novo ritmo¹⁵, o que ocorre é que é inculcada sobre a consciência de todos os sujeitos, neste caso espectadores, a antiga verdade de que a condição de vida nesta sociedade é o desgaste contínuo, o esmagamento de toda a resistência individual. Ou seja, assim como o Pato Donald nos *cartoons*, também os desafortunados que são os espectadores deste tipo de *cartoon* vão acostumando-se a receber sua quantidade de violência; estes espectadores na vida real recebem sua sova para se acostumar à violência cotidiana que este tipo de sociedade lhes proporciona.

O que Adorno e Horkheimer fazem menção é ao fato de que o espectador, em contato com um produto que o condiciona à violência diária, e privado de uma arte que o apresente ao belo e à contemplação, está cada vez mais pronto para ser inserido no contexto desta sociedade de capitalismo tardio, onde as massas recebem este tipo de tratamento:

O prazer com a violência infligida ao personagem transforma-se em violência contra o espectador, a diversão em esforço. Ao olho cansado do espectador nada deve escapar daquilo que os especialistas excogitaram como estímulo; ninguém tem o direito de se mostrar estúpido diante da esperteza do espetáculo; é preciso acompanhar tudo e reagir com aquela

¹⁴ É notável neste ponto do texto de Adorno a escolha do termo *pogrom*, tendo em vista a época em que a Dialética do Esclarecimento veio à tona, e também de que o último capítulo da obra trata do racismo e do antissemitismo. Isto reflete toda uma época em que um desastre para a humanidade havia ocorrido, a perseguição aos judeus na Alemanha, do qual os próprios autores foram vítimas.

¹⁵ O “ritmo de aço” da grande indústria, como colocam Adorno e Horkheimer no começo do capítulo dedicado à indústria cultural.

presteza que o espetáculo exhibe e propaga. Deste modo, pode-se questionar se a indústria cultural ainda preenche a função de distrair, de que ela se gaba tão estentoreamente (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 130).

Segundo Adorno e Horkheimer, se a maior parte dos rádios e dos cinemas fossem fechados, o que provavelmente aconteceria é que os consumidores não sentiriam tanto assim sua falta. Isto é porque o passo que leva da rua ao cinema não leva mais ao sonho, à contemplação, à presença da arte que introduz ao belo, e, desde que a mera existência das instituições deixou de obrigar à sua utilização, também deixou de existir uma ânsia que fosse tão grande de utilizá-las. Adorno e Horkheimer frisam que este fechamento de rádios e cinemas não seria em nada comparável a uma destruição reacionária de máquinas, como se houvesse uma revolta e se quebrassem os projetores de cinema. Isso se dá porque os consumidores que realmente se sentiriam frustrados neste fato não seriam os fãs, mas sim, os que sempre são prejudicados. Afinal, o escuro do cinema oferece à dona de casa um refúgio onde ela pode passar algumas horas sem controle, assim como antigamente, na época em que ainda havia lares e folgas vespertinas, onde esta mesma dona de casa poderia sentar-se confortavelmente à janela e olhar para a rua¹⁶.

Entre outros destes que seriam realmente prejudicados com tal fechamento, segundo os autores da *Dialética do Esclarecimento*, seriam as pessoas que não estão integradas ao sistema capitalista dos grandes centros, que encontram o frio no verão e o calor no inverno nestes locais climatizados; no caso, o cinema. Porém, fora estes que aproveitam do refúgio do cinema, o que temos é que pelo critério da ordem que existe nessa aparelhagem inflada do prazer, esta aparelhagem em nada torna a vida mais humana para os homens. Esta ideia de um

¹⁶ Neste ponto do texto onde Adorno e Horkheimer falam sobre a situação da dona de casa, vale lembrar que a situação das mulheres à época da edição da *Dialética do Esclarecimento* era, inclusive na cultura ocidental à qual ela se refere, uma condição distinta da contemporaneidade, incluindo menos direitos, menos espaço no mercado de trabalho, toda uma circunstância opressora mais forte que nos dias de hoje, e maior número portanto de mulheres que seriam então, como os autores colocam, donas de casa, para as quais o cinema poderia ser um refúgio.

esgotamento de possibilidades técnicas que existem, esta ideia de uma plena utilização de capacidades em vista do consumo estético massificado, ora, esta é o *modus operandi* do próprio sistema econômico que recusa a utilização de capacidades quando tratamos de assuntos como a eliminação da fome, por exemplo.

A indústria cultural, em análise dos dois filósofos alemães, nunca para de conseguir mais e mais consumidores, ao mesmo passo em que ela não entrega tudo aquilo que continuamente promete a estes consumidores. A promessa de que no fim do filme haverá prazer, que é emitida pelo enredo e pela encenação, se prorroga indefinidamente, ao invés de ser entregue ao público consumidor. De forma vil, esta promessa que a indústria cultural traz é a de que nunca se chegue ao que foi prometido; o que temos é que o convidado — o sujeito em contato com a indústria cultural — deve se contentar com a leitura do cardápio apenas. Sobre o desejo dos sujeitos em contato com a indústria cultural, que é excitado por nomes e imagens cheios de brilho, o que é servido no final é apenas a reprodução, o elogio do mesmo cotidiano cinzento sobre o qual este sujeito desejaria escapar.

Ao lado deste desejo, as obras de arte também nunca foram exhibições sexuais. Porém, como elas apresentavam a renúncia como algo de negativo, elas também revogavam, por assim dizer, a “humilhação da pulsão e salvavam aquilo a que se renunciara como algo mediatizado” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 131). Este é o segredo da sublimação estética, que é justamente apresentar a satisfação do desejo como uma promessa rompida. O que a indústria cultural faz não é sublimar, mas sim reprimir. Ela assim o faz através da exposição repetida do objeto do desejo, o busto no suéter e o torso nu do herói esportivo; o que a indústria cultural faz é apenas excitar o prazer preliminar não sublimado que o hábito da renúncia a qual ela impõe aos sujeitos há muito já foi mutilado e reduziu ao masoquismo. Não existe nenhuma situação erótica que não junte à alusão e à excitação a indicação de que jamais se deve chegar a este ponto.

Talvez em uma das colocações mais importantes na Dialética do Esclarecimento, Adorno e Horkheimer dizem: “As obras de arte são ascéticas e sem

pudor, a indústria cultural é pornográfica e puritana” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 131). Portanto, o que a indústria cultural faz é reduzir o amor ao romance, e, uma vez que ele está dessa maneira, reduzido, muita coisa com ele é permitida — ele se faz vendável, até mesmo no formato de libertinagem, em pequenas doses e com a marca comercial “*daring*” (ousado). Esta produção em série do objeto sexual produz o recalçamento do desejo. Ora, o astro do cinema a quem as mulheres devem, segundo a indústria cultural, exibir uma espécie de paixão, são, em sua ubiquidade, uma própria cópia de um padrão apresentado pela indústria cultural. A voz de tenores acaba soando como um disco de Caruso, e os rostos das moças texanas, segundo Adorno e Horkheimer, se assemelham em sua espontaneidade natural aos modelos que foram de sucesso, os que seguem os padrões de Hollywood¹⁷.

Em outra interessantíssima e importante crítica de Adorno e Horkheimer, os autores nos explicam que a reprodução mecânica do belo, reprodução esta que serve *a fortiori*, onde existe a idolatria metódica da individualidade, vemos a exaltação reacionária da cultura — cultura esta que não deixa mais nenhuma margem para a idolatria inconsciente que era ligada ao belo. O que temos então, na modernidade? Ao invés desta ligação com o belo, com a contemplação, temos o triunfo sobre o belo. O belo agora é levado a cabo pelo humor, pela alegria maldosa que é experimentada com toda renúncia bem-sucedida. Segundo os autores da Dialética do Esclarecimento, nós agora rimos do fato de que não existe nada de que se rir. Sobre o riso, explicam os autores:

O riso, tanto o riso da reconciliação quanto o riso de terror, acompanha sempre o instante em que o medo passa. Ele indica a liberação, seja do perigo físico, seja das garras da lógica. O riso da reconciliação é como que o eco do fato de ter escapado à potência, o riso mau vence o medo passando para o lado das instâncias que inspiram temor. Ele é o eco da

¹⁷ Nesta colocação de Adorno e Horkheimer, observamos que tal tendência se estende fortemente até os dias de hoje, e alastra-se pelo mundo globalizado; a tendência da padronização, do modelo que corpos devem seguir, etc.

potência como algo de inescapável. *Fun* é um banho medicinal, que a indústria do prazer prescreve incessantemente. O riso torna-se nela o meio fraudulento de ludibriar a felicidade (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 131).

Para Adorno e Horkheimer, estes instantes de felicidade não conhecem o verdadeiro riso, mas sim apenas as operetas e depois os filmes, que representam o sexo com uma gargalhada sonora. Porém, e neste ponto os autores da Dialética do Esclarecimento referenciam a verdadeira arte, Baudelaire é tão sem humor algum quanto Hölderlin é sem humor algum. Porém, na falsa sociedade, este riso ataca, tal qual uma doença, a felicidade, arrastando a felicidade para a indigna totalidade desta sociedade. Rir de alguma coisa é sempre ridicularizar, e esta vida que, segundo Bergson, lembram os autores, pretende romper com o riso a consolidação dos costumes, é na verdade uma vida que irrompe barbaramente; ela é a autoafirmação que ousa festejar em uma ocasião social sua liberação do escrúpulo. Ora, um grupo de pessoas a rir é uma própria paródia da humanidade, dizem Adorno e Horkheimer. Elas são mônadas, e cada uma das quais se entregam ao prazer de estarem decididas a tudo à custa dos demais, e com o respaldo da maioria. A harmonia delas é a caricatura da solidariedade.

Ainda sobre o riso, continuam os autores dizendo que o que é diabólico no riso falso está justamente em que ele é uma paródia até mesmo daquilo que existe de melhor, que é a reconciliação. O prazer, no entanto, traz em si o seu rigor. Vemos isto na ideologia dos conventos, na qual não é a ascese, mas sim o ato sexual, que demonstra a renúncia a uma felicidade que é impossível de ser alcançada. Esta ideologia se confirma negativamente pela seriedade do amante que atrela a sua vida ao instante que se escapa facilmente. O que a indústria cultural faz é colocar a renúncia jovial no lugar desta dor romântica, que é presente tanto na embriaguez, tanto como na ascese. A “lei suprema” da indústria cultural, dizem os autores, é a de que os consumidores da indústria cultural não devem a nenhum

preço atingir o alvo do desejo, e é neste ato que estes consumidores devem, com o riso, se satisfazer¹⁸.

