

DIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO
Fragmentos Filosóficos
1947

(Dialektik der Aufklärung – Philosophische Fragmente)

Theodor W. Adorno
&
Max Horkheimer

A Indústria Cultural: O Esclarecimento
Como Mistificação das Massas

A Indústria Cultural

O esclarecimento como mistificação das massas

Theodor W. Adorno e Max Horkheimer

Na opinião dos sociólogos, a perda do apoio que a religião objectiva fornecia, a dissolução dos últimos resíduos pré-capitalistas, a diferenciação técnica e social e a extrema especialização levaram a um caos cultural. Ora, essa opinião encontra a cada dia um novo desmentido. Pois a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada sector 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. Os edifícios monumentais e luminosos que se elevam por toda parte são os sinais exteriores do engenhoso planeamento das corporações internacionais, para o qual já se precipitava a livre iniciativa dos empresários, cujos monumentos são os sombrios prédios residenciais e comerciais de nossas desoladoras cidades. Os prédios mais antigos em torno dos centros urbanos feitos de concreto já parecem *slums*¹ e os novos *bungalows* na periferia da cidade já proclamam, como as frágeis construções das feiras internacionais, o louvor do progresso técnico e convidam a descartá-los como latas de conserva após um breve período de uso. Mas os projectos de urbanização que, em pequenos apartamentos higiénicos, destinam-se a perpetuar o indivíduo como se ele fosse independente, submetem-no ainda mais profundamente a seu adversário, o poder absoluto do capital. Do mesmo modo que os moradores são enviados para os centros, como produtores e consumidores, em busca de trabalho e diversão, assim também as células habitacionais cristalizam-se em complexos densos e bem organizados. A unidade evidente do macrocosmo e do microcosmo demonstra para os homens o modelo de sua cultura: a falsa identidade do universal e do particular. Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear. Os dirigentes não estão mais sequer muito interessados em encobri-lo, seu poder se fortalece quanto mais brutalmente ele se confessa de público. 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 directores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos.

Os interessados inclinam-se a dar uma explicação tecnológica da indústria cultural. O facto de que milhões de pessoas participam dessa indústria imporia métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. O contraste técnico entre poucos centros de produção e uma recepção dispersa condicionaria a organização e o planeamento pela direção. Os padrões teriam resultado originariamente das necessidades dos consumidores: eis por que são aceitos sem resistência. De facto, o que o explica é o círculo da manipulação e da necessidade retroactiva, no qual a unidade do sistema se torna cada vez mais coesa. O que não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade. A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Ela é o carácter 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. Isso, porém, não deve ser atribuído a nenhuma lei evolutiva da técnica enquanto tal, mas à sua função na economia actual. A necessidade que talvez pudesse escapar ao controle central já é recalçada pelo controle da consciência individual. A passagem do telefone ao rádio separou claramente os papéis. Liberal, o telefone permitia que os participantes ainda desempenhassem o papel do sujeito. 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 nenhum dispositivo de réplica e as emissões privadas são submetidas ao controle. Elas limitam-se ao domínio apócrifo

1. Cortiços. (N. do T.)

dos “amadores”, que ainda por cima são organizados de cima para baixo. No quadro da rádio oficial, porém, todo traço de espontaneidade no público é dirigido e absorvido, numa selecção profissional, por caçadores de talentos, competições diante do microfone e toda espécie de programas patrocinados. Os talentos já pertencem à indústria muito antes de serem apresentados por ela: de outro modo não se integrariam tão fervorosamente. A atitude do público que, pretensamente e de facto, favorece o sistema da indústria cultural é uma parte do sistema, não sua desculpa. Quando um ramo artístico segue a mesma receita usada por outro muito afastado dele quanto aos recursos e ao conteúdo; quando, finalmente, os conflitos dramáticos das novelas radiofónicas tornam-se o exemplo pedagógico para a solução de dificuldades técnicas, que à maneira do *jam*², são dominadas do mesmo modo que nos pontos culminantes da vida jazzística; ou quando a “adaptação” deturpadora de um movimento de Beethoven se efectua do mesmo modo que a adaptação de um romance de Tolstoi pelo cinema, o recurso aos desejos espontâneos do público torna-se uma desculpa esfarrapada. Uma explicação que se aproxima mais da realidade é a explicação a partir do peso específico do aparelho técnico e do pessoal, que devem todavia ser compreendidos, em seus menores detalhes, como partes do mecanismo económico de selecção. Acresce a isso o acordo, ou pelo menos a determinação comum dos poderosos executivos, de nada produzir ou deixar passar que não corresponda a suas tabelas, à ideia que fazem dos consumidores e, sobretudo, que não se assemelha a eles próprios.

Se, em nossa época, a tendência social objectiva se encarna nas obscuras intenções subjectivas dos directores gerais, estas são basicamente as dos sectores mais poderosos da indústria: aço, petróleo, electricidade, química. Comparados a esses, os monopólios culturais são fracos e dependentes. Eles têm que se apressar em dar razão aos verdadeiros donos do poder, para que sua esfera na sociedade de massas — esfera essa que produz um tipo específico de mercadoria que ainda tem muito a ver com o liberalismo bonachão e os intelectuais judeus — não seja submetida a uma série de expurgos. A dependência em que se encontra a mais poderosa sociedade radiofónica em face da indústria eléctrica, ou a do cinema relativamente aos bancos, caracteriza a esfera inteira, cujos sectores individuais por sua vez se interpenetram numa confusa trama económica. Tudo está tão estreitamente justaposto que a concentração do espírito atinge um volume tal que lhe permite passar por cima da linha de demarcação entre as diferentes firmas e sectores técnicos. A unidade implacável da indústria cultural atesta a unidade em formação da política. As distinções enfáticas que se fazem entre os filmes das categorias A e B, ou entre as histórias publicadas em revistas de diferentes preços, têm menos a ver com seu conteúdo do que com sua utilidade para a classificação, organização e computação estatística dos consumidores. Para todos algo está previsto; para que ninguém escape, as distinções são acentuadas e difundidas. O fornecimento ao público de uma hierarquia de qualidades serve apenas para uma quantificação ainda mais completa. Cada qual deve se comportar, como que espontaneamente, em conformidade com seu *level*³, previamente caracterizado por certos sinais, e escolher a categoria dos produtos de massa fabricada para seu tipo. Reduzidos a um simples material estatístico, os consumidores são distribuídos nos mapas dos institutos de pesquisa (que não se distinguem mais dos de propaganda) em grupos de rendimentos assinalados por zonas vermelhas, verdes e azuis.

O esquematismo do procedimento mostra-se no facto de que os produtos mecanicamente diferenciados acabam por se revelar sempre como a mesma coisa. A diferença entre a série Chrysler e a série General Motors é no fundo uma distinção ilusória, como já sabe toda criança interessada em modelos de automóveis. As vantagens e desvantagens que os conhecedores discutem servem apenas para perpetuar a ilusão da concorrência e da possibilidade de escolha. O mesmo se passa com as produções da Warner Brothers e da Metro Goldwyn Mayer. Até mesmo as diferenças entre os modelos mais caros e mais baratos da mesma firma se reduzem cada vez mais: nos automóveis, elas se reduzem ao número de cilindros, capacidade, novidade dos *gadgets*⁴, nos filmes ao número de estrelas, à exuberância da técnica, do trabalho e do equipamento, e ao emprego de fórmulas psicológicas mais recentes. O critério unitário de valor consiste na dosagem da *conspicuous production*⁵, do investimento ostensivo. Os valores orçamentários da indústria cultural nada têm a ver com os valores objectivos, com o sentido dos produtos. Os próprios meios técnicos tendem cada vez mais a se uniformizar. 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

2. Improvisação jazzística. (N. do T.)

3. Nível. (N. do T.)

4. Todo o aparelho mecânico pequeno, acessório. (N. do T.)

5. Produção ostensiva. (N. do T.)

abertamente já amanhã — numa realização escarminha do sonho wagneriano da obra de arte total. A harmonização da palavra, da imagem e da música logra um êxito ainda mais perfeito do 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. Esse processo de elaboração integra todos os elementos da produção, desde a concepção do romance (que já tinha um olho voltado para o cinema) até o último efeito sonoro. Ele é o triunfo do capital investido. Gravar sua onipotência no coração dos esbulhados que se tornaram candidatos a *jobs*⁶ como a onipotência de seu senhor, eis aí o que constitui o sentido de todos os filmes, não importa o *plot*⁷ escolhido em cada caso pela direcção de produção.