Ou seja, a cada espetáculo que a indústria cultural apresentar, ela deve mais uma vez aplicar e demonstrar de maneira inequívoca a renúncia permanente que a civilização impõe às pessoas. Segundo os autores, oferecer algo a estas pessoas e ao mesmo tempo privar estas pessoas deste algo, é a mesma coisa. É justamente esta privação o que oferece a indústria do erotismo — justamente porque o coito nunca deve ter um lugar, tudo acaba por orbitar em torno do coito. Explicam os autores que, por exemplo, ao confessar em um filme a ilegitimidade de uma relação sem impor aos culpados a correspondente punição é um objeto de tabu “mais rigoroso que, digamos, a militância no movimento operário por parte do futuro genro de um milionário” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 132).

Segundo os autores, de modo contrário ao que se passa na era liberal, a cultura que é industrializada é capaz de se permitir, tanto quando a cultura nacional-popular (*völkisch*) no fascismo, a indignação com o capitalismo, mas o que esta cultura não abdica de modo algum é a ameaça de castração, porque esta ameaça constitui a própria essência desta cultura. Esta ameaça de castração sobrevive ao relaxamento organizado dos costumes, quando vemos homens uniformizados em filmes alegres feitos para os homens, e sobrevive, por fim, na realidade. Ou seja, para Adorno e Horkheimer, o que é decisivo nesta sociedade moderna não é o puritanismo, mas sim um sistema que tem como grande importância a necessidade imanente de não soltar, não liberar o consumidor, não lhe dar em nenhum momento o pressentimento de uma possibilidade de resistência.

Este princípio que a indústria cultural traz em si, o de não possibilitar resistência, e nunca satisfazer de verdade o desejo do consumidor, impõe que as necessidades do consumidor se apresentem como possíveis de serem satisfeitas pela indústria cultural, porém, pontuam os autores, somente conquanto essas necessidades sejam organizadas de tal maneira que este sujeito se veja nestas

¹⁸ Mais uma vez, Adorno e Horkheimer expressam que a indústria cultural vende como consumo um produto que jamais deixa seu objetivo ser atingido.

necessidades como um eterno consumidor, como um objeto da indústria cultural. A indústria cultural não somente faz crer que o prêmio que ela oferece seria a satisfação, mas além disso, dá a entender ao consumidor que ele teria, de qualquer maneira, de se arranjar com o que é oferecido. Por exemplo, a fuga do cotidiano, que é uma eterna promessa da indústria cultural em cada uma de suas ramificações, acontece do mesmo modo que “o rapto da moça”, pontuam os autores, em uma folha humorística norte-americana; no fim, temos que é o próprio pai quem está segurando a escada no escuro. Ou seja, a indústria cultural nada mais oferece como paraíso como aquele cotidiano ao qual o sujeito já está acostumado. Para os autores, tanto o *escape* (fuga) quando o *elopment* (rapto) já estão de antemão destinados a reconduzir o sujeito ao ponto de partida. Sendo assim, a diversão que a indústria cultural oferece favorece a resignação, que nela quer se esquecer.

Sobre o entretenimento, Adorno e Horkheimer explicam que ele não é a antítese da arte:

Livre de toda restrição, o entretenimento não seria a mera antítese da arte, mas o extremo que a toca. O absurdo tipo Mark Twain, que a indústria cultural norte-americana às vezes se põe a namorar, poderia significar um corretivo da arte. Quanto mais a sério ela leva a contradição com a vida, tanto mais ela se parece com a seriedade da vida, seu oposto; quanto mais trabalho emprega para se desenvolver em toda sua pureza a partir da lei de sua própria forma, mais ela volta a exigir trabalho do entendimento, quando ela queria justamente negar o peso deste trabalho (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 133).

Ou seja, os autores entendem que mesmo em musicais, e até mesmo nas farsas e nos *funnies* (filmes de comédia), ainda existe por vezes a possibilidade desta negação, a do peso do trabalho empregado para se desenvolver em sua pureza a partir da lei de sua própria forma. Porém, não é lícito dentro da indústria cultural realizar tal negação. O que temos na indústria cultural, sobre o

entretenimento, é que ele puramente, em sua lógica, é o abandono descontraído à multiplicidade das associações e ao absurdo feliz, e é cerceado pelo entretenimento corrente; este entretenimento na indústria cultural é estorvado pela contrafacção de um sentido coerente que a indústria cultural quer acrescentar a seus produtos e de que a indústria cultural, ao mesmo tempo, abusa espertamente como um mero pretexto para a aparição dos astros. Temos então que detalhes biográficos¹⁹ e “outras fábulas” remendam os retalhos do absurdo e constituem um enredo fraco. Ora, os autores colocam que não são os guizos da carapuça do bufão que se põem a tilintar, mas sim o molho de chaves da razão capitalista, que até mesmo na tela do cinema liga o prazer aos projetos de expansão.

Neste entretenimento que a indústria cultural oferece, veremos que cada beijo no filme musical tem de contribuir para a carreira do boxeador, ou qualquer outro perito em sucessos que tem sua carreira glorificada. A realização da indústria cultural, portanto, não está somente no fato de que ela propõe diversões, mas sim no fato de ela estraga o prazer com o envolvimento de sua habilidade comercial nestes clichês ideológicos da “cultura em vias de liquidar a si mesma” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 133-134). Para os autores da Dialética do Esclarecimento, a ética e o gosto procuram podar a diversão irrefreada como “ingênua” (tal ingenuidade é considerada tão grave quanto o intelectualismo) e impõem restrições até mesmo à potencialidade técnica. O que existe, portanto, é que a indústria cultural é corrompida, mas não é corrompida como uma “Babilônia do pecado”, dizem Adorno e Horkheimer, mas sim como esta catedral de divertimento de alto nível. Citando várias facetas da indústria cultural, os autores colocam que de “Hemingway²⁰ a Emil Ludwig, de Mrs. Miniver ao Lone Ranger, de Toscanini a Guy Lombardo” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 134), o que temos é que a inverdade é inerente a um espírito que foi recebido pronto da arte e da ciência.

¹⁹ Theodor Adorno diz o mesmo sobre detalhes biográficos de artistas tomando lugar central na modernidade ao invés da verdadeira arte também no texto estudado nesta dissertação, *O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição*.

²⁰ Adorno e Horkheimer citam Ernest Hemingway, e vale lembrar o posicionamento crítico dos autores em relação à *short story*, a qual foi popularizada por Hemingway.

A indústria cultural, continuam Adorno e Horkheimer, ainda traz algo de melhor nos traços que a aproximam do circo, na habilidade dos cavaleiros, acrobatas e palhaços, na “defesa e justificação da arte corporal em face da arte espiritual”, em citação dos autores de Frank Wedekind. Porém, estes últimos refúgios que a arte circense traz que representam o humano contra o mecanismo social, de fato, perdeu a alma, e são descobertos por uma razão planejadora, que obriga todas as coisas a provarem o seu significado e eficácia. Esta razão planejadora faz com que o sem-sentido na base da escala desapareça tão radicalmente quanto, no topo da escala, desaparece também qualquer sentido das obras de arte.

Em mais uma colocação importante de Adorno e Horkheimer ponderando sobre indústria cultural e diversão, estes dizem que a fusão que existe atualmente na cultura e no entretenimento não é realizada unicamente como uma depravação da cultura, mas sim como uma “espiritualização forçada da diversão” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 134). Esta espiritualização forçada da diversão já está presente no fato de que só existe o acesso a ela em suas reproduções, como na cinematografia, ou na emissão radiofônica. Nesta era onde é tão preponderante esta expansão liberal, os autores nos alertam que a diversão vivia da fé intacta no futuro, ou seja, tudo ficaria como estava, ao mesmo passo em que tudo se tornaria melhor.

Esta fé é novamente espiritualizada na modernidade, e sua existência passa a ser tão sutil que ela perde de vista qualquer objetivo, e passa a meramente se reduzir ao fundo dourado que é projetado por trás da realidade. Esta fé, continuam os autores, é composta dos valores com os quais, em paralelo com a vida, se investem novamente no espetáculo, por exemplo, no rapaz exemplar propagandeado pelo espetáculo, no engenheiro, na jovem dinâmica, na falta de escrúpulos que é disfarçada de caráter, no interesse esportivo, assim como nos automóveis e cigarros, onde vemos que mesmo quando o entretenimento não é posto na conta de publicidade de seu produtor imediato, ele é posto na conta do sistema como um todo.

Os autores seguem advertindo o leitor de que a diversão presente na modernidade e na sociedade de capitalismo tardio, ela própria se alinha com os ideais, ela toma o lugar dos bens superiores, que ela expulsa de modo completo das massas, e repete estes bens superiores de uma maneira ainda mais estereotipada do que os reclames publicitários que são pagos por firmas privadas. Sobre a inferioridade, também colocam Adorno e Horkheimer que ela é uma forma subjetivamente limitada da verdade, e sempre fora ela mais submissa aos senhores externos do que ela mesma desconfiava. O que faz a indústria cultural com a inferioridade é transformá-la em uma mentira patente. A única impressão que a inferioridade ainda produz é de algo moroso, onde as pessoas a toleram nos *best-sellers* religiosos e nos filmes psicológicos, como se esta inferioridade fosse ao mesmo tempo um ingrediente penoso e agradável. Tal tolerância para com a inferioridade serve apenas para que o sujeito em contato com este ramo da indústria cultural possa dominar com maior segurança na vida real os próprios impulsos humanos que lhe pertencem. Desta maneira, o que a diversão realiza é nada mais que a purificação das paixões, a qual Aristóteles já atribuía à tragédia, e agora Mortimer Adler²¹ ao filme sonoro. O resultado final, alertam os autores, é de que a indústria cultural desvende a verdade sobre a catarse.

Adorno e Horkheimer continuam apontando os problemas com a indústria cultural, dizendo que quanto mais firmes se tornam as posições da indústria cultural em si, de modo mais sumário ela pode proceder com as necessidades dos consumidores, manipulando-as, dirigindo-as, disciplinando-as e, inclusive, com a capacidade de, porventura, suspender a própria diversão; ou seja, nenhuma barreira é capaz de ser levantada contra o progresso cultural. Porém, essa tendência da manipulação das necessidades de sujeitos já é imanente ao próprio princípio da diversão enquanto ele é um princípio burguês esclarecido. Temos, portanto, que a necessidade de diversão, em larga escala, fora produzida pela indústria, que às massas sempre se recomendou a obra por seu tema, a oleogravura pela iguaria representada, e, de modo inverso, se recomendou sempre

²¹ Mortimer Adler fora um pensador, filósofo e autor norte-americano.

o pudim em pó através da imagem do pudim; fora sempre possível notar na diversão a tentativa de impingir mercadorias, a *sales talk*²², o discurso do charlatão de feira.

No entanto, na modernidade, o que temo é que a afinidade original entre os negócios e a diversão se mostra em seu próprio sentido como a apologia da sociedade. Divertir-se, portanto, quer dizer estar de acordo, aceitar. Este divertir-se, este estar de acordo só é possível quando este ato se isola do processo social em seu todo, e se idiotiza e se abandona desde o início da pretensão inescapável de toda obra, até mesmo da mais insignificante, de refletir sobre sua limitação sobre o todo. O que “divertir” sempre significa nada mais é que o escape, a fuga: não ter que pensar nisso, esquecer do sofrimento até mesmo onde ele é mostrado. A impotência deste “divertir-se” é a sua própria base. Este ato é, na verdade, uma fuga, mas não como quer parecer, como uma fuga da realidade ruim, e sim da última ideia de resistência que a realidade ainda deixa subsistir. Sobre a liberação que é prometida pela diversão, pontuam Adorno e Horkheimer:

A liberação prometida pela diversão é a liberação do pensamento como negação. O descaramento da pergunta retórica: “Mas o que é que as pessoas querem?” consiste em dirigir-se às pessoas como sujeitos pensantes, quando sua missão específica é desacostumá-las da subjetividade. Mesmo quando o público se rebela contra a indústria cultural, essa rebelião é o resultado lógico do desamparo para o qual ela própria o educou (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 135).

Temos, mais uma vez, que a indústria cultural manipula, disciplina e educa os sujeitos. Mesmo assim, a indústria cultural encontra uma barreira: tornou-se cada vez mais difícil persuadir as pessoas a colaborar. Isto é porque o progresso da estultificação não pode ficar atrás do simultâneo progresso de inteligência. Nesta era onde a estatística e manipulação de sujeitos-consumidores se torna a regra, mesmo assim, as massas já estão muito escaldadas, acostumadas, para se

²² Expressão americana que quer dizer a fala, o tipo de conversa, a lábia do vendedor.

identificar com o milionário na tela; já estão elas muito embrutecidas para se desviar sequer um milímetro da lei do grande número. “A ideologia se esconde no cálculo de probabilidade” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 135).

A felicidade existente não deve ser alcançável para todos, mas sim para quem tira a sorte, ou, melhor ainda, para os que são designados por uma potência superior, a qual na maioria das vezes nada mais é que a indústria do prazer, que é incessantemente apresentada como estando em busca dessa pessoa. Os personagens que são descobertos pelos caçadores de talentos²³ e depois lançados em grande escala pela grande indústria são os tipos ideais da nova classe média que é dependente de todo este sistema. A estrela de cinema deve simbolizar a empregada de escritório, mas de tal maneira que, de modo diferente da real empregada de escritório, o vestido de noite já parece talhado para ela. Desta maneira, a estrela fixa para a espectadora não apenas a possibilidade de também vir a obter sucesso na tela, mas fixa, de modo ainda mais preponderante, a distância que existe entre as duas.

3 A PERDA DA SUBJETIVIDADE: UMA DAS CARACTERÍSTICAS MAIS MARCANTES DA INDÚSTRIA CULTURAL

Novamente Adorno e Horkheimer fazem a aproximação da indústria cultural com o bilhete de loteria, dizendo que apenas um pode tirar a sorte grande, apenas um pode se tornar célebre, e mesmo com todos tendo a mesma probabilidade, esta é para cada um destes sujeitos inseridos na indústria cultural tão mínima, tão ínfima, que é melhor riscá-la de vez e assistir passivamente a felicidade de outro, que poderia ser ele próprio — que, de certa maneira, representa ele próprio — e, no entanto, jamais é. Mesmo nos casos em que a indústria cultural

²³ Sobre caçadores de talentos, ou *headhunters* no inglês, vale lembrar que o filósofo Gilles Deleuze também aponta para este problema da modernidade em sua entrevista *L'Abécédaire de Gilles Deleuze*, dizendo o filósofo que jamais seria possível para um caçador de talentos encontrar um “novo Samuel Beckett”, justamente pela impossibilidade de um especialista encontrar o tipo de talento que traz uma inovação em sua área.

convida a uma identificação ingênua, esta identificação é de pronto desmentida. Não é mais permitido ao sujeito “perder-se de si mesmo”²⁴. Em épocas em que o cinema exibia maior autonomia, o espectador via no filme sua própria vida — seu próprio casamento, por exemplo. O que temos na modernidade, e com a indústria cultural, é de que os bem-aventurados exibidos na tela são exemplares que pertencem ao mesmo gênero a que pertence cada pessoa que está assistindo, mas esta igualdade implica a separação insuperável dos elementos humanos. Esta semelhança perfeita implica em uma diferença absoluta.

O que a indústria cultural faz é realizar maldosamente o homem como um ser genérico. Cada um destes homens é apenas o que é mediante o que pode substituir todos os outros; ele torna-se um ser fungível, um mero exemplar. Este sujeito, enquanto um indivíduo, é absolutamente aquilo que é substituível, é o puro nada, e é justamente isso que este sujeito percebe quando perde com o tempo a semelhança. É possível que esta perda de subjetividade seja uma das características mais marcantes da indústria cultural, e também que este trecho onde Adorno e Horkheimer apontam para este problema seja uma das análises mais acuradas do que a indústria cultural realiza com a subjetividade dos indivíduos em contato com ela.

Com a indústria cultural, nos advertem Adorno e Horkheimer, temos que as pessoas continuam rigidamente agarradas à religião do sucesso, à qual passa a ser modificada em sua estrutura. Antigamente, o que existia para as pessoas era o caminho *per aspera ad astra* (pelos caminhos ásperos até os astros), onde o pressuposto é a penúria e o esforço²⁵, e agora passa a ser substituído cada vez mais pela premiação²⁶. Temos que pelo rádio existe um acaso cego que faz com

²⁴ Acerca deste “perder-se de si mesmo” que Adorno e Horkheimer citam, vale lembrar o que dizem ambos sobre o cinema, de que este “não conduz mais ao sonho”, e sim ao cotidiano. Da mesma maneira, vale lembrar da contemplação, tão presente na arte autônoma, e tão ausente na indústria cultural.

²⁵ É possível que tal espécie de culto tenha-se metamorfoseado na “meritocracia”, propagandeada em tempos atuais, ou pelo menos que sua subsistência até o presente momento seja uma herança de tal culto.

²⁶ Vale lembrar que o sistema de premiação ao trabalhador para que este aceite condições cada vez mais difíceis no ambiente de trabalho é um preceito do neoliberalismo, ideologia posterior à redação da Dialética do Esclarecimento.

que a canção a ser tocada a seguir é a canção de maior sucesso; o ouvinte passa aqui a ter um papel passivo, ele não intervém mais na escolha da canção. O mesmo acaso cego pode transformar a figurante apta ao papel de estrela, e no fim temos todo esse sistema decantado pela ideologia. Os filmes em si que são produzidos pela indústria cultural dão ênfase ao acaso.

Ainda sobre este sistema de premiação e acaso, alertam Adorno e Horkheimer que a indústria cinematográfica está seguindo um padrão que obriga que todos seus personagens, com a exceção do vilão, tenham uma igualdade essencial, ao ponto de excluir as fisionomias rebeldes²⁷, facilitando a princípio a vida do espectador. É assegurado a este espectador que ele não precisa ser em nada diferente do que é, e que ele poderia ter o mesmo sucesso sem exigir dele aquilo que ele se sabe incapaz. Por que motivo temos esta situação? Ora, pelo fato de que isto dá a entender ao espectador que o esforço de nada serve, pois a felicidade burguesa não tem qualquer ligação com o efeito calculável do seu próprio trabalho. De maneira profunda, todos já reconhecem o papel do acaso, através do qual um indivíduo fez sua sorte, como o outro lado do planejamento, justamente porque as forças da sociedade já se desenvolveram no caminho da racionalidade técnica, de tal maneira que qualquer um poderia se tornar um engenheiro ou um gerente; se tornou absolutamente irracional a escolha da pessoa em que a sociedade deve investir uma formação prévia ou a confiança para o exercício dessas funções.

Sobre esta questão do acaso e planejamento, e a significação econômica destes na sociedade moderna, afirmam Adorno e Horkheimer:

O acaso e o planejamento tornam-se idênticos porque, em face da igualdade dos homens, a felicidade e a infelicidade do indivíduo – da base ao topo da sociedade – perdem toda significação econômica. O próprio acaso é planejado; não no sentido de atingir tal ou qual indivíduo determinado, mas no

²⁷ Pode ser debatido se tal “fisionomia rebelde” de personagens ainda é uma questão para a indústria cultural. Ao nosso ver, aparentemente a indústria cultural pretende dar a aparência da abertura de espaço para “fisionomias rebeldes” na contemporaneidade, porém, esta não passa de um estratagema que esconde a uniformidade de seus personagens.

sentido, justamente, de fazer crer que ele impere. Ele serve como álibi dos planejadores e dá a aparência de que o tecido de transações e medidas em que se transformou a vida deixaria espaço para relações espontâneas e diretas entre os homens (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 137).

Temos então que Adorno e Horkheimer se debruçam sobre a liberdade do indivíduo ante a todo este planejamento do sistema inerente à indústria cultural. A liberdade que existe perante o sistema da indústria cultural é simbolizada em seus diferentes ramos através da seleção arbitrária de casos que representam a média neste sistema. Por exemplo, temos as reportagens detalhadas sobre as viagens brilhantes e modestas do ganhador de um concurso realizado por uma revista, o que não passa de ser um modo de refletir a impotência de todos inseridos neste sistema. Isto é porque, para a indústria cultural, o sujeito não passa de um simples material, de tal maneira que ela pode se dispor do indivíduo, elevá-lo ao céu (como é no caso de um ganhador de um concurso de revista), apenas para descartá-lo no momento seguinte: “que ele fique mofando com seus direitos e seu trabalho” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 137).