Em seu lazer, as pessoas devem se orientar por essa unidade que caracteriza a produção. A função que o esquematismo kantiano ainda atribuía ao sujeito, a saber, referir de antemão a multiplicidade sensível aos conceitos fundamentais, é tomada ao sujeito pela indústria. O esquematismo é o primeiro serviço prestado por ela ao cliente. Na alma devia actuar um mecanismo secreto destinado a preparar os dados imediatos de modo a se ajustarem ao sistema da razão pura. Mas o segredo está hoje decifrado. Muito embora o planeamento do mecanismo pelos organizadores dos dados, isto é, pela indústria cultural, seja imposto a esta pelo peso da sociedade que permanece irracional apesar de toda racionalização, essa tendência fatal é transformada em sua passagem pelas agências do capital do modo a aparecer como o sábio desígnio dessas agências. Para o consumidor, não há nada mais a classificar que não tenha sido antecipado no esquematismo da produção. A arte sem sonho destinada ao povo realiza aquele idealismo sonhador que ia longe demais para o idealismo crítico. Tudo vem da consciência, em Malebranche e Berkeley da consciência de Deus; na arte para as massas, da consciência terrena das equipes de produção. Não somente os tipos das canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espectáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência. Os detalhes tornam-se fungíveis. A breve sequência de intervalos, fácil de memorizar, como mostrou a canção de sucesso; o fracasso temporário do herói, que ele sabe suportar como *good sport*⁸ que é; a boa palmada que a namorada recebe da mão forte do astro; sua rude reserva em face da herdeira mimada são, como todos os detalhes, clichés prontos para serem empregados arbitrariamente aqui e ali e completamente definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema. Confirmá-lo, compondo-o, eis aí sua razão de ser. Desde o começo do filme já se sabe como ele termina, quem é recompensado, e, ao escutar a música ligeira, o ouvido treinado é perfeitamente capaz, desde os primeiros compassos, de adivinhar o desenvolvimento do tema e sente-se feliz quando ele tem lugar como previsto. O número médio de palavras da *short story* é algo em que não se pode mexer. Até mesmo as *gags*, efeitos e piadas são calculados, assim como o quadro em que se inserem. Sua produção é administrada por especialistas, e sua pequena diversidade permite reparti-las facilmente no escritório. A indústria cultural desenvolveu-se com o predomínio que o efeito, a *performance* tangível e o detalhe técnico alcançaram sobre a obra, que era outrora o veículo da Ideia e com essa foi liquidada. Emancipando-se, o detalhe tornara-se rebelde e, do romantismo ao expressionismo, afirmara-se como expressão indómita, como veículo do protesto contra a organização. O efeito harmónico isolado havia obliterado, na música, a consciência do todo formal; a cor particular na pintura, a composição pictórica; a penetração psicológica no romance, a arquitectura. A tudo isso deu fim a indústria cultural mediante a totalidade. Embora nada mais conheça além dos efeitos, ela vence sua insubordinação e os submete à fórmula que substitui a obra. 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 do 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.

O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural. A velha experiência do espectador de cinema, que percebe a rua como um prolongamento do filme que acabou de ver, porque este pretende ele próprio reproduzir rigorosamente o mundo da percepção quotidiana, tornou-se a norma da produção. Quanto maior a perfeição com que suas técnicas duplicam os objectos empíricos, mais fácil se torna hoje

6. Empregos. (N. do T.)

7. Enredo. (N. do T.)

8. Bom perdedor. (N. do T.)

obter a ilusão de que o mundo exterior é o prolongamento sem ruptura do mundo que se descobre no filme. Desde a súbita introdução do filme sonoro, a reprodução mecânica pôs-se ao inteiro serviço desse projecto. A vida não deve mais, tendencialmente, deixar-se distinguir do filme sonoro. Ultrapassando de longe o teatro de ilusões, o filme não deixa mais à fantasia e ao pensamento dos espectadores nenhuma dimensão na qual estes possam, sem perder o fio, passear e divagar no quadro da obra fílmica permanecendo, no entanto, livres do controle de seus dados exactos, e é assim precisamente que o filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade. Actualmente, a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos — e entre eles em primeiro lugar o mais característico, o filme sonoro — paralisam essas capacidades em virtude de sua própria constituição objectiva. São feitos de tal forma que sua apreensão adequada exige, é verdade, presteza, dom de observação, conhecimentos específicos, mas também de tal sorte que proíbem a actividade intelectual do espectador, se ele não quiser perder os factos que desfilam velozmente diante de seus olhos. O esforço, contudo, está tão profundamente inculcado que não precisa ser actualizado em cada caso para recalcar a imaginação. Quem está tão absorvido pelo universo do filme — pelos gestos, imagens e palavras —, que não precisa lhe acrescentar aquilo que fez dele um universo, não precisa necessariamente estar inteiramente dominado no momento da exibição pelos efeitos particulares dessa maquinaria. Os outros filmes e produtos culturais que deve obrigatoriamente conhecer tornaram-no tão familiarizado com os desempenhos exigidos da atenção, que estes têm lugar automaticamente. A violência da sociedade industrial instalou-se nos homens de uma vez por todas. Os produtos da indústria cultural podem ter a certeza de que até mesmo os distraídos vão consumi-los abertamente. Cada qual é um modelo da gigantesca maquinaria económica que, desde o início, não dá folga a ninguém, tanto no trabalho quanto no descanso, que tanto se assemelha ao trabalho. É possível depreender de qualquer filme sonoro, de qualquer emissão de rádio, o impacto que não se poderia atribuir a nenhum deles isoladamente, mas só a todos em conjunto na sociedade. Inevitavelmente, cada manifestação da indústria cultural reproduz as pessoas tais como as modelou a indústria em seu todo. E todos os seus agentes, do *producer* às associações femininas, velam para que o processo da reprodução simples do espírito não leve à reprodução ampliada.

As queixas dos historiadores da arte e dos defensores da cultura acerca da extinção da força criadora do estilo no Ocidente são assustadoramente destituídas de fundamento. A tradução estereotipada de tudo, até mesmo do que ainda não foi pensado, no esquema da reprodutibilidade mecânica supera em rigor e valor todo verdadeiro estilo, cujo conceito serve aos amigos da cultura para transfigurar em algo de orgânico o passado pré-capitalista. Nenhum Palestrina podia ser mais purista na perseguição da dissonância inesperada e não resolvida do que o arranjador de jazz na perseguição de todo desenvolvimento que não se ajuste exactamente ao seu jargão. Se ele adapta Mozart ao jazz, ele não o modifica apenas nas passagens em que Mozart seria difícil ou sério demais, mas também nas passagens em que este se limitava a harmonizar de uma maneira diferente, ou até mesmo de uma maneira mais simples do que é costume hoje. Nenhum construtor medieval poderia ter passado em revista os temas dos vitrais e esculturas com maior desconfiança do que a hierarquia dos estúdios de cinema ao examinar um tema de Balzac ou Victor Hugo, antes de lhe dar o *imprimatur* do aceitável. Nenhum concílio poderia ter designado o lugar a ser ocupado pelas caretas diabólicas e pelos tormentos dos danados na *ordo* do amor supremo com maior cuidado do que a direcção de produção ao calcular a tortura do herói ou a altura da saia da *leading lady* na ladainha do superespetáculo. O catálogo explícito e implícito, esotérico e exotérico, do proibido e do tolerado estende-se a tal ponto que ele não apenas circunscribe a margem de liberdade, mas também domina-a completamente. Os menores detalhes são modelados de acordo com ele. Exactamente como seu adversário, a arte de vanguarda, é com as proibições que a indústria cultural fixa positivamente sua própria linguagem com sua sintaxe e seu vocabulário. A compulsão permanente a produzir novos efeitos (que, no entanto, permanecem ligados ao velho esquema) serve apenas para aumentar, como uma regra suplementar, o poder da tradição ao qual pretende escapar cada efeito particular. Tudo o que vem a público está tão profundamente marcado que nada pode surgir sem exhibir de antemão os traços do jargão e sem se credenciar à aprovação ao primeiro olhar. Os grandes astros, porém, os que produzem e reproduzem, são aqueles que falam o jargão com tanta facilidade, espontaneidade e alegria como se ele fosse a linguagem que ele, no entanto, há muito reduziu ao silêncio. Eis aí o ideal do natural neste ramo. Ele se impõe tanto mais imperiosamente quanto mais a técnica aperfeiçoada reduz a tensão entre a obra produzida e a vida quotidiana. O paradoxo da rotina travestida de natureza pode ser notado em todas as manifestações da indústria cultural, e em muitas ele é tangível. Um músico de jazz que tenha de tocar uma peça de música séria, por exemplo o mais simples minueto de Beethoven, é levado involuntariamente a sincopá-lo, e é com um sorriso soberano que ele, por fim, aceita

seguir o compasso. É essa natureza, complicada pelas exigências sempre presentes e sempre exageradas do medium específico, que constitui o novo estilo, a saber, “um sistema da não-cultura, à qual se pode conceder até mesmo uma certa ‘unidade de estilo’, se é que ainda tem sentido falar em uma barbárie estilizada”.⁹

A obrigatoriedade universal dessa estilização pode superar a dos preceitos e proibições oficiais. Actualmente, é mais fácil perdoar a uma canção de sucesso que ela não se atenha aos 32 compassos ou à extensão do intervalo de nona, do que a introdução, por mais secreto que seja, de um detalhe melódico ou harmónico que não se conforme ao idioma. Todas as infracções cometidas por Orson Welles contra as usanças de seu ofício lhe são perdoadas, porque, enquanto incorrecções calculadas, apenas confirmam ainda mais zelosamente a validade do sistema. A compulsão do idioma tecnicamente condicionado, que os astros e os directores têm que produzir como algo de natural para que o povo possa transformá-lo em seu idioma, tem a ver com nuances tão finas que elas quase alcançam a subtileza dos meios de uma obra de vanguarda, graças à qual esta, ao contrário daquelas, serve à verdade. A capacidade rara de satisfazer minuciosamente as exigências do idioma da naturalidade em todos os sectores da indústria cultural toma-se o padrão de competência. O que e como o dizem deve ser controlável pela linguagem quotidiana, como no positivismo lógico. Os produtores são especialistas. O idioma exige a mais espantosa força produtiva, que ele absorve e desperdiça. Ele superou satanicamente a distinção própria do conservadorismo cultural entre o estilo autêntico e o estilo artificial. Artificial poder-se-ia dizer um estilo imposto de fora às potencialidades de uma figura. Na indústria cultural, porém, os menores elementos do tema têm origem na mesma aparelhagem que o jargão no qual é acolhido. As brigas em que os especialistas em arte se envolvem com o *sponsor*¹⁰ e o censor sobre uma mentira óbvia demais atestam menos uma tensão intrinsecamente estética do que uma divergência de interesses. O renome dos especialistas, onde às vezes ainda se vem refugiar um último resquício de autonomia temática, entra em conflito com a política comercial da igreja ou da corporação que produz a mercadoria cultural. Mas o tema já está, em virtude de sua própria essência, reificado como aceitável antes mesmo que as instâncias competentes comecem a disputar. Antes mesmo de ser adquirida por Zanuck, Santa Bernadette já aparecia aos olhos de seu poeta como um apelo publicitário para todos os consórcios interessados, e isso resultava das potencialidades da figura. Eis por que o estilo da indústria cultural, que não tem mais de se pôr à prova em nenhum material refractário, é ao mesmo tempo a negação do estilo. A reconciliação do universal e do particular, da regra e da pretensão específica do objecto, que é a única coisa que pode dar substância ao estilo, é vazia, porque não chega mais a haver uma tensão entre os pólos: os extremos que se tocam passaram a uma turva identidade, o universal pode substituir o particular e vice-versa.

No entanto, essa caricatura do estilo descobre algo acerca do estilo autêntico do passado. O conceito do estilo autêntico torna-se transparente na indústria cultural como um equivalente estético da dominação. A idéia do estilo como uma conformidade a leis meramente estéticas é uma fantasia romântica retrospectiva. O que se exprime na unidade do estilo não apenas da Idade Média cristã, mas também do Renascimento, é a estrutura diversificada do poder social, não a experiência obscura dos dominados que encerrava o universal. Os grandes artistas jamais foram aqueles que encarnaram o estilo da maneira mais íntegra e mais perfeita, mas aqueles que acolheram o estilo em sua obra como uma atitude dura contra a expressão caótica do sofrimento, como verdade negativa. No estilo de suas obras, a expressão conquistava a força sem a qual a vida se dilui sem ser ouvida. As próprias obras que se chamam clássicas, como a música de Mozart, contêm tendências objectivas orientadas num sentido diverso do estilo que elas encarnavam. Até Schönberg e Picasso, os grandes artistas conservaram a desconfiança contra o estilo e, nas questões decisivas, se ativeram menos a esse do que à lógica do tema. Aquilo que os expressionistas e dadaístas chamaram polemicamente de inverdade do estilo enquanto tal triunfa actualmente no jargão cantado do *crooner*, na graça consumada da estrela do cinema e até mesmo na perfeição da fotografia da choça miserável de um camponês. Em toda obra de arte, o estilo é uma promessa. Ao ser acolhido nas formas dominantes da universalidade: a linguagem musical, pictórica, verbal, aquilo que é expresso pelo estilo deve se reconciliar com a Ideia da verdadeira universalidade. Essa promessa da obra de arte de instituir a verdade imprimindo a figura nas formas transmitidas pela sociedade é tão necessária quanto hipócrita. Ela coloca as formas reais do existente como algo de absoluto, pretextando antecipar a satisfação nos derivados estéticos delas. Nessa medida, a pretensão da arte é sempre ao mesmo tempo ideologia. No entanto, é tão-somente neste confronto com a tradição,

9. Nietzsche. *Unzeitgemässe Betrachtungen. Werke* (Grossoktavausgabe). Leipzig, 1917. Vol. I, p. 187

10. Patrocinador. (N. do T.)

que se sedimenta no estilo, que a arte encontra expressão para o sofrimento. O elemento graças ao qual a obra de arte transcende a realidade, de facto, é inseparável do estilo. Contudo, ele não consiste na realização da harmonia — a unidade problemática da forma e do conteúdo, do interior e do exterior, do indivíduo e da sociedade —, mas nos traços em que aparece a discrepância, no necessário fracasso do esforço apaixonado em busca da identidade. Ao invés de se expor a esse fracasso, no qual o estilo da grande obra de arte sempre se negou, a obra medíocre sempre se ateuve .à semelhança com outras, isto é, ao sucedâneo da identidade. A indústria cultural acaba por colocar a imitação como algo de absoluto. Reduzida ao estilo, ela trai seu segredo, a obediência à hierarquia social. A barbárie estética consoma hoje a ameaça que sempre pairou sobre as criações do espírito desde que foram reunidas e neutralizadas a título de cultura. 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 conseqüente é inteiramente adequada a esse conceito de cultura. Ao subordinar da mesma maneira todos os sectores 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.

Assim a indústria cultural, o mais inflexível de todos os estilos, revela-se justamente como a meta do liberalismo, ao qual se censura a falta de estilo. Não somente suas categorias e conteúdos são provenientes da esfera liberal, tanto do naturalismo domesticado quanto da opereta e da revista: as modernas companhias culturais são o lugar económico onde ainda sobrevive, juntamente com os correspondentes tipos de empresários, uma parte da esfera de circulação já em processo de desagregação. Aí ainda é possível fazer fortuna, desde que não se seja demasiado inflexível e se mostre que é uma pessoa com quem se pode conversar. Quem resiste só pode sobreviver integrando-se. Uma vez registrado em sua diferença pela indústria cultural, ele passa a pertencer a ela assim como o participante da reforma agrária ao capitalismo. A rebeldia realista torna-se a marca registada de quem tem uma nova ideia a trazer à actividade industrial. A esfera pública da sociedade actual não admite nenhuma acusação perceptível em cujo tom os bons entendedores não vislumbrem a proeminência sob cujo signo o revoltado com eles se reconcilia. Quanto mais incomensurável é o abismo entre o coro e os protagonistas, mais certamente haverá lugar entre estes para todo aquele que mostrar sua superioridade por uma notoriedade bem planejada. Assim, também sobrevive na indústria cultural a tendência do liberalismo a deixar caminho livre a seus homens capazes. Abrir caminho para esses competentes ainda é a função do mercado, que sob outros aspectos já é extensamente regulado e cuja liberdade consistia mesmo na época de seu maior brilho — para os artistas bem como para outros idiotas — em morrer de fome. Não é à toa que o sistema da indústria cultural provém dos países industriais liberais, e é neles que triunfam todos os seus meios característicos, sobretudo o cinema, o rádio, o jazz e as revistas. É verdade que seu projecto teve origem nas leis universais do capital. Gaumont e Pathé, Ullstein e Hugenberg conheceram o sucesso seguindo a tendência internacional; a dependência económica em face dos Estados Unidos, em que se encontrou o continente europeu depois da guerra e da inflação, teve uma parte nesse processo. A crença de que a barbárie da indústria cultural é uma consequência do *cultural lag*¹¹, do atraso da consciência norte-americana relativamente ao desenvolvimento da técnica, é profundamente ilusória. Atrasada relativamente à tendência ao monopólio cultural estava a Europa pré-fascista. Mas era exactamente esse atraso que deixava ao espírito um resto de autonomia e assegurava a seus últimos representantes a possibilidade de existir ainda que oprimidos. Na Alemanha, a incapacidade de submeter a vida a um controle democrático teve um efeito paradoxal. Muita coisa escapou ao mecanismo de mercado que se desencadeou nos países ocidentais. O sistema educativo alemão juntamente com as universidades, os teatros mais importantes na vida artística, as grandes orquestras, os museus estavam sob protecção. Os poderes políticos, o Estado e as municipalidades, aos quais essas instituições foram legadas como herança do absolutismo, haviam preservado para elas uma parte daquela independência das relações de dominação vigentes no mercado, que os príncipes e senhores feudais haviam assegurado até o século dezanove. Isso resguardou a arte em sua fase tardia contra o veredicto da oferta e da procura e aumentou sua resistência muito acima da protecção de que desfrutava de facto. No próprio mercado, o tributo a uma qualidade sem utilidade e ainda sem curso converteu-se em poder de compra: é por essa razão que editores literários e musicais decentes puderam cultivar por exemplo autores que rendiam pouco mais do que o respeito do conhecedor. Só a obrigação de se inserir incessantemente, sob a mais drástica das ameaças, na vida dos negócios como um

11. Atraso cultural. (N. do T.)

especialista estético impôs um freio definitivo ao artista. Outrora, eles firmavam suas cartas como Kant e Hume — com um “humilde servidor”, ao mesmo tempo que solapavam os fundamentos do trono e do altar. Hoje chamam os chefes de governo pelo primeiro nome e estão submetidos em cada um de seus impulsos artísticos ao juízo de seus patrões iletrados. A análise feita há cem anos por Tocqueville verificou-se integralmente nesse meio tempo. Sob o monopólio privado da cultura “a tirania deixa o corpo livre e vai directo à alma. O mestre não diz mais: você pensará como eu ou morrerá. Ele diz: você é livre de não pensar como eu: sua vida, seus bens, tudo você há-de conservar, mas de hoje em diante você será um estrangeiro entre nós”¹². Quem não se conforma é punido com uma impotência económica que se prolonga na impotência espiritual do individualista. Excluído da actividade industrial, ele terá sua insuficiência facilmente comprovada. Actualmente em fase de desagregação na esfera da produção material, o mecanismo da oferta e da procura continua actuante na superestrutura como mecanismo de controle em favor dos dominantes. Os consumidores são os trabalhadores e os empregados, os lavradores e os pequenos burgueses. A produção capitalista os mantém tão bem presos em corpo e alma que eles sucumbem sem resistência ao que lhes é oferecido. Assim como os dominados sempre levaram mais a sério do que os dominadores a moral que deles recebiam, hoje em dia as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que os bem-sucedidos. Elas têm os desejos deles. Obstinadamente, insistem na ideologia que as escraviza. O amor funesto do povo pelo mal que a ele se faz chega a se antecipar à astúcia das instâncias de controle. Ele chega a superar o rigorismo do *Hays-Office*¹³, quando este, nos grandes momentos históricos, incitou contra o povo instâncias mais altas como o terror dos tribunais. Ele exige Mickey Rooney contra a trágica Garbo e o Pato Donald contra Betty Boop. A indústria ajusta-se ao voto que ela própria conjurou. O que representa *faux frais*¹⁴ para a firma que não pode explorar a fundo o contrato com a estrela em decadência são custos legítimos para o sistema inteiro. Ao ratificar com refinada astúcia a demanda de porcarias, ele inaugura a harmonia total. A competência e a perícia são proscritas como arrogância de quem se acha melhor do que os outros, quando a cultura distribui tão democraticamente seu privilégio a todos. Em face da trégua ideológica, o conformismo dos compradores, assim como o descaramento da produção que eles mantêm em marcha, adquire boa consciência. Ele se contenta com a reprodução do que é sempre o mesmo.