3.1 O SUJEITO-CLIENTE E O SUJEITO-EMPREGADO: O QUE INTERESSA À INDÚSTRIA CULTURAL EM RELAÇÃO AOS SUJEITOS

Para a indústria cultural, pontuam os autores, o único interesse que existe pelos indivíduos é como cliente ou como empregado, e ela de fato reduz a humanidade inteira, assim como cada elemento seu, a esta fórmula. Conforme for o aspecto que determina cada caso, a ideologia dá ênfase ao planejamento ou ao acaso, à técnica ou à vida, à civilização ou à natureza. Desta maneira, enquanto o sujeito não passa de um empregado, ele é lembrado da organização racional e exortado a se inserir nela com bom senso. Do mesmo modo, enquanto o sujeito não passa de uma cliente, ele vê o cinema e a imprensa lhe demonstrar, com base em acontecimentos da vida privada das pessoas, a liberdade de escolha, que é também

o encanto do incompreendido. A certeza que se pode ter é a de que este sujeito continuará sendo um objeto, seja ele um empregado, seja ele um cliente.

A indústria cultural faz menos promessas progressivamente, assim como ela desiste de dar uma explicação da vida como algo dotado de sentido, e desta mesma maneira, se torna mais vazia a ideologia que ela difunde. Até mesmo os ideais abstratos de uma vida harmônica e da bondade da sociedade são concretos demais na era da propaganda universal. Isto é porque as abstrações são justamente o que se aprende a identificar como propaganda. A linguagem com a qual a indústria cultural faz sua propaganda tem como característica o fato de que ela apela apenas à verdade desperta, e tão somente a impaciência de chegar logo ao objetivo comercial que ela na realidade persegue. Assim, toda a palavra que não é um simples meio para algum fim parece destituída de sentido, e as outras palavras parecem destituídas de sentido; parecem elas apenas uma ficção, uma inverdade²⁸.

Os juízos de valor agora parecem uma publicidade ou uma mera conversa que não leva a lugar algum. Portanto, a ideologia deste sistema fica reduzida a um discurso vago e descompromissado — que mesmo assim não se deixa ser mais transparente, e também não se deixa esta ideologia ser mais fraca. Pelo contrário, agora temos uma ideologia cuja linguagem é a vagueza, a aversão quase científica a se fixar em qualquer coisa que não se deixe verificar — ora, tal linguagem passa a ser um instrumento da dominação. Esta afirmação dos autores é talvez, novamente, uma das mais importantes sobre a indústria cultural e sobre todo o sistema que a circunda e dela é intrínseco. Com a vagueza na linguagem, teremos cada vez menos modos do indivíduo apresentar qualquer resistência a este sistema. Adorno e Horkheimer continuam sua explicação sobre este fato, dizendo que esta linguagem se converte em proclamação enfática e sistemática do existente. A indústria cultural, portanto, tem a tendência de se transformar em um

²⁸ Talvez aqui tenhamos uma das causas das críticas de Adorno e Horkheimer à *short story* americana. Ora, se as palavras sem um sentido comercial passam a ter menos sentido crítico, menos importância e parecem ter a semelhança de uma ficção, temos que no sistema da indústria cultural um empobrecimento da linguagem também está em curso, e com ele, mais meios de dominação do homem pelo próprio homem.

conjunto de proposições protocolares e, por esse motivo, ela se converte no “profeta” irrefutável da ordem existente.

Adorno e Horkheimer explicam que a indústria cultural se esgueira com maestria entre os escolhos da informação que é falsa e da verdade manifesta, e reproduz com fidelidade o fenômeno cuja opacidade bloqueia o discernimento do indivíduo e erigem em ideal o fenômeno onipresente. A ideologia existente fica dividida entre a fotografia de uma vida monótona e a mentira sobre o sentido desta vida, mentira esta que não chega a ser proferida, mas sim apenas sugerida, e inculcada na mente das pessoas. Ou seja, para demonstrar a divindade do real, a indústria cultural se limita a repetir o real de maneira cínica²⁹. O que a indústria cultural faz, se existe qualquer objeção a ela, é derrubar esta objeção do mesmo modo e facilidade com que ela derruba a objeção ao mundo que ela duplica com imparcialidade.

A resistência não é mais uma escolha diante da indústria cultural. Passam a existir apenas duas opções para o indivíduo, as quais são participar, ou se omitir. Quem invoca a beleza eterna e recorre ao teatro amador contra o cinema e o rádio já chegou, politicamente, no ponto para o qual a cultura de massas empurra seus clientes. A cultura de massas já está o suficiente afiada para, conforme a necessidade, se valer ideologicamente dos velhos sonhos, seja em se tratando do ideal paterno, ou tratando-se do sentimento absoluto. “A nova ideologia tem por objeto o mundo enquanto tal” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 137). O que esta nova ideologia faz é recorrer ao culto do fato, se limitando a elevar, graças a uma representação tão precisa quanto possível, a existência ruim ao reino dos fatos. Tal transferência nada mais faz do que converter a própria existência em um sucedâneo do sentido e do direito. Assim sendo, o belo, nesta ideologia, passa a ser tudo aquilo que a câmera reproduz.

²⁹ Sobre a repetição do real, mais uma vez lembra-se aqui sobre a afirmação dos autores em relação ao cinema produzido pela indústria cultural, de que este “não leva mais ao sonho”, e sim apenas à repetição do cotidiano.

Novamente tocando no objeto do cinema, Adorno e Horkheimer dizem que o cinema até pode se permitir mostrar Paris, onde a jovem norte-americana pensa poder realizar seus sonhos e aspirações, mas esta Paris apenas existe como uma paisagem erma e desolada, “a fim de empurrá-la ainda mais inexoravelmente para o jovem e vivo compatriota, que ela poderia ter conhecido em casa” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 137). O sistema reconhece por si só seu sentido e seu mérito reproduzindo a vida daqueles que o constituem, ao invés de eliminá-los logo. O simples fato de que esse sistema continua a existir e operar se converte em uma justificação da permanência cega do sistema, assim como da imutabilidade deste sistema. Muito embora exista todo um progresso da técnica e representação, das regras e das especialidades, o pão com o qual a indústria cultural faz seu alimento para os homens continua a ser a pedra da estereotipia.

Os autores afirmam que a estereotipia se nutre do ciclo, do assombro de que as rodas ainda não tenham parado, que o “ritmo de aço” que a indústria força nos sujeitos continue. O que isto tem como efeito é uma perpetuação da imutabilidade das situações. Sobre esta situação contraditória, a de que a indústria cultural é capaz até mesmo de exhibir imagens que seriam a favor de ideais como a liberdade, afirmam os autores:

Os campos de trigo que ondulam ao vento ao final do filme de Chaplin sobre Hitler desmentem o discurso antifascista da liberdade. Eles se assemelham às melenas loiras da moça alemã, que a Ufa fotografou em sua vida ao ar livre e ao vento do verão. É justamente porque o mecanismo de dominação social a vê como a antítese salutar da sociedade que a natureza se vê integrada à sociedade incurável e, assim, malbaratada. As imagens reiterando que as árvores são verdes, que o céu é azul e as nuvens derivam ao vento tornam-se já criptogramas para chaminés de fábricas e postos de gasolina (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 139).

De modo inverso, continuam os autores da Dialética do Esclarecimento, as rodas e as peças de máquina têm que reluzir expressivamente,

uma vez que foram degradadas a serem suportes desta alma das árvores e das nuvens. Desta maneira, a natureza e a técnica são mobilizadas contra a lembrança falsificada da sociedade liberal, na qual “as pessoas se fechavam em quartos abafados revestidos de pelúcia, ao invés de praticar, como é o costume hoje em dia, um naturismo assexuado; ou na qual sofriam panes em modelos antediluvianos da Benz, ao invés de se mandar com a velocidade de um foguete do lugar em que se está, de uma ou de outra maneira, para outro lugar exatamente igual” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 139). O triunfo presente das corporações gigantes sobre a livre-iniciativa empresarial é decantado pela indústria cultural como uma eternidade da livre-iniciativa empresarial. O inimigo que a indústria cultural combate é um inimigo que já está derrotado — o sujeito pensante.

A indústria cultural, segundo Adorno e Horkheimer, sabe de forma astuta reconhecer os seus. Adorno e Horkheimer se debruçam agora sobre a questão do *outsider* da indústria cultural. A liberdade formal de cada um destes membros pertencentes à indústria cultural está garantida, e ninguém precisa se responsabilizar oficialmente pelo que pensa. Em compensação, cada um destes indivíduos inseridos se vê desde cedo em um sistema de igrejas, de clubes, de associações profissionais e outros relacionamentos, todos estes em conjunto representando o mais sensível instrumento de controle social. Aquele indivíduo que não quer se arruinar tem de tomar cuidado para que, depois que ele seja pesado pela balança deste aparelho, não seja ele julgado leve demais. Se ele assim o for, é como se sua vida e seus esforços fossem em vão, e ele acabará por ir à exclusão social.

Em toda a carreira na sociedade liberal, continuam os autores, e sobretudo nas profissões liberais, os conhecimentos especializados estão, via de regra, ligados a uma mentalidade de conformismo às normas, e isto enseja a ilusão de que os conhecimentos especializados são os únicos que contam³⁰. O que se observa é que faz parte do planejamento irracional desta sociedade reproduzir

³⁰ Tal tendência de que “apenas os conhecimentos especializados contam” continua até os dias de hoje, pode-se afirmar.

sofrivelmente somente as vidas daqueles que a ela estão ligados; a ela são intrínsecos. A escala do padrão de vida corresponde com bastante exatidão à ligação interna das classes e dos indivíduos inerentes ao sistema. Pode-se confiar no *manager* (gerente), assim como no pequeno empregado, o “Dagwood”³¹ que se vê por aí, tal como se vê na tirinha de humor apresentada no jornal.

3.2 O OUTSIDER: O SUJEITO QUE PRETENDE RESISTIR À INFLUÊNCIA E PUJANÇA DA INDÚSTRIA CULTURAL

Sobre o *outsider*, afirmam Adorno e Horkheimer, aquele que tem frio e fome, sobretudo quando este já teve boas perspectivas, está marcado. Ele é marcado como um legítimo *outsider* e, abstração feita de certos crimes capitais, a culpa mais grave nesta sociedade é a de ser um *outsider*³². No cinema, este sujeito será tratado, no melhor dos casos, como um indivíduo original, que será objeto de um humorismo maldosamente indulgente. Na maioria dos casos, esta figura do *outsider* será o vilão, identificado como tal desde sua primeira aparição, muito antes que a ação tenha se desenvolvido o suficiente para não dar margem ao erro de acreditar que a sociedade se volta contra as pessoas de boa vontade.

Para afirmar sua posição na sociedade liberal, as pessoas são um elemento importante para manter em movimento a economia na qual, devido à técnica extremamente desenvolvida, as massas já são, em princípio, supérfluas enquanto produtoras. Os trabalhadores, que são os indivíduos que proveem a alimentação dos demais, são alimentados, conforme manda a ilusão ideológica, pelos chefes econômicos, estes sim, na verdade, quem são alimentados. A posição do indivíduo na sociedade de massas é, portanto, precária. No liberalismo clássico, o pobre era visto como um preguiçoso, diferentemente de hoje em dia, onde ele é

³¹ Dagwood é um personagem de um cartum de humor norte-americano que retrata o cotidiano do pequeno empregado.

³² Acerca da figura do *outsider*, aquele que está fora da sociedade, existe uma obra que estuda este fenômeno social posterior à Dialética do Esclarecimento, o livro *Outsiders*, de Howard S. Becker, sociólogo norte-americano, de 1963.

visto como um suspeito. O lugar destinado ao indivíduo que não é objeto da assistência externa de ninguém é a exclusão social, o inferno do trabalho mais humilde dos *slums*³³.

Porém, nos explicam os autores da Dialética do Esclarecimento, a indústria cultural reflete a assistência positiva e negativa dispensada aos administrados como a solidariedade imediata dos homens no mundo dos competentes. Na indústria cultural, os indivíduos não são esquecidos, todos os personagens estão cercados de vizinhos, assistentes sociais, “doutores Gillespies”³⁴ e filósofos domésticos de boa índole, os quais intervêm de maneira bondosa junto a cada pessoa para transformar a miséria perpetuada socialmente em casos individuais curáveis³⁵, na medida em que esta situação ruim em que se encontra a pessoa não constitua um obstáculo.

Esta manutenção de uma atmosfera de camaradagem segundo os princípios da ciência empresarial, que é uma atmosfera que toda fábrica se esforça para introduzir a fim de aumentar a produção, acaba por colocar sob controle social o último impulso privado, justamente na medida em que esta atmosfera de camaradagem torna imediata, reprivatiza, as relações dos homens na produção³⁶. Esta atmosfera de camaradagem, que pode ser nomeada, conforme os autores, de uma “assistência aos flagelados” espiritual lança uma sobra conciliatória sobre os produtos audiovisuais da indústria cultural muito antes que este tipo de “assistência” deixe a fábrica e se estenda por toda a sociedade. Porém, explicam os autores, “os grandes ajudantes e benfeitores da humanidade, cujos feitos científicos têm de ser

³³ Moradias de pessoas economicamente excluídas, que vivem em habitações precárias.

³⁴ Aqui Adorno e Horkheimer fazem referência ao personagem Dr. Gillespie, de *Dr. Gillespie's New Assistant*, filme norte-americano de 1942.

³⁵ Esta individualização de problemas que na verdade são sociais é uma característica marcante da sociedade que Adorno e Horkheimer analisam, e uma tendência que continua até hoje, com muito mais preponderância no neoliberalismo.

³⁶ Este trecho sobre uma “política de camaradagem” em empresas, fábricas e negócios é especialmente relevante quando consideramos que, no caso do mundo todo, com a expansão do neoliberalismo, tivemos a luta do status quo contra as uniões e sindicatos de trabalhadores — estas sim capazes de fazer frente à expansão neoliberal —, assim como observamos no Brasil, com a derrocada dos direitos trabalhistas por volta de 2016 a 2022, a precarização do trabalho e a sugestão de que empregados negociem diretamente com seus empregadores — o que é, por óbvio, uma sugestão onde se encontra assimetria de poderes para tal negociação.

apresentados pelos escritores como atos de compaixão, a fim de extrair deles um fictício interesse humano, funcionam como lugar-tenentes dos chefes das nações, e estes acabam por decretar a eliminação da compaixão e sabem prevenir todo contágio depois de exterminado o último paralítico” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 144).

Os autores se debruçam, portanto, sobre essa “bondade” na sociedade de massas, dizendo que esta insistência neste tipo de “bondade” é a maneira pela qual a sociedade confessa o sofrimento que ela mesmo causa: todos sabem que não podem mais, neste sistema, ajudar-se a si mesmos, e é isso que a ideologia deve levar em conta. A indústria cultural, ao invés de simplesmente encobrir o sofrimento sob o véu de uma camaradagem improvisada, coloca toda a honra da firma em encarar este sofrimento e admiti-lo com uma frieza admirável. O *pathos* da frieza de ânimo justifica o mundo que torna esta frieza necessária. Na indústria cultural, diz-se e reproduz-se que assim é a vida, tão dura, mas por isso mesmo, tão maravilhosa, tão sadia. “A mentira não recua diante do trágico” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 144).

3.3 O “TRÁGICO” EMPRESTADO DA ARTE À INDÚSTRIA CULTURAL, PERANTE A SOCIEDADE DE MASSAS

O que Adorno e Horkheimer colocam acerca deste tema é que esta sociedade total não suprime o sofrimento de seus membros. O que ela faz é registrar e planejar, no lugar de suprimir. É por isto que a sociedade total teima em tomar empréstimos à arte. A arte fornece a substância trágica que só a diversão pura não consegue trazer. O que faz este trágico que é emprestado da arte então é que ele é transformado em um aspecto calculado e aceito do mundo, e se torna uma bênção para ele. Ele protege a sociedade da censura de não ser muito escrupulosa com a verdade, quando de fato ela se apropria desta censura com um pesar cínico. Este “trágico” torna interessante o quanto é insípida a felicidade que passou pelo crivo

da censura e coloca ao alcance de todos o que é interessante. Este mesmo “trágico” oferece ao consumidor que já viu melhores dias na vida cultural o sucedâneo da profundidade que há muito tempo já fora abolida e oferece ao espectador assíduo a escória cultural de que deve dispor para fins de prestígio.

A todos estes sujeitos imersos na indústria cultural, este trágico que é emprestado à força da arte concede o consolo de que um destino humano forte e autêntico ainda é possível e de que é imprescindível representá-lo sem nenhuma reserva. A realidade compacta e fechada que a ideologia atual³⁷ tem por fim reduplicar dá a impressão de que ela é muito mais grandiosa, mais magnífica e poderosa, quanto mais profundamente ela é impregnada com o sofrimento necessário. O que ela faz é assumir o aspecto do “destino”. Este “trágico”, portanto, continuam Adorno e Horkheimer, é reduzido à ameaça da destruição daquele sujeito que não coopera, do mesmo modo que o sentido paradoxal deste trágico consistia outrora em uma resistência desesperada à ameaça mítica.

Este destino trágico, portanto, colocam os autores, se converte na punição justa, sobre a qual a estética burguesa sempre aspirou em transformar. Em uma observação provocante sobre a moral da cultura de massas, Adorno e Horkheimer afirmam que: “A moral da cultura de massas é a moral degradada dos livros infantis de ontem” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 141). É por este motivo que nas produções de melhor qualidade, o que ocorre é o vilão aparecer revestido dos trajes da “histórica”, segundo os autores, e que, em um estudo de pretensa exatidão clínica, tenta enganar a adversária mais “ajustada” para roubar a sua felicidade, e encontrando aí uma morte bem pouco teatral.

Porém, segundo Adorno e Horkheimer, as coisas só se passam de maneira tão científica no topo da escala. O que ocorre nas produções de menor custo, é que não é preciso recorrer à psicologia social para arrancar as garras a este “trágico”. Do mesmo modo que toda ópera vienense deve encontrar seu final trágico no segundo ato, deixando para o terceiro unicamente a tarefa de desfazer

³⁷ Lembramos aqui da “nova ideologia” que pontuam Adorno e Horkheimer quando tratam desta sociedade de massas imersa na indústria cultural.

os mal-entendidos, assim também a indústria cultural determina para o trágico um lugar fixo em sua exibição. A simples existência de uma receita conhecida é suficiente para que o trágico escape ao controle. A fórmula dramática descrita por uma “dona de casa”, segundo os autores, como “*getting into trouble and out again*” (entrar em apuros e depois sair) abrange toda a cultura de massas desde o menor *women’s serial* até a obra mais bem executada.

Até mesmo os finais que são empregados nestas obras da indústria cultural, segundo os autores, exibem uma corrupção do trágico, porque nestes finais vemos, por exemplo, que a amante que infringe as prescrições da moral paga com a morte seus breves dias de felicidade, ora vemos que o final sem qualquer felicidade do filme exibido torna mais clara a impossibilidade de destruir a vida real³⁸. O que ocorre com o cinema portanto é que ele se torna meramente uma instituição de aperfeiçoamento moral. Isto é porque as massas que já se encontram desmoralizadas por uma vida submetida à coerção do sistema, e também cujo único sinal de civilização são comportamentos inculcados à força e que deixam transparecer sempre a fúria e rebeldia que se encontram latentes nestas massas, devem elas mesmas serem compelidas à esta ordem social pelo espetáculo de uma vida inexorável e da conduta exemplar das pessoas nela inseridas.

Adorno e Horkheimer discorrem neste ponto sobre a cultura, dizendo que ela sempre contribuiu para domar os instintos revolucionários, e não apenas aqueles instintos tidos como bárbaros. Porém, o que os autores colocam é que a cultura industrializada faz algo a mais para o indivíduo:

Ela exercita o indivíduo no preenchimento da condição sob a qual ele está autorizado a levar essa vida inexorável. O indivíduo deve aproveitar seu fastio universal como uma força instintiva para se abandonar ao poder coletivo de que está enfastiado. Ao serem reproduzidas, as situações desesperadas que estão sempre a desgastar os espectadores em seu dia a dia tornam-se, não se sabe como,

³⁸ Lembra-se aqui a interessante afirmação de Adorno e Horkheimer sobre o cinema vista anteriormente, de que este não mais conduz ao sonho, à contemplação.

a promessa de que é possível continuar a viver. Basta se dar conta de sua própria nulidade, subscrever a derrota – e já estamos integrados. A sociedade é uma sociedade de desesperados e, por isso mesmo, a presa de bandidos (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 143).

O que os autores da Dialética do Esclarecimento concluem é que “a vida no capitalismo tardio é um contínuo rito de iniciação” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 144). Isto se dá porque todos os partícipes desta sociedade inserida no capitalismo tardio têm de mostrar que se identificam integralmente com o poder de quem não cessam de receber pancadas³⁹. E aí se mostra o princípio do jazz, a síncope, que ao mesmo tempo zomba do tropeção e erige-o como a norma a ser seguida. A voz do *crooner* que canta no rádio, o galã de cinema que, ao cortejar a herdeira, cai dentro da piscina vestido de *smoking*, todos estes estereótipos e modelos que indústria cultural apresenta são aquilo no qual as pessoas têm de se transformar, tem de ser forçadas a ser, para que o sistema as aceite.