Essa mesmice regula também as relações com o que passou. O que é novo na fase da cultura de massas em comparação com a fase do liberalismo avançado é a exclusão do novo. A máquina gira sem sair do lugar. Ao mesmo tempo que já determina o consumo, ela descarta o que ainda não foi experimentado porque é um risco. É com desconfiança que os cineastas consideram todo manuscrito que não se baseie, para tranquilidade sua, em um *best-seller*. Por isso é que se fala continuamente em *idea*, *novelty* e *surprise*, em algo que seria ao mesmo tempo familiar a todos sem ter jamais ocorrido. A seu serviço estão o ritmo e a dinâmica. Nada deve ficar como era, tudo deve estar em constante movimento. Pois só a vitória universal do ritmo da produção e reprodução mecânica é a garantia de que nada mudará, de que nada surgirá que não se adapte. O menor acréscimo ao inventário cultural comprovado é um risco excessivo. Formas fixas como o *sketch*, a história curta, o filme de tese, o êxito de bilheteria são a média, orientada normativamente e imposta ameaçadoramente, do gosto característico do liberalismo avançado. Os directores das agências culturais — que estão numa harmonia como só os *managers* sabem criar, não importa se provêm da indústria de confecções ou de um *college* — há muito sanaram e racionalizaram o espírito objectivo. Tudo se passa como se uma instância omnipresente houvesse examinado o material e estabelecido o catálogo oficial dos bens culturais, registrando de maneira clara e concisa as séries disponíveis. As ideias estão inscritas no céu cultural, onde já haviam sido enumeradas por Platão e onde, números elas próprias, estavam encerradas sem possibilidade de aumento ou transformação.

O entretenimento e os elementos da indústria cultural já existiam muito tempo antes dela. Agora, são tirados do alto e nivelados à altura dos tempos atuais. A indústria cultural pode se ufanar de ter levado a cabo com energia e de ter erigido em princípio a transferência muitas vezes desajeitada da arte para a esfera do consumo, de ter despido a diversão de suas ingenuidades inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitio das mercadorias. Quanto mais total ela se tomou, quanto mais impiedosamente forçou os *outsiders*¹⁵ seja a declarar falência seja a entrar para o sindicato, mais fina e mais elevada ela se tornou, para enfim desembocar na síntese de Beethoven e do Casino de Paris. Sua vitória é dupla: a verdade, que ela extingue lá fora,

12. A. de Tocqueville, *De la Démocratie en Amérique*. Paris, 1864. Vol. II. P. 151

13. Código de censura instituído em 1934 pela indústria cinematográfica de Hollywood. (N. do T.)

14. Despesas accidentais, que se acrescentam às despesas principais. (N. do T.)

15. Estranhos, forasteiros, marginais. (N. do T.)

dentro ela pode reproduzir a seu bel-prazer como mentira. A arte “leve” como tal, a diversão, não é uma forma decadente. Quem a lastima como traição do ideal da expressão pura está alimentando ilusões sobre a sociedade. A pureza da arte burguesa, que se hipostasiou como reino da liberdade em oposição à práxis material, foi obtida desde o início ao preço da exclusão das classes inferiores, mas é à causa destas classes — a verdadeira universalidade — que a arte se mantém fiel exactamente pela liberdade dos fins da falsa universalidade. A arte séria recusou-se àqueles para quem as necessidades e a pressão da vida fizeram da seriedade um escárnio e que têm todos os motivos para ficarem contentes quando podem usar como simples passatempo o tempo que não passam junto às máquinas. A arte leve acompanhou a arte autónoma como uma sombra. Ela é a má consciência social da arte séria. O que esta — em virtude de seus pressupostos sociais — perdeu em termos de verdade confere àquela a aparência de um direito objectivo. Essa divisão é ela própria a verdade: ela exprime pelo menos a negatividade da cultura formada pela adição das duas esferas. A pior maneira de reconciliar essa antítese é absorver a arte leve na arte séria ou vice-versa. Mas é isto que tenta a indústria cultural. A excentricidade do circo, do museu de cera e do bordel relativamente à sociedade é tão penosa para ela como a de Schönberg e Karl Kraus. É por isso que o jazzista Benny Goodman deve se apresentar juntamente com o Quarteto de Budapeste, mais meticuloso quanto ao ritmo do que qualquer clarinetista filarmónico, enquanto os músicos de Budapeste tocam, em compensação, de maneira tão uniforme e adocicada como Guy Lombardo. O que é significativo não é a incultura, a burrice e a impolidez nua e crua. O refugio de outrora foi eliminado pela indústria cultural graças à sua própria perfeição, graças à proibição e à domesticação do diletantismo, muito embora ela não cesse de cometer erros crassos, sem os quais o nível do estilo elevado seria absolutamente inconcebível. Mas o que é novo é que os elementos irreconciliáveis da cultura, da arte e da distração se reduzem mediante sua subordinação ao fim a uma única fórmula falsa: a totalidade da indústria cultural. Ela consiste na repetição. O facto de que suas inovações características não passem de aperfeiçoamentos da produção em massa não é exterior ao sistema. É com razão que o interesse de inúmeros consumidores se prende à técnica, não aos conteúdos teimosamente repetidos, ociosos e já em parte abandonados. O poderio social que os espectadores adoram é mais eficazmente afirmado na omnipresença do estereótipo imposta pela técnica do que nas ideologias rançosas pelas quais os conteúdos efêmeros devem responder. Todavia, a indústria cultural permanece a indústria da diversão. Seu controle sobre os consumidores é mediado pela diversão, e não é por um mero decreto que esta acaba por se destruir, mas pela hostilidade inerente ao princípio da diversão por tudo aquilo que seja mais do que ela própria. Como a absorção de ‘todas as tendências da indústria cultural na carne e no sangue do público se realiza através do processo social inteiro, a sobrevivência do mercado neste ramo actua favoravelmente sobre essas tendências. A demanda ainda não foi substituída pela simples obediência. Pois a grande reorganização do cinema pouco antes da Primeira Guerra Mundial — condição material de sua expansão — consistiu exactamente na adaptação consciente às necessidades do público registradas com base nas bilheterias, necessidades essas que as pessoas mal acreditavam ter que levar em conta na época pioneira do cinema. Ainda hoje pensam assim os capitães da indústria cinematográfica — que no entanto se baseiam no exemplo dos sucessos mais ou menos fenomenais, e não, com muita sabedoria, no contra-exemplo da verdade. Sua ideologia é o negócio. A verdade em tudo isso é que o poder da indústria cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida, não da simples oposição a ela, mesmo que se tratasse de uma oposição entre a onipotência e impotência. — A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrentá-lo. Mas, ao mesmo tempo, a mecanização atingiu um tal poderio sobre: a pessoa em seu lazer e sobre a sua felicidade, ela determina tão profundamente a fabricação das mercadorias destinadas à diversão, que esta pessoa não pode mais perceber outra coisa senão as cópias que reproduzem o próprio processo de trabalho. O pretensível conteúdo não passa de uma fachada desbotada; o que fica gravado é a sequência automatizada de operações padronizadas. Ao processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode escapar adaptando-se a ele durante o ócio. Eis aí a doença incurável de toda diversão. O prazer acaba por se congelar no aborrecimento, porquanto, para continuar a ser um prazer, não deve mais exigir esforço e, por isso, tem de se mover rigorosamente nos trilhos gastos das associações habituais. O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reacção: não por sua estrutura temática — que desmorona na medida em que exige o pensamento — mas através de sinais. Toda ligação lógica que pressuponha um esforço intelectual é escrupulosamente evitada. Os desenvolvimentos devem resultar tanto quanto possível da situação imediatamente anterior, e não da Ideia do todo. 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 acção o

desenvolvimento que os personagens e o tema exigiam segundo o esquema antigo. Ao invés disso, a nova etapa escolhida é a ideia aparentemente mais eficaz que ocorre aos roteiristas para a situação dada. Uma surpresa estupidamente arquitetada irrompe na acção fílmica. A tendência do produto a recorrer malignamente ao puro absurdo — um ingrediente legítimo da arte popular, da farsa e da bufonaria desde os seus primórdios até Chaplin e os irmãos Marx — aparece da maneira mais evidente nos géneros menos pretensiosos. Enquanto nos filmes de Greer Garson e Bette Davis a unidade do caso social-psicológico ainda justifica a pretensão de uma acção coerente, essa tendência impôs-se totalmente no texto da *novelty song*, no filme policial e nos *cartoons*¹⁶. Exactamente como os objectos dos filmes cómicos e de terror, o pensamento é ele próprio massacrado e despedaçado. As *novelty songs* sempre viveram do desprezo pelo sentido inteligível, que elas — como predecessoras e sucessoras da psicanálise — reduzem à monotonia da simbólica sexual. Os filmes policiais e de aventuras não mais permitem ao espectador de hoje assistir à marcha do esclarecimento. Mesmo nas produções do género destituídas de ironia, ele tem que se contentar com os sustos proporcionados por situações precariamente interligadas.