Assim sendo, a promessa do sistema é aceitar a todos; todos podem ser como a sociedade todo-poderosa, todos podem se tornar felizes, conquanto se entreguem de corpo e alma, conquanto renunciem à pretensão de felicidade fora deste sistema. É assim que, na fraqueza destes indivíduos, a sociedade reconhece sua própria força e confere a eles uma parte dela. O desamparo destes indivíduos os qualifica como pessoas de confiança, e é deste modo que se elimina o *trágico*, que fora mencionado anteriormente pelos autores. Em outros tempos, a oposição do indivíduo em relação à sociedade era a própria substância da sociedade⁴⁰. A sociedade de outrora glorificava “a valentia e a liberdade do sentimento em face de um inimigo poderoso, de uma adversidade sublime, de um problema terrificante” (NIETZSCHE apud ADORNO & HORKHEIMER, 1989, 136). O que ocorre na

³⁹ Eis aí o rito de iniciação ao qual se referem Adorno e Horkheimer de forma alegórica às condições de adaptação ao capitalismo tardio: “A postura que todos são forçados a assumir, para comprovar continuamente sua aptidão moral a integrar essa sociedade, faz lembrar aqueles rapazinhos que, ao serem recebidos na tribo sob as pancadas dos sacerdotes, movem-se em círculos com um sorriso estereotipado nos lábios” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 143).

⁴⁰ Nota-se aqui o tom e temas nietzscheanos que Adorno e Horkheimer propõem.

sociedade moderna é que o trágico se dissolveu neste nada que é a falsa identidade da sociedade e do sujeito — ou seja, o indivíduo é forçado de toda maneira a adaptar-se, a unir-se, ao invés de resistir —, e cujo horror ainda se pode ver de modo fugidio na aparência nula que o trágico tem nos tempos modernos.

Porém, segundo os autores, este milagre da interação, que é o permanente ato de graça que a autoridade faz ao acolher o desamparado, forçado a engolir sua renitência, o que isto tudo significa nada mais é que o fascismo⁴¹. A capacidade de encontrar refúgios e subterfúgios, de sobreviver à própria ruína, com o que o trágico é superado, é uma capacidade da geração adaptada à vida no capitalismo tardio. Isto é porque esta geração⁴² é apta a qualquer trabalho, porque o processo de trabalho não os liga, no capitalismo tardio, a nenhum em particular. O que se tem, portanto, é que esta característica de não estar ligado a ninguém e a lugar nenhum lembra o caráter tristemente amoldável do soldado que retorna de uma guerra que em nada lhe dizia respeito, ou do trabalhador que se encontra fora de qualquer ligação e organização em seu local de trabalho. Temos, portanto, que a liquidação do trágico confirma a eliminação do indivíduo⁴³.

4 O FETICHISMO NA MÚSICA E A REGRESSÃO DA AUDIÇÃO

Vimos no item anterior aquilo que Theodor Adorno e Max Horkheimer denominaram de indústria cultural, e todos os problemas que esse conjunto de forças causa aos sujeitos na sociedade burguesa moderna. Outro texto da autoria de Theodor Adorno que segue a linha de uma crítica da modernidade, desta vez

⁴¹ Neste tema, e endossando a posição dos autores, vemos esta grande tendência na sociedade atual, com as novas redes de comunicação proporcionando uma maior vazão à tendência fascista latente na sociedade, o que se reflete no que é denominado de *rise of the global far-right* (ascensão da extrema-direita mundial).

⁴² Aqui, os autores referem-se à nova geração da época deles no capitalismo tardio, mas podemos também enxergar estas tendências em nossas novas gerações.

⁴³ Temos neste ponto o tema da “eliminação do indivíduo”, proposta e observada por Adorno e Horkheimer, assim como é possível observar, novamente, a tendência, temas e tons nietzscheanos deste tipo de análise.

perscrutando seu objeto de estudo através da música, é *O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição*, publicado em 1938. Nele, Adorno argumenta que a cada vez que a paz musical se apresenta perturbada por excitações bacânticas, é possível que se fale em uma decadência do gosto. Para Adorno, estas queixas sobre a decadência do gosto musical são, na prática, tão antigas quanto a experiência ambivalente que o gênero humano fez no limiar da história sobre a música.

O filósofo alemão considera que em nossos dias todos tendem a obedecer cegamente à moda musical. No entanto, é impossível qualificar a consciência musical das massas como uma experiência dionisíaca, do mesmo modo que as mais recentes modificações desta consciência musical pouco têm a ver com o gosto artístico. Adorno nota que o conceito de gosto, neste contexto, está ultrapassado, pois ao perguntarmos para uma pessoa se ela “gosta” de uma música de sucesso que fora lançada no mercado, será impossível que a resposta da pessoa corresponda ao estado real.

Lembramos aqui que Adorno, assim como suas observações sobre a indústria cultural, repara que tal “gostar” ou não de uma música produzida pela indústria fonográfica corresponde muito mais à questão do *reconhecimento* desta música como uma música de sucesso ou não. Ou seja, o critério de julgamento dessa pessoa para gostar ou não da música é o fato de que esta canção seja conhecida por todos — ou seja, gostar de um disco de sucesso é basicamente *reconhecer* este disco:

Se perguntarmos a alguém se “gosta” de uma música de sucesso lançada no mercado, não conseguiremos furtar-nos à suspeita de que o gostar e o não gostar já não correspondem ao estado real, ainda que a pessoa interrogada se exprima em termos de gostar e não gostar. Ao invés do valor da própria coisa, o critério de julgamento é o fato de a canção de sucesso ser conhecida de todos; gostar de um disco de sucesso é quase exatamente o mesmo que reconhecê-lo (ADORNO, 1996, 173).

Para quem se vê cercado de mercadorias produzidas pelo grande mercado, o comportamento valorativo é uma ficção, segundo Adorno. Um sujeito que se vê neste ambiente mercadológico já não consegue se subtrair do jugo da opinião pública, assim como não consegue escolher livremente o que é a ele apresentado, pois todas estas mercadorias são tão idênticas e tem sua produção realizada pela indústria cultural, que, muitas vezes, o que acontece é o sujeito prender-se ao detalhe biográfico do artista, ou até mesmo à situação em que a música é escutada.

Adorno coloca que a arte autônoma, a que é procurada e cultivada por conta de seu valor intrínseco, não tem apreciação para a indústria musical de hoje. Até mesmo na “música séria”, isto ocorre em grande escala. Em uma interessante observação, o filósofo alemão coloca que esta música produzida pela grande indústria não parece nem ao menos entreter o ouvinte. Pelo contrário, ela parece muito mais contribuir para o emudecimento dos homens, para a morte da linguagem enquanto uma expressão, e para a incapacidade de comunicação.

A única coisa que a música produzida pela grande indústria fonográfica, que serve ao “entretenimento”, de fato realiza é preencher os vazios do silêncio que se instalam entre as pessoas deformadas pelo medo, pelo cansaço e pela docilidade de *escravos sem exigência*. Neste ponto, lembramos que esta avaliação feita por Adorno das condições de quem irá escutar esta música de entretenimento corresponde fielmente ao que o autor observava em sua época, com a explosão da indústria cultural, que contribui justamente para estes fatores que ele coloca — o medo, o cansaço, a docilidade e a passividade. Ora, todas essas condições são aquelas às quais estão expostas a classe trabalhadora espoliada.

Acerca da audição, Adorno observa que talvez esta música de entretenimento sirva apenas como um pano de fundo para as situações que os sujeitos experimentam da moderna sociedade burguesa, em especial a classe trabalhadora. Ora, “se ninguém mais é capaz de falar realmente, é obvio que ninguém é capaz de ouvir” (ADORNO, 1996, 174), coloca o autor. Observa ainda Adorno que um especialista em propaganda radiofônica acredita que nem ao menos

escutar as músicas nas propagandas é algo que esteja de fato acontecendo com os ouvintes. Isto é porque estes já se acostumaram ao ato de não escutar, mesmo que eles estejam expostos à música: “os ouvintes aprenderam a não dar atenção ao que ouvem, mesmo durante o próprio ato da audição” (ADORNO, 1996, 175).

Para Adorno, o ouvinte agora é desobrigado a pensar no todo musical, e agora é compelido a ser levado pelo prazer do momento e da fachada de variedade — o ouvinte é cada vez mais levado a ser um consumidor passivo. A arte ligeira e agradável agora se torna mera aparência e ilusão; a *promesse du bonheur*, como já se definiu uma vez a arte, não está em lugar algum, senão onde este consumidor tira a máscara da falsa felicidade. Na modernidade, o prazer pela arte só tem lugar onde existe a presença imediata, tangível, corporal. Este prazer agora é ele mesmo fictício e aparente segundo critérios estéticos, e engana ao mesmo tempo o consumidor sobre sua natureza.

Na consciência musical das massas que são induzidas a escutar este tipo de música de entretenimento, o que ocorre é a negação e rejeição do prazer no próprio prazer. Diz Adorno que o fascínio da canção de moda, daquilo que é melodioso, e de qualquer variante da banalidade, exerce a sua influência desde o período inicial em que passa a existir a classe burguesa. Em outras épocas, este fascínio serviu como um ataque ao privilégio cultural das camadas sociais dominantes. A realidade da modernidade é outra — quando este poder da banalidade se estendeu por toda a sociedade, sua função se modificou. Esta modificação atingiu a todos os tipos de música. Chegou-se até mesmo a se atribuir ao rádio⁴⁴ a tarefa de incentivar e promover os valores culturais, ao mesmo passo em que propiciava entretenimento e distração aos ouvintes.

Adorno vê o estado da música em sua época, colocando que até mesmo a música clássica passa a sofrer um encolhimento e um processo de separação em termos de *best sellers* — os clássicos, por exemplo, a *Quarta Sinfonia* de Beethoven, já se perde entre as autênticas raridades. Os clássicos que são comumente aceitos são aqueles que são submetidos a uma seleção que em

⁴⁴ Ao “totalitarismo do rádio”, como coloca Adorno.

nada tem a ver com a qualidade da música, mas sim com aquela que é a mais escutada. Ou seja, esta situação termina em um círculo vicioso fatal, onde a música escolhida para a reprodução é aquela que é mais famosa, a que tem mais sucesso, mais reconhecida. Por consequência, essa música vai ser mais gravada e mais conhecida, repetindo este ciclo.

A escolha das músicas que são produções-padrão são aquelas onde existirá maior “eficácia” em termos de critérios de valor e de sucesso, e que permitem ao maestro de orquestra famoso exercer fascínio sobre os ouvintes de acordo com o programa de rádio — os crescendo da *Sétima Sinfonia* de Beethoven são colocados no mesmo plano do solo de trompa do movimento lento da *Quinta Sinfonia* de Tchaikovsky. Neste estado em que se encontra a música, a melodia significa o mesmo que a melodia no registro médio-agudo com simetria de oito compassos — esta melodia é registrada como um “achado” do compositor, como uma coisa comprada que se possa levar para casa. Ora, o conceito de “achado” é precisamente inadequado para a música considerada clássica. O material temático da música clássica, que em grande parte do tempo pode ser tríades desagregadas, de modo algum pertence ao autor na forma específica em que cabe, por exemplo, no *lied* romântico.

Por exemplo, conforme Adorno, a grandeza de Beethoven é avaliada pela subordinação total do elemento melódico casual e isolado ao conjunto formal da obra. Este fato não impede que toda a música, até mesmo Bach, que tomou de empréstimo alguns dos mais relevantes temas de seu *Cravo Bem Temperado*, seja entendida sob a categoria de “achados” e se vigie com máximo zelo todos os plágios musicais, de maneira que um comentarista musical pode justificar seu êxito sendo ele um “detetive” de melodias.

Adorno volta sua atenção no fetichismo na música agora em relação à voz dos cantores — esta é uma situação que de fato se registra desde a época da escrita deste texto até a contemporaneidade. O fetichismo musical tem mais êxito e mais predomina na valorização pública dada às vozes dos cantores. O atrativo exercido pela voz dos cantores é tradicional, assim como é a vinculação estreita do

sucesso do cantor que tem um bom “material”. No entanto, se esquece na modernidade que a voz é meramente um elemento material. Na modernidade, ter uma boa voz e ser um cantor se tornaram expressões sinônimas para o vulgar apreciador materialista da música.

Na modernidade, com a fetichização da música, o que se exalta é o material em si mesmo, destituído de qualquer função, e não mais o alto virtuosismo técnico que se exigia dos “*castrati*” e das prima-donas. Exalta-se apenas o material, destituído de qualquer função. A única coisa que se requer é que a voz seja particularmente potente ou aguda para legitimar o renome do dono desta voz. Coloca Adorno que é curioso o fato de que, aqueles que se atrevem a colocar em dúvida a importância decisiva da voz e externam a opinião de que mesmo uma voz modesta, assim como um piano de sonoridade modesta, consiga produzir música de uma alta qualidade, se depara imediatamente com uma situação de hostilidade que se reveste de muito maior importância que o próprio motivo da discussão.

O que ocorre é que, frequentemente, as vozes dos cantores constituem bens sagrados de valor igual a uma marca de fabricação nacional. Observa Adorno que, como se as vozes quisessem se vigiar disto, elas já começam a perder o encantamento dos sentidos em cujo nome são tratadas. Este processo descrito por Adorno se consolida mais ainda no absurdo do culto que se presta aos grandes mestres do violino. Por exemplo, cai-se prontamente em estado de êxtase diante do som convenientemente anunciado pela propaganda de um *Stradivarius* ou de um *Amanti*, mas, no entanto, o som que essas propagandas demonstram só podem ser distinguidos de um violino moderno razoavelmente bom por um ouvido especializado, e, no final das contas, se esquece de prestar atenção à composição ou à execução, da qual sempre se poderia tirar algo de valor.

Sobre o culto que se presta aos grandes mestres dos violinos e dos violinos em si, quanto mais progride a moderna técnica de fabricação de violinos, tanto maior é o valor que se atribui aos instrumentos antigos. Esta tendência observada por Adorno na época da escrita deste texto continua a estar em voga até os dias de hoje. A fetichização ocorre em que, de vez que os atrativos dos sentidos,

da voz e do instrumento são fetichizados e destituídos de suas funções únicas que lhes poderiam conferir sentido — são as emoções cegas e irracionais, igualmente distanciadas e alheias ao significado do conjunto, as que participam desta relação. Na verdade, as relações são as mesmas que se verificam entre as músicas de sucesso e os consumidores destas músicas de sucesso — parece a elas próximo o que é totalmente estranho — tão estranho, alienado da consciência das massas por um espesso véu, como alguém que tenta falar aos mudos. Se estes, neste processo de alienação, reagirem, já não fará diferença alguma se se trata da *Sétima Sinfonia* ou de um traje de banho — ou seja, de uma crassa mercadoria. Sobre o conceito de fetichismo musical e mercadoria, Adorno expõe:

O conceito de fetichismo musical não se pode deduzir por meios puramente psicológicos. O fato de que "valores" sejam consumidos e atraiam os afetos sobre si, sem que suas qualidades específicas sejam sequer compreendidas ou apreendidas pelo consumidor, constitui uma evidência da sua característica de mercadoria. Com efeito, a música atual, na sua totalidade, é dominada pela característica de mercadoria: os últimos resíduos pré-capitalistas foram eliminados (ADORNO, 1996, p. 180).

4.1 A FORMA MERCADORIA, O VALOR DE TROCA E O USO DA MÚSICA PARA A PRODUÇÃO PROPAGANDÍSTICA

Adorno retorna ao tema do uso da música para propagandas e peças publicitárias, dizendo que a música, mesmo com todos os atributos do etéreo e do sublime que são a ela outorgados com liberdade, é utilizada sobretudo nos Estados Unidos meramente como um instrumento para a venda de mercadorias. Existe um ofuscamento neste quesito da função propagandística em relação à música séria, o

que não acontece com a música ligeira — sua função propagandística se impõe⁴⁵ em toda a parte. Sobre o jazz, vemos a distribuição gratuita das partituras às diversas orquestras, e isto se orienta no sentido de a execução ser usada como instrumentos de propaganda para a compra de discos e de reduções para piano. Observa Adorno que os textos de músicas de sucesso enaltecem a própria canção, e o título delas é repetido musicalmente, assim como em letreiros comerciais.

O que transparece nesta colocação da música como uma mercadoria em enormes letreiros é o valor de troca, no qual o *quantum* do prazer possível desapareceu. Adorno cita Marx, dizendo que o filósofo alemão descreve o caráter de fetiche da mercadoria como a veneração do que é autofabricado, o que, por sua vez, como um valor de troca, se aliena tanto do consumidor quanto do produtor, ou seja, do homem em si. Adorno coloca que para Marx, o mistério da forma mercadoria é de que ela devolve aos homens, como um espelho, os caracteres sociais do seu próprio trabalho; a forma mercadoria também reflete a relação social dos produtores com o trabalho global como uma relação social de objetos existentes fora destes. É neste ponto que mora o verdadeiro segredo para o “sucesso” na modernidade para Adorno: ele é o mero reflexo daquilo que se paga no mercado pelo produto. Ou seja, o consumidor idolatra o dinheiro que ele mesmo gastou pela entrada em um concerto de Toscanini⁴⁶.

O que aconteceu em nesta relação da forma mercadoria onde o consumidor pagou pelo produto; no caso, uma entrada para um concerto de Toscanini? Ora, o consumidor “fabricou” literalmente o sucesso, que ele coisifica e aceita como critério objetivo, porém sem se reconhecer neste processo. O consumidor fabrica o sucesso — não porque o concerto lhe agrada — mas sim pelo fato do consumidor ter comprado a entrada.

⁴⁵ É interessante notar que Adorno utiliza-se da expressão “se impõe”, pois ele revela aqui o caráter autoritário desse tipo de presença da música de propaganda. Vale lembrar que, no texto sobre a Indústria Cultural, Adorno se refere ao “totalitarismo do rádio”.

⁴⁶ Aqui, Adorno cita Toscanini, como se fosse um presságio para seus textos sobre a indústria cultural onde ele menciona o maestro, o “totalitarismo” do rádio e “a parte pelo todo”, técnica empregada por Toscanini na condução da música.

No setor dos bens da cultura, o valor de troca das mercadorias se impõe de forma particular. Este setor se apresenta no mundo das mercadorias tal como excluído do poder da troca, como se fosse um setor de imediatidade em relação aos bens, e é exclusivamente a esta “aparência” que os bens da cultura devem o seu valor de troca. Isto se dá ao mesmo passo em que estes bens, os da cultura, fazem parte do mundo da mercadoria, são preparados para o mercado, em o mais importante, são governados segundo os ditames deste mercado.

A aparência da proximidade e imediatidade nesta relação do valor de troca é tão inexorável quanto à pressão que ele exerce. A aceitação e o acordo social harmonizaram a contradição. A aparência de imediatidade apodera-se do que na realidade não passa de um objeto de mediação do próprio valor de troca, e se a mercadoria se compõe sempre do valor de troca e do valor de uso, então o mero valor de uso, que é uma mera aparência ilusória que os bens da cultura devem conservar na sociedade capitalista; ora, este valor de uso é substituído pelo valor de troca o qual, precisamente enquanto valor de troca, assume ficticiamente a função de valor de uso. Neste quiproquó específico reside o caráter fetichista da música, ou seja, os efeitos que se dirigem para o valor de troca criam a aparência do imediato, e a falta de relação com o objeto ao mesmo tempo reflete esta aparência — esta carência de relação se baseia no caráter abstrato do valor de troca, segundo Adorno. É deste processo de substituição social que depende toda a satisfação substitutiva, toda a posterior substituição “psicológica”.

Conforme Adorno, a modificação da função da música atinge os próprios fundamentos entre arte e sociedade, pois quanto mais inexoravelmente o princípio do valor de troca subtrai aos homens os valores de uso, tanto mais impenetravelmente é mascarado o próprio valor de troca como o objeto de prazer. Adorno coloca que constantemente se pergunta qual seria o fator que mantém coesa ainda a sociedade da mercadoria e consumo. A resposta que Adorno dá é a que, para elucidar tal fato, pode contribuir a transferência do valor de uso dos bens de consumo para seu valor de troca dentro de uma constituição global, na qual todo o prazer que se emancipa do valor de troca assume traços subversivos. Ou seja, o

aparecimento do valor de troca nas mercadorias assume uma função específica de coesão: por exemplo, a mulher que possui dinheiro para as compras delicia-se no mesmo ato de fazer compras. A expressão *Having a good time* (“Passar momentos agradáveis”) significa, na linguagem convencional americana, participar do divertimento dos outros, divertimento este que tem como único objeto e motivo a participação.