Os filmes de animação eram outrora expoentes da fantasia contra o racionalismo. Eles faziam justiça aos animais e coisas electrizados por sua técnica, dando aos mutilados uma segunda vida. Hoje, apenas confirmam a vitória da razão tecnológica sobre a verdade. Até poucos anos atrás, tinham enredos consistentes que só se esfacelavam no torvelhinho da perseguição dos últimos minutos do filme. Seu procedimento assemelhava-se nisso ao velho costume da *slapstick comedy*¹⁷. Mas agora as relações temporais deslocaram-se. As primeiras sequências do filme de animação ainda esboçam uma acção temática, destinada, porém, a ser demolida no curso do filme: sob a gritaria do público, o protagonista é jogado para cá e para lá como um farrapo. Assim a quantidade da diversão organizada converte-se na qualidade da crueldade organizada. Os autodesignados censores da indústria cinematográfica, ligados a ela por uma afinidade electiva, vigiam a duração do crime a que se dá a dimensão de uma caçada. A hilariedade põe fim ao prazer que a cena de um abraço poderia pretensamente proporcionar e adia a satisfação para o dia do *pogrom*. Na medida em que os filmes de animação fazem mais do que habituar os sentidos ao novo ritmo, eles inculcam em todas as cabeças a antiga verdade de que a condição de vida nesta sociedade é o desgaste contínuo, o esmagamento de toda resistência individual. Assim como o Pato Donald nos *cartoons*, assim também os desgraçados na vida real recebem a sua sova para que os espectadores possam se acostumar com a que eles próprios recebem.

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 espectáculo; é preciso acompanhar tudo e reagir com aquela presteza que o espectáculo 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. Se a maior parte das rádios e dos cinemas fossem fechados, provavelmente os consumidores não sentiriam tanta falta assim. O passo que leva da rua ao cinema não leva mais, em todo caso, ao sonho, e, desde que a mera existência das instituições deixou de obrigar à sua utilização, também deixou de haver uma ânsia tão grande assim de utilizá-las. Esse fechamento de rádios e cinemas não seria nada de comparável a uma destruição reaccionária de máquinas. Os frustrados não seriam tanto os fãs quanto aqueles que sempre “pagam o pato”, os atrasados. A obscuridade do cinema oferece à dona-de-casa, apesar dos filmes destinados a integrá-la, um refúgio onde ela pode passar algumas horas sem controle, assim como outrora, quando ainda havia lares e folgas vespertinas, ela podia se pôr à janela para ficar olhando a rua. Os desocupados dos grandes centros encontram o frio no verão e o calor no inverno nos locais climatizados. Fora isso, mesmo pelo critério da ordem existente essa aparelhagem inflada do prazer não torna a vida mais humana para os homens. A ideia de “esgotar” as possibilidades técnicas dadas, a ideia da plena utilização de capacidades em vista do consumo estético massificado, é própria do sistema económico que recusa a utilização de capacidades quando se trata da eliminação da fome.

A indústria cultural não cessa de lograr seus consumidores quanto àquilo que está continuamente a lhes prometer. A promissória Sobre o prazer, emitida pelo enredo e pela encenação, é prorrogada indefinidamente: maldosamente, a promessa a que afinal se reduz o espectáculo significa que jamais chegaremos à coisa mesma, que o convidado deve se contentar com a leitura do cardápio. Ao desejo, excitado por nomes e imagens cheios de brilho, o que enfim se serve é o simples encómio do quotidiano cinzento ao qual ele

16. Desenhos animados. (N. do T.)

17. Comédia de pastelão. (N. do T.)

queria escapar. De seu lado, as obras de arte tampouco consistiam em exposições sexuais. Todavia, apresentando a renúncia como algo de negativo, elas revogavam por assim dizer a humilhação da pulsão e salvavam aquilo a que se renunciara como algo mediatizado. Eis aí o segredo da sublimação estética: apresentar a satisfação como uma promessa rompida. A indústria cultural não sublima, mas reprime. Expondo repetidamente o objecto do desejo, o busto no suéter e o torso nu do herói desportivo, ela apenas excita o prazer preliminar não sublimado que o hábito da renúncia há muito mutilou e reduziu ao masoquismo. Não há nenhuma situação erótica que não junte à alusão e à excitação a indicação precisa de que jamais se deve chegar a esse ponto. O *Hays Office* apenas confirma o ritual que a indústria cultural de qualquer modo já instaurou: o de Tântalo. As obras de arte são ascéticas e sem pudor, a indústria cultural é pornográfica e puritana. Assim, ela reduz o amor ao romance, e, uma vez reduzido, muita coisa é permitida, até mesmo a libertinagem como uma especialidade vendável em pequenas doses e com a marca comercial “*daring*”¹⁸. A produção em série do objecto sexual produz automaticamente seu recalçamento. O astro do cinema de quem as mulheres devem se enamorar é de antemão, em sua ubiquidade, sua própria cópia. Toda voz de tenor acaba por soar como um disco de Caruso, e os rostos das moças texanas já se assemelham em sua espontaneidade natural aos modelos que fizeram sucesso, seguindo os padrões de Hollywood. A reprodução mecânica do belo — à qual serve *a fortiori*, com sua idolatria metódica da individualidade, a exaltação reaccionária da cultura — não deixa mais nenhuma margem para a idolatria inconsciente a que se ligava o belo. O triunfo sobre o belo é levado a cabo pelo humor, a alegria maldosa que se experimenta com toda renúncia bem-sucedida. Rimos do facto de que não há nada de que se rir. 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 facto 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 potência como algo de inescapável. *Fun*¹⁹ é um banho medicinal, que a indústria do prazer prescreve incessantemente. O riso torna-se nela o meio fraudulento de ludibriar a felicidade. Os instantes da felicidade não o conhecem, só as operetas e depois os filmes representam o sexo com uma gargalhada sonora. Mas Baudelaire é tão sem humor como Hölderlin. Na falsa sociedade, o riso atacou — como uma doença — a felicidade, arrastando-a para a indigna totalidade dessa sociedade. Rir-se de alguma coisa é sempre ridicularizar, e a vida que, segundo Bergson, rompe com o riso a consolidação dos costumes, é na verdade a vida que irrompe barbaramente, a auto-afirmação que ousa festejar numa ocasião social sua liberação do escrúpulo. Um grupo de pessoas a rir é uma paródia da humanidade. São mônadas, cada uma das quais se entrega ao prazer de estar decidida a tudo às custas dos demais e com o respaldo da maioria. Sua harmonia é a caricatura da solidariedade. O diabólico no riso falso está justamente em que ele é forçosamente uma paródia até mesmo daquilo que há de melhor: a reconciliação. O prazer, contudo, é rigoroso: *res severa verum gaudium*²⁰. A ideologia dos conventos, segundo a qual não é a ascese, mas o acto sexual, que demonstra a renúncia a uma felicidade alcançável, é confirmada negativamente pela seriedade do amante que, cheio de pressentimentos, atrela sua vida ao instante fugidio. A indústria cultural coloca a renúncia jovial no lugar da dor, que está presente na embriaguês como na ascese. A lei suprema é que eles não devem a nenhum preço atingir seu alvo, e é exactamente com isso que eles devem, rindo, se satisfazer. Cada espectáculo da indústria cultural vem mais uma vez aplicar e demonstrar de maneira inequívoca a renúncia permanente que a civilização impõe às pessoas. Oferecer-lhes algo e ao mesmo tempo privá-las disso é a mesma coisa. É isso o que proporciona a indústria do erotismo. É justamente porque nunca deve ter lugar, que tudo gira em torno do coito. Assim, por exemplo, confessar num filme a ilegitimidade de uma relação sem impor aos culpados a correspondente punição é objecto de um tabu mais rigoroso do que, digamos, a militância no movimento operário por parte do futuro genro de um milionário. Contrariamente ao que se passa na era liberal, a cultura industrializada pode se permitir, tanto quanto a cultura nacional-popular (*völkisch*) no fascismo, a indignação com o capitalismo; o que ela não pode se permitir é a abdicção da ameaça de castração. Pois esta constitui a sua própria essência. Essa ameaça sobrevive ao relaxamento organizado dos costumes, quando se trata de homens uniformizados nos filmes alegres produzidos para eles, e sobreviverá, por fim, na realidade. O que é decisivo, hoje, não é o puritanismo, muito embora ela ainda se faça valer sob a forma das organizações femininas, mas a necessidade imanente ao sistema de não soltar o consumidor, de não lhe dar em nenhum momento o pressentimento da possibilidade da resistência. O princípio impõe que todas as necessidades lhe sejam apresentadas como podendo ser satisfeitas pela indústria cultural, mas, por

18. Ousado, audacioso. (N. do T.)

19. Gracejo, brincadeira (N. do T.)

20. A severidade é a verdadeira alegria. (N. do T.)

outro lado, que essas necessidades sejam de antemão organizadas de tal sorte que ele se veja nelas unicamente como um eterno consumidor, como objecto da indústria cultural. Não somente ela lhe faz crer que o logro que ela oferece seria a satisfação, mas dá a entender além disso que ele teria, seja como for, de se arranjar com o que lhe é oferecido. A fuga do quotidiano, que a indústria cultural promete em todos os seus ramos, se passa do mesmo modo que o rapto da moça numa folha humorística norte-americana: é o próprio pai que está segurando a escada no escuro. A indústria cultural volta a oferecer como paraíso o mesmo quotidiano. Tanto o *escape* quanto o *elopement*²¹ estão de antemão destinados a reconduzir ao ponto de partida. A diversão favorece a resignação, que nela quer se esquecer.

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 correctivo 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. Em muitos musicais, mas sobretudo nas farsas e nos *funnies*²², reluz em certos instantes a possibilidade dessa negação. Mas, naturalmente, não é lícito chegar ao ponto de realizá-la. O puro entretenimento em sua lógica, o abandono descontraído à multiplicidade das associações e ao absurdo feliz, é cerceado pelo entretenimento corrente: ele é estorvado pela contrafacção de um sentido coerente que a indústria cultural teima em acrescentar a seus produtos e de que ela, ao mesmo tempo, abusa espertamente como um mero pretexto para a aparição dos astros. Biografias e outras fábulas remendam os retalhos do absurdo de modo a constituir um enredo cretino. Não são os guizos da carapuça do bufão que se põem a tilintar, mas o molho de chaves da razão capitalista, que mesmo na tela liga o prazer aos projectos de expansão. Cada beijo no filme musical deve contribuir para a carreira do boxeador ou qualquer outro perito em sucessos cuja carreira esteja sendo glorificada. O logro, pois, não está em que a indústria cultural proponha diversões, mas no facto de que ela estraga o prazer com o envolvimento de seu tino comercial nos clichés ideológicos da cultura em vias de se liquidar a si mesma. A ética e o gosto podam a diversão irrefreada como “ingénua” — a ingenuidade é considerada tão grave quanto o intelectualismo — e impõem restrições até mesmo à potencialidade técnica. A indústria cultural está corrompida, mas não como uma Babilónia do pecado, e sim como catedral do divertimento de alto nível. Em todos os seus níveis, de Hemingway a Emil Ludwig, de Mrs. Miniver ao Lone Ranger, de Toscanini a Guy Lombardo, a inverdade é inerente a um espírito que foi recebido pronto da arte e da ciência. A indústria cultural conserva o vestígio de algo melhor nos traços que a aproximam do circo, na habilidade obstinada e insensata dos cavaleiros, acrobatas e palhaços, na “defesa e justificação da arte corporal em face da arte espiritual²³”. Mas os últimos refúgios da arte circense que perdeu a alma, mas que representa o humano contra o mecanismo social, são inexoravelmente descobertos por uma razão planejadora, que obriga todas as coisas a provarem sua significação e eficácia. Ela faz com que o sem-sentido na base da escala desapareça tão radicalmente quanto, no topo, o sentido das obras de arte.

A fusão actual da cultura e do entretenimento não se realiza apenas como depravação da cultura, mas igualmente como espiritualização forçada da diversão. Ela já está presente no facto de que só temos acesso a ela em suas reproduções, como cinematografia ou emissão radiofónica. Na era da expansão liberal, a diversão vivia da fé intacta no futuro: tudo ficaria como estava e, no entanto, se tornaria melhor. Hoje a fé é de novo espiritualizada; ela se torna tão subtil que perde de vista todo objectivo e se reduz agora ao fundo dourado projectado por trás da realidade. Ela se compõe dos valores com os quais, em perfeito paralelismo com a vida, novamente se investem, no espectáculo, o rapaz maravilhoso, o engenheiro, a jovem dinâmica, a falta de escrúpulos disfarçada de carácter, o interesse esportivo e, finalmente, os automóveis e cigarros, mesmo quando o entretenimento não é posto na conta de publicidade de seu produtor imediato, mas na conta do sistema como um todo. A diversão se alinha ela própria entre os ideais, ela toma o lugar dos bens superiores, que ela expulsa inteiramente das massas, repetindo-os de uma maneira ainda mais estereotipada do que os reclames publicitários pagos por firmas privadas. A inferioridade, forma subjectivamente limitada da verdade, foi sempre mais submissa aos senhores externos do que ela desconfiava. A indústria cultural transforma-a numa mentira patente. A única impressão que ela ainda produz é a de uma lenga-lenga que as

21. Fuga e rapto. (N. do T.)

22. Quadrinhos ou filmes cómicos. (N. do T.)

23. Frank Wedekind, *Gesammelte Werke*. Munique, 1921. Vol. IX, p. 426

peças toleram *nos best-sellers* religiosos, nos filmes psicológicos e nos *women's serials*²⁴, como um ingrediente ao mesmo tempo penoso e agradável, para que possam dominar com maior segurança na vida real seus próprios impulsos humanos. Neste sentido, a diversão realiza a purificação das paixões que Aristóteles já atribuía à tragédia e agora Mortimer Adler ao filme. Assim como ocorreu com o estilo, a indústria cultural desvenda a verdade sobre a catarse.

Quanto mais firmes se tornam as posições da indústria cultural, mais sumariamente ela pode proceder com as necessidades dos consumidores, produzindo-as, dirigindo-as, disciplinando-as e, inclusive suspendendo a diversão: nenhuma barreira se eleva contra o progresso cultural. Mas essa tendência já é imanente ao próprio princípio da diversão enquanto princípio burguês esclarecido. Se a necessidade de diversão foi em larga medida produzida pela indústria, que às massas recomendava a obra por seu tema, a oleogravura pela iguaria representada e, inversamente, o pudim em pó pela imagem do pudim, foi sempre possível notar na diversão a tentativa de impingir mercadorias, a *sales talk*²⁵, o pregão do charlatão de feira. Mas a afinidade original entre os negócios e a diversão mostra-se em seu próprio sentido: a apologia da sociedade. Divertir-se significa estar de acordo. Isso só é possível se isso se isola do processo social em seu todo, se idiotiza e abandona desde o início a pretensão inescapável de toda obra, mesmo da mais insignificante, de reflectir em sua limitação o todo. Divertir significa sempre: não ter que pensar nisso, esquecer o sofrimento até mesmo onde ele é mostrado. A impotência é a sua própria base. É na verdade uma fuga, mas não, como afirma, uma fuga da realidade ruim, mas da última ideia de resistência que essa realidade ainda deixa subsistir. 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 subjectividade. 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. Todavia, tornou-se cada vez mais difícil persuadir as pessoas a colaborar. O progresso da estultificação não pode ficar atrás do simultâneo progresso da inteligência. Na era da estatística, as massas estão muito escaladas para se identificar com o milionário na tela, mas muito embrutecidas para: se desviar um milímetro sequer da lei do grande número. A ideologia se esconde no cálculo de probabilidade. A felicidade não deve chegar para todos, mas para quem tira a sorte, ou melhor, para quem é designado por uma potência superior — na maioria das vezes a própria indústria do prazer, que é incessantemente apresentada como estando em busca dessa pessoa. As personagens descobertas pelos caçadores de talentos e depois lançadas em grande escala pelos estúdios são tipos ideais da nova classe média dependente. A *starlet* deve simbolizar a empregada de escritório, mas de tal sorte que, diferentemente da verdadeira, o grande vestido de noite já parece talhado para ela. Assim, ela fixa para a espectadora, não apenas a possibilidade de também vir a se mostrar na tela, mas ainda mais enfaticamente a distância entre elas. Só uma pode tirar a sorte grande, só um pode se tornar célebre, e mesmo se todos têm a mesma probabilidade, esta é para cada um tão mínima que é melhor riscá-la de vez e regozijar-se com a felicidade do outro, que poderia ser ele próprio e que, no entanto, jamais é. Mesmo quando a indústria cultural ainda convida a uma identificação ingênua, esta se vê imediatamente desmentida. Ninguém pode mais se perder de si mesmo. Outrora, o espectador via no filme, no casamento representado no filme o seu próprio casamento. Agora os felizardos exibidos na tela são exemplares pertencendo ao mesmo género a que pertence cada pessoa do público, mas esta igualdade implica a separação insuperável dos elementos humanos. A semelhança perfeita é a diferença absoluta. A identidade do género proíbe a dos casos. A indústria cultural realizou maldosamente o homem como ser genérico. Cada um é tão-somente aquilo mediante o que pode substituir todos os outros: ele é fungível, um mero exemplar. Ele próprio, enquanto indivíduo, é o absolutamente substituível, o puro nada, e é isso mesmo que ele vem a perceber quando perde com o tempo a semelhança. É assim que se modifica a estrutura interna da religião do sucesso, à qual, aliás, as pessoas permanecem tão rigidamente agarradas. O caminho *per aspera ad astra*²⁶, que pressupõe a penúria e o esforço, é substituído cada vez mais pela premiação. A parte do acaso cego que intervém na escolha rotineira da canção que se presta ao sucesso, da figurante apta ao papel da heroína, é decantada pela ideologia. Os filmes dão ênfase ao acaso. Obrigando seus personagens, com excepção do vilão, a uma igualdade essencial, ao ponto de excluir as fisionomias rebeldes (como, por exemplo, como no caso de Greta Garbo, as que não parecem que se possa saudar com um familiar “*Hello sister*”²⁷ facilita-se a princípio, é verdade, a vida do espectador. Assegura-se a eles que absolutamente não precisam ser diferen-

24. Romance folhetim, publicado em revistas femininas. (N. do T.)

25. Conversa de vendedor, lábia. (N. do T.)

26. Pelos caminhos ásperos aos astros (N. do T.)

27. Olá garota. (N. do T.)

tes do que são e que poderiam ter o mesmo sucesso sem exigir deles aquilo que se sabem incapazes. Mas, ao mesmo tempo, dá-se a entender a eles que o esforço também não serviria para nada, porque a felicidade burguesa não tem mais nenhuma ligação com o efeito calculável de seu próprio trabalho. No fundo, todos reconhecem o acaso, através do qual um indivíduo fez a sua sorte, como o outro lado do planejamento. É justamente porque as forças da sociedade já se desenvolveram no caminho da racionalidade, a tal ponto que qualquer um poderia tornar-se um engenheiro ou um *manager*, que se tornou inteiramente irracional a escolha da pessoa em que a sociedade deve investir uma formação prévia ou a confiança para o exercício dessas funções. 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 — perde toda significação económica. O próprio acaso é planejado; não no sentido de atingir tal ou qual indivíduo determinado, mas no 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 directas entre os homens. Essa liberdade é simbolizada nos diferentes meios da indústria cultural pela selecção arbitrária de casos representando a média. As reportagens detalhadas sobre as viagens tão brilhantes e tão modestas do feliz ganhador do concurso organizado pela revista — de preferência uma dactilógrafa que provavelmente ganhou o concurso graças a suas relações com as sumidades locais — reflectem a impotência de todos. Eles não passam de um simples material, a tal ponto que os que dispõem deles podem elevar um deles aos céus para depois jogá-lo fora: que ele fique mofando com seus direitos e seu trabalho. A indústria só se interessa pelos homens como clientes e empregados e, de facto, reduziu a humanidade inteira, bem como cada um de seus elementos, a essa fórmula exaustiva. Conforme o aspecto determinante em cada caso, a ideologia dá ênfase ao planejamento ou ao acaso, à técnica ou à vida, à civilização ou à natureza. Enquanto empregados, eles são lembrados da organização racional e exortados a se inserir nela com bom-senso. Enquanto clientes, verão o cinema e a imprensa demonstrar-lhes, com base em acontecimentos da vida privada das pessoas, a liberdade de escolha, que é o encanto do incompreendido. Objectos é que continuarão a ser em ambos os casos.

Quanto menos promessas a indústria cultural tem a fazer, quanto menos ela consegue dar uma explicação da vida como algo dotado de sentido, mais vazia torna-se necessariamente a ideologia que ela difunde. Mesmo os ideais abstractos da harmonia e da bondade da sociedade são demasiado concretos na era da propaganda universal. Pois as abstracções são justamente o que aprendemos a identificar como propaganda. A linguagem que apela apenas à verdade desperta tão-somente a impaciência de chegar logo ao objectivo comercial que ela na realidade persegue. A palavra que não é simples meio para algum fim parece destituída de sentido, e as outras parecem simples ficção, inverdade. Os juízos de valor são percebidos ou como publicidade ou como conversa fiada. A ideologia assim reduzida a um discurso vago e descompromissado nem por isso se torna mais transparente e, tampouco, mais fraca. Justamente sua vagueza, a aversão quase científica a fixar-se em qualquer coisa que não se deixe verificar, funciona como instrumento da dominação. Ela se converte na proclamação enfática e sistemática do existente. A indústria cultural tem a tendência de se transformar num conjunto de proposições protocolares e, por isso mesmo, no profeta irrefutável da ordem existente. Ela se esgueira com mestria entre os escolhos da informação ostensivamente falsa e da verdade manifesta, reproduzindo com fidelidade o fenómeno cuja opacidade bloqueia o discernimento e erige em ideal o fenómeno omnipresente. A ideologia fica cindida entre a fotografia de uma vida estupidamente monótona e a mentira nua e crua sobre o seu sentido, que não chega a ser proferida, é verdade, mas, apenas sugerida, e inculcada nas pessoas. Para demonstrar a divindade do real, a indústria cultural limita-se a repeti-lo cinicamente. Uma prova foto lógica como essa, na verdade, não é rigorosa, mas é avassaladora. Quem ainda duvida do poderio da monotonia não passa de um tolo. A indústria cultural derruba a objecção que lhe é feita com a mesma facilidade com que derruba a objecção ao mundo que ela duplica com imparcialidade. Só há duas opções: participar ou omitir-se. Os provincianos que invocam a beleza eterna e recorrem ao teatro amador contra o cinema e o rádio já chegaram, politicamente, ao ponto para o qual a cultura de massas ainda está empurrando seus clientes. Ela está bastante acerada para, conforme a necessidade, escarnecer ou se valer ideologicamente dos velhos sonhos eles próprios, quer se trate do ideal paterno quer do sentimento absoluto. A nova ideologia tem por objecto o mundo enquanto tal. Ela recorre ao culto do facto, limitando-se a elevar — graças a uma representação tão precisa quanto possível — a existência ruim ao reino dos factos. Essa transferência converte a própria existência num sucedâneo do sentido e do direito. Belo é tudo que a câmara reproduza. A decepção da esperança de ganhar a viagem em torno do mundo corresponde a exactidão as regiões que se atravessariam durante a viagem. O que se oferece não é a Itália, mas a prova visível de sua existência. O cinema pode se permitir mostrar Paris, onde a jovem norte-americana-

na pensa realizar suas aspirações, 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. Que tudo isso continue, que o sistema — mesmo em sua fase mais recente — reproduza a vida daqueles que o constituem, ao invés de eliminá-los logo, é mais uma razão para que se reconheça seu sentido e seu mérito. O simples facto de continuar a existir e continuar a operar converte-se em justificação da permanência cega do sistema e, até mesmo, de sua imutabilidade. O que é salutar é o que se repete, como os processos cíclicos da natureza e da indústria. Eternamente sorriem os mesmos bebês nas revistas, eternamente ecoa o estrondo da máquina de jazz. Apesar de todo o progresso da técnica de representação, das regras e das especialidades, apesar de toda a actividade trepidante, o pão com que a indústria cultural alimenta os homens continua a ser a pedra da estereotipia. Ela se nutre do ciclo, do assombro sem dúvida justificado — de que as mães apesar de tudo continuem a parir filhos, de que as rodas ainda não tenham parado. É isso que fortalece a imutabilidade das situações. 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 louras 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 critpogramas para chaminés de fábricas e postos de gasolina. Inversamente, as rodas e as peças de máquinas têm que reluzir expressivamente, degradadas que foram a suportes dessa alma das árvores e das nuvens. Assim a natureza e a técnica são mobilizadas contra o mofo, contra a lembrança falsificada da sociedade liberal, na qual, segundo se diz, 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 exactamente igual. O triunfo das corporações gigantescas sobre a livre iniciativa empresarial é decantada pela indústria cultural como eternidade da livre iniciativa empresarial. O inimigo que se combate é o inimigo que já está derrotado, o sujeito pensante. A ressurreição do anti-filistino *Hans Sonnenstösser* na Alemanha e o prazer proporcionado por *Life with Father* têm o mesmo sentido.

Há uma coisa, porém, a propósito da qual a ideologia oca não admite brincadeiras: a previdência social. “Ninguém deve sentir fome e frio; quem sentir vai para o campo de concentração: “essa pilhéria da Alemanha hitlerista poderia estar a brilhar como uma máxima sobre todos os portais da indústria cultural. Ela pressupõe com astuta ingenuidade o estado que caracteriza a sociedade mais recente: o facto de que ela sabe muito bem reconhecer os seus. A liberdade formal de cada um está garantida. Ninguém tem que se responsabilizar oficialmente pelo que pensa. Em compensação, cada um se vê desde cedo num sistema de igrejas, clubes, associações profissionais e outros relacionamentos, que representam o mais sensível instrumento de controle social. Quem não quiser se arruinar deve tomar cuidado para que, pesado segundo a escala desse aparelho, não seja julgado leve demais. De outro modo, dará para trás na vida e acabará por ir a pique. O facto de que em toda carreira, mas sobretudo nas profissões liberais, os conhecimentos especializados estão, via de regra, ligados a uma mentalidade de conformismo às normas enseja facilmente a ilusão de que os conhecimentos especializados são os únicos que contam. Na verdade, faz parte do planejamento irracional dessa sociedade reproduzir sofrivelmente tão-somente as vidas de seus fiéis. A escala do padrão de vida corresponde com bastante exactidão à ligação interna das classes e dos indivíduos com o sistema. Pode-se confiar no *manager*, e confiável também é o pequeno empregado, Dagwood, tal como este vive na página humorística e na realidade. Quem tem frio e fome, sobretudo quando já teve boas perspectivas, está marcado. Ele é um *outsider* e, abstracção feita de certos crimes capitais, a culpa mais grave é a de ser um *outsider*. Nos filmes, ele será no melhor dos casos um indivíduo original, objecto de um humorismo maldosamente indulgente. Na maioria dos casos, será o vilão, identificado como tal desde sua primeira aparição, muito antes que a acção tenha se desenvolvido o suficiente para não dar margem ao erro de acreditar, ainda que por um instante apenas, que a sociedade se volta contra as pessoas de boa vontade. De facto, o que se desenvolve actualmente é uma espécie de Estado de bem-estar social em grande escala. Para afirmar sua própria posição, as pessoas conservam em movimento a economia na qual, graças à técnica extremamente desenvolvida, as massas do próprio país já são, em princípio, supérfluas enquanto produtoras. Os trabalhadores, que são na verdade aqueles que provêem a alimentação dos demais, são alimentados, como quer a ilusão ideológica, pelos chefes económicos, que são na verdade os alimentados. A posição do indivíduo torna-se assim precária. No liberalismo, o pobre era tido como preguiçoso, hoje ele é automaticamente suspeito. O lugar de quem não é objecto da assistência externa de ninguém é o campo de concentração, ou

pelo menos o inferno do trabalho mais humilde e dos *slums*. A indústria cultural, porém, reflecte a assistência positiva e negativa dispensada aos administrados como a solidariedade imediata dos homens no mundo dos competentes. Ninguém é esquecido, todos estão cercados de vizinhos, assistentes sociais, Dr. Gillespies e filósofos domésticos de bom coração, que intervêm bondosamente junto a cada pessoa para transformar a miséria perpetuada socialmente em casos individuais curáveis, na medida em que a depravação da pessoa em questão não constitua um obstáculo. A manutenção de uma atmosfera de camaradagem segundo os princípios da ciência empresarial — atmosfera essa que toda fábrica se esforça por introduzir a fim de aumentar a produção — coloca sob controle social o último impulso privado, justamente na medida em que ela aparentemente torna imediatas, reprivatiza, as relações dos homens na produção. Esta espécie de “assistência aos flagelados” espiritual lança uma sombra conciliatória sobre os produtos audiovisuais da indústria cultural muito antes que esse auxílio saia da fábrica e se estenda sobre toda a sociedade. Mas os grandes ajudantes e benfeitores da humanidade, cujos feitos científicos têm de ser apresentados pelos escritores como actos 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.

Essa insistência sobre a bondade é a maneira pela qual a sociedade confessa o sofrimento que ela causa: todos sabem que não podem mais, neste sistema, ajudar-se a si mesmos, e é isso que a ideologia deve levar em conta. Muito longe de simplesmente encobrir o sofrimento sob o véu de uma camaradagem improvisada, a indústria cultural põe toda a honra da firma em encará-lo virilmente nos olhos e admiti-lo com uma fleuma difícil de manter. O patos da frieza de ânimo justifica o mundo que a torna necessária. Assim é a vida, tão dura, mas por isso mesmo tão maravilhosa, tão sadia. A mentira não recua diante do trágico. Do mesmo modo que a sociedade total não suprime o sofrimento de seus membros, mas registra e planeja, assim também a cultura de massas faz com o trágico. Eis por que ela teima em tomar empréstimos à arte. A arte fornece a substância trágica que a pura diversão não pode por si só trazer, mas da qual ela precisa, se quiser se manter fiel de uma ou de outra maneira ao princípio da reprodução exacta do fenómeno. O trágico, transformado em um aspecto calculado e aceito do mundo, torna-se uma bênção para ele. Ele nos protege da censura de não sermos muito escrupulosos com a verdade, quando de facto nos apropriamos dela com cínico pesar. Ele torna interessante a insipidez da felicidade que passou pelo crivo da censura e põe ao alcance de todos o que é interessante. Ele oferece ao consumidor que já viu melhores dias na vida cultural o sucedâneo da profundidade há muito abolida e ao espectador assíduo a escória cultural de que deve dispor para fins de prestígio. A todos ele concede o consolo de que um destino humano forte e autêntico ainda é possível e de que é imprescindível representá-lo sem reservas. A realidade compacta e fechada que a ideologia actual tem por fim reduplicar dá a impressão de ser muito mais grandiosa, magnífica e poderosa, quanto mais profundamente é impregnada com o sofrimento necessário. Ela assume o aspecto do destino. O trágico é reduzido à ameaça da destruição de quem não coopera, ao passo que seu sentido paradoxal consistia outrora numa resistência desesperada à ameaça mítica. O destino trágico converte-se na punição justa, na qual a estética burguesa sempre aspirou transformá-la. A moral da cultura de massas é a moral degradada dos livros infantis de ontem. Assim, por exemplo, nas produções de melhor qualidade, o vilão aparece revestido dos trajes da histórica que, num estudo de pretensa exactidão clínica, tenta enganar sua adversária mais ajustada para roubar sua felicidade, encontrando aí ela própria uma morte bem pouco teatral. Mas as coisas só se passam de maneira tão científica no topo da escala. Mais abaixo, nas produções de menor custo, não é preciso recorrer à psicologia social para arrancar as garras ao trágico. Assim como toda opereta vienense digna desse nome deve encontrar seu final trágico no segundo acto, deixando para o terceiro unicamente a tarefa de desfazer os mal-entendidos, assim também a indústria cultural determina para o trágico um lugar fixo na rotina. A simples existência de uma receita conhecida é suficiente para apaziguar o medo de que o trágico possa escapar ao controle. A fórmula dramática descrita uma vez por uma dona-de-casa como “*getting into trouble and out again*”²⁸ abrange toda a cultura de massas desde o mais cretino *women’s serial* até a obra mais bem executada. Mesmo o pior dos finais, que tinha outrora um objectivo mais alto, é mais uma confirmação da ordem e uma corrupção do trágico, seja porque a amante que infringe as prescrições da moral paga com a morte seus breves dias de felicidade, seja porque o final infeliz do filme torna mais clara a impossibilidade de destruir a vida real. O cinema torna-se efectivamente uma instituição de aperfeiçoamento moral. As massas desmoralizadas por uma vida submetida à coerção do sistema, e cujo único sinal de civilização são comportamentos inculcados à força e deixando transparecer sempre sua fúria e rebeldia latentes, devem ser

28. Meter-se em apuros e depois safar-se. (N. do T.)

compelidas à ordem pelo espectáculo de uma vida inexorável e da conduta exemplar das pessoas concernidas. A cultura sempre contribuiu para domar os instintos revolucionários, e não apenas os bárbaros. A cultura industrializada faz algo a mais. 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 colectivo 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, 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. Em alguns dos mais significativos romances do pré-fascismo, como *Berlin Alexanderplatz*²⁹ e *Kleiner Mann, was nun?*³⁰, essa tendência manifesta-se tão drasticamente como na média dos filmes e na técnica do jazz. No fundo, neles todos se trata do homem que escarnece de si mesmo. A possibilidade de tornar-se sujeito económico, um empresário, um proprietário, está completamente liquidada. As empresas autónomas (incluindo-se aí as mais humildes lojinhas), cuja direcção e transmissão hereditária constituíam a base da família burguesa e da posição de seu chefe, caíram numa dependência sem perspectivas. Todos tornaram-se empregados e, na civilização dos empregados, desapareceu a dignidade (aliás duvidosa) do pai. O comportamento do indivíduo com relação ao crime organizado — seja nos negócios, na profissão ou no partido, seja antes ou depois da admissão — a gesticulação do *Führer* diante da massa, do homem enamorado diante da mulher cortejada, assumem traços peculiarmente masoquistas. 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. A vida no capitalismo tardio é um contínuo rito de iniciação. Todos têm que mostrar que se identificam integralmente com o poder de quem não cessam de receber pancadas. Eis aí, aliás, o princípio do jazz, a síncope, que ao mesmo tempo zomba do tropeção e erige-o em norma. A voz de eunuco do *crooner* a cantar no rádio, o galã bonito que, ao cortejar a herdeira, cai dentro, da piscina vestido de *smoking*, são modelos para as pessoas que devem se transformar naquilo que o sistema, triturando-as, força-as a ser. Todos podem ser como a sociedade todo-poderosa, todos podem se tornar felizes, desde que se entreguem de corpo e alma, desde que renunciem à pretensão de felicidade. Na fraqueza deles, a sociedade reconhece sua própria força e lhes confere uma parte dela. Seu desamparo qualifica-os como pessoas de confiança. É assim que se elimina o trágico. Outrora, a oposição do indivíduo à sociedade era a própria substância da sociedade. Ela glorificava “a valentia e a liberdade do sentimento em face de um inimigo poderoso, de uma adversidade sublime, de um problema terrificante”³¹. Hoje, o trágico dissolveu-se neste nada que é a falsa identidade da sociedade e do sujeito, cujo horror ainda se pode divisar fugidamente na aparência nula do trágico. Mas o milagre da integração, o permanente acto de graça da autoridade em acolher o desamparado, forçado a engolir sua renitência, tudo isso significa o fascismo. Ele já se deixa entrever no sentimento humanitário onde Döblin encontra um refúgio para seu personagem Biberkopf, assim como nos filmes de temática social. A própria capacidade de encontrar refúgios e subterfúgios, de sobreviver à própria ruína, com que o trágico é superado, é uma capacidade própria da nova geração. Eles são aptos para qualquer trabalho porque o processo de trabalho não os liga a nenhum em particular. Isso lembra o carácter tristemente amoldável do soldado que retoma de uma guerra que não lhe dizia respeito, ou do trabalhador que vive de biscates e acaba entrando em ligas e organizações paramilitares. A liquidação do trágico confirma a eliminação do indivíduo.

Na indústria, o indivíduo é ilusório não apenas por causa da padronização do modo de produção. Ele só é tolerado na medida em que sua identidade incondicional com o universal está fora de questão. Da improvisação padronizada no jazz até os tipos originais do cinema, que têm de deixar a franja cair sobre os olhos para serem reconhecidos como tais, o que domina é a pseudo-individualidade. O individual reduz-se à capacidade do universal de marcar tão integralmente o contingente que ele possa ser conservado como o mesmo. Assim, por exemplo, o ar de obstinada reserva ou a postura elegante do indivíduo exibido numa cena determinada é algo que se produz em série exactamente como as fechaduras Yale, que só por fracções de milímetros se distinguem umas das outras. As particularidades do eu são mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas, que se fazem passar por algo de natural. Elas se reduzem ao bigode, ao sotaque francês, à voz grave da mulher de vida livre, ao *Lubitsch touch*³²: são como impressões digitais em cédulas de

29. Romance A. Döblin. (N. do T.)

30. Romance de H. Fallada. (N. do T.)

31. Nietzsche, *Götzendämmerung. Werke*. Vol. VIII, p. 136.

32.- O toque a marca de Lubitsch. (N. do T.)

identidade que, não fosse por elas, seriam rigorosamente iguais e nas quais a vida e a fisionomia de todos os indivíduos — da estrela do cinema ao encarcerado — se transformam, em face do poderio do universal. A pseudo-individualidade é um pressuposto para compreender e tirar da tragédia sua virulência: é só porque os indivíduos não são mais indivíduos, mas sim meras encruzilhadas das tendências do universal, que é possível reintegrá-los totalmente na universalidade. A