Por exemplo, a religião do automóvel faz com que, no momento sacramental, todos os homens se sintam irmãos ao som das palavras “este é um Rolls Royce”. De outro lado, para muitas mulheres, as situações de intimidade, em por exemplo elas tratam dos cabelos e fazem a maquiagem são mais agradáveis do que as situações de intimidade familiar e conjugal para as quais se destinam o penteado a maquiagem. Segundo Adorno, que continua este raciocínio, a relação com o que é destituído de relação trai a sua natureza social na obediência. Sendo assim, tudo se movimenta e se faz segundo o mesmo comando: o casal de automóvel, que passa o tempo a identificar cada carro com que cruza e a alegrar-se quando possui a marca e o modelo mais recentes; a moça cujo prazer consiste em observar que ela e seu parceiro “sejam elegantes”; o “juízo crítico” do entusiasta de jazz, que se legitima por estar ao corrente do que é moda inevitável. O que ocorre é a docilização destes sujeitos; diante dos caprichos teológicos das mercadorias, os consumidores se transformam em escravos dóceis.

Adorno classifica a cultura de massas como “sadomasoquista”, pois nela verificamos que existe, com o valor de troca não constituindo nenhuma transubstanciação mística, o comportamento do prisioneiro que ama a sua cela pois não lhe é permitido amar outra coisa:

Tanto no adorador fetichista dos bens de consumo como no de "caráter sadomasoquista" e no cliente da arte de massas' de" nosso tempo, verifica-se o mesmo fenômeno, sob aspectos diversos. A masoquista cultura de massas constitui a manifestação necessária da própria produção onipotente. A ocupação efetiva do valor de troca não constitui nenhuma transubstanciação mística. Corresponde ao *comportamento*

do prisioneiro que ama a sua cela porque não lhe é permitido amar outra coisa. A renúncia à individualidade que se amolda à regularidade rotineira daquilo que tem sucesso, bem como o fazer o que todos fazem, seguem-se do fato básico de que a produção padronizada dos bens de consumo oferece praticamente os mesmos produtos a todo cidadão (ADORNO, 1996, 182).

Porém, para que tal tipo de cultura tenha sucesso, é preciso que ela oculte sua intenção e manipule o gosto dos sujeitos. É aí que vemos que existe uma necessidade, que é imposta pelas leis do mercado, de que se oculte tal equação que conduz à manipulação do gosto e à aparência individual da cultura oficial — cultura esta que, forçosamente, também aumenta na proporção em que se agiganta o processo de liquidação do indivíduo. A igualdade que todos estes produtos oferecidos apresentam, igualdade esta que todos os indivíduos devem aceitar, se mascara no rigor de um estilo que proclama a si mesmo como universalmente obrigatório. Ora, a ficção da relação de oferta e procura se perpetua nestas nuances pseudo-individuais.

Acerca do gosto, Adorno diz que ao contestarmos a validade do gosto na situação atual, é muito fácil compreender de que se compõe na verdade este gosto. O que ocorreu é que a adaptação à lei comum é racionalmente apresentada como disciplina, rejeição da arbitrariedade e da anarquia, e assim como o encantamento musical, acabou também a noética musical, a qual tem sua paródia nos tempos dos compassos rigidamente contados. O que se pode concluir, segundo Adorno, é que se o indivíduo liquidado aceita realmente e com paixão a exterioridade consumada das convenções como critério, devemos dizer que a época áurea do gosto irrompeu em um momento em que não existe mais gosto algum.

Para Adorno, a obra que sucumbe ao fetichismo e se transforma em bem da cultura sofre, neste processo, alterações em sua própria constituição — ela se torna depravada. O consumo, destituído de qualquer relação, faz com que esta obra se corrompa. O que ocorreu, segundo Adorno, é que o processo de coisificação

atingiu sua própria estrutura interna. Esta obra, que cede ao fetichismo, se transforma em um conglomerado de ideias, de “achados”⁴⁷, se são inculcados aos ouvintes através de repetições contínuas, sem que a organização do conjunto possa exercer a mínima influência contrária.

Isto acontece, segundo Adorno, mesmo quando temos que o valor de recordação das partes dissociadas possui na própria grande música uma forma prévia ou antecipada nas técnicas de composição do romantismo tardio, sobretudo na wagneriana. O efeito disto é o de que, quanto mais coisificada for a música, tanto mais romântica ela soará aos ouvidos alienados. É através deste processo que tal música coisificada se torna “propriedade”. Uma sinfonia de Beethoven, conforme Adorno, executada e ouvida enquanto totalidade, espontaneamente, jamais poderia se tornar propriedade de alguém.

5 CONCLUSÃO

Os dois textos analisados têm como enfoque a perspectiva crítica que Theodor W. Adorno — assim como Horkheimer — têm por sobre o esclarecimento, a cultura, a música, a estética e sociedade. Talvez seja possível afirmar que o texto *O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição* já contém muito do Adorno crítico da cultura e da estética, o que se confirmará na *Dialética do Esclarecimento*, em particular no capítulo sobre a indústria cultural.

O tema da dominação da natureza está presente no primeiro capítulo da *Dialética do Esclarecimento*, e vemos que tal dominação proporcionada pelo esclarecimento leva também à dominação do homem pelo próprio homem. Esta passagem é marcada no surgimento do sujeito burguês, o Ulisses no canto XII da *Odisséia* de Homero, ao mesmo passo em que se enxerga também a delicada situação da arte e do belo na modernidade. Nesta passagem da *Odisséia*, vemos

⁴⁷ Vimos anteriormente no mesmo texto que, para Adorno, uma obra de arte não pode ser uma sequência de “achados” musicais.

Ulisses empregando seu ardis para escutar o canto das sereias, o qual era extremamente belo, porém mortal, fazendo com que os hipnotizados pelo canto se atirassem às águas. Ulisses amarra-se ao mastro do navio e faz com que sua tripulação tampe os ouvidos, para que ele possa escutar o canto das sereias.

Ora, tal passagem é uma alegoria, para Adorno e Horkheimer, do sujeito burguês e da situação da arte e da cultura na modernidade — naquilo que ambos chamam de “mundo administrado” — pois tanto a arte quanto a cultura tornam-se um artigo de luxo que apenas uma minoria consegue ter acesso, e que, no entanto, encontram-se de pés e mãos amarrados. A verdadeira arte e o belo continuam inacessíveis à “tripulação”, para a qual Ulisses realiza o papel burguês de *senhor*⁴⁸, condenando-a a conduzir o barco com os ouvidos tampados. Esta “tripulação” que é condenada à mistificação e a inacessibilidade da arte, do belo e da contemplação é o que veremos tão predominantemente na indústria cultural.

Sobre a indústria cultural, a qual é o principal enfoque deste trabalho, vemos que ela é, para os autores, o *esclarecimento como mistificação das massas*. Ou seja, o esclarecimento transmuta-se em enganação total das massas. Vemos que a cultura mercantilizada promove um *esquematismo* — termo cunhado por Kant — aplicado às pessoas. Existe uma multiplicidade de produtos que a indústria cultural oferece, assim como revistas divididas para o público A, B e C, mas a tudo, segundo Adorno e Horkheimer, a cultura atual aplica um ar de similitude. Esta variedade que os produtos da indústria cultural propõem não passa de uma ilusão, sendo que sempre se chegará ao mesmo ponto: à situação do sujeito-cliente e do sujeito-empregado.

Afinal, é isto que tal homogeneidade — sob a ilusão de variedade — na cultura promove para Adorno e Horkheimer, a mistificação das massas sob o monopólio da indústria cultural enxergando os sujeitos imersos em tal mistificação apenas como sujeito-cliente e sujeito-empregado. Assim sendo, vemos que este sujeito acaba por não ter um escape, por não ter uma condição que o faça

⁴⁸ Mais uma vez, toca-se no tema da dominação da natureza e do homem pelo próprio homem, característica marcante do esclarecimento, segundo Adorno e Horkheimer.

distanciar-se da grande homogeneização que a indústria cultural promove — o que por fim, promove neste sujeito uma submissão a todo o sistema, ideologia e status quo dominantes:

A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesma. Os automóveis, as bombas e o cinema mantêm coeso o todo e chega o momento em que seu elemento nivelador mostra sua força na própria injustiça à qual servia. Por enquanto, a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, 114).

Vemos também que os verdadeiros mandatários da indústria cultural são as grandes indústrias, as do petróleo, do metal, da eletricidade. O que existe na indústria cultural portanto é uma mera continuação e produção de bens seguindo o mesmo molde, o mesmo “ritmo de aço”, como colocam Adorno e Horkheimer, que é toda a ideologia dominante, sob a qual o sujeito se vê inserido, como já dito, como um sujeito-cliente e um sujeito-empregado. Eis o que confirma por fim a afirmação dos autores de que a indústria cultural é, de fato, o esclarecimento como mistificação das massas. A resistência do sujeito a este sistema é quase impossível, estando reservado aos que pretendem resistir a exclusão e o ostracismo social.

É preciso dizer que as circunstâncias dos dias de hoje são, de certo modo, diferentes daquelas da época da escrita da *Dialética do Esclarecimento*, mas de uma maneira muito significativa, vemos em nosso entorno o mesmo sistema, o mesmo regime de produção (com meras diferenças em seu modo de ser, tomando como exemplo a evolução da produção fordista à toyotista), a mesma situação do sujeito-cliente e sujeito-empregado, e a mesma pujança da indústria cultural sobre o sujeito. Talvez seja possível afirmar que, com o surgimento do neoliberalismo, a força e predominância da indústria cultural seja ainda mais preponderante nos dias de hoje do que nos dias da escrita da *Dialética do Esclarecimento* — se não for

possível afirmar que a pujança da indústria cultural continua a mesma, pode-se pelo menos afirmar que ela tem a mesma intensidade que de quando seu surgimento.

6 BIBLIOGRAFIA DE THEODOR W. ADORNO

ADORNO & HORKHEIMER. **Dialética do Esclarecimento**. Zahar, 1985.

ADORNO, Theodor W. **O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição**. In: Os Pensadores – Theodor W. Adorno. Textos Escolhidos. Tradução de Luiz João Baraúna, revista por João Marcos Coelho. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

6.1 DEMAIS REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACON, Francis apud ADORNO & HORKHMEIMER. **Advancement of Learning**, in Works, op.cit., vol. II, 126. London, 1605.

BACON, Francis apud ADORNO & HORKHMEIMER. **Novum organum**, in Works, op.cit., vol. XIV, p.31. London, 1620.

BECKER, Howard S. **Outsiders**. Free Press, 1997.

DELEUZE, Gilles. **L'Abécédaire de Gilles Deleuze**. 1996.

NIETZSCHE, Friedrich apud ADORNO & HORKHEIMER. **Götzendämmerung**, Werke, vol. VIII, 136. Leipzig, 1889.

WEDEKIND, Frank apud ADORNO & HORKHMEIMER. **Gesammelte Werke**, in vol. IX, 426. Munique, 1921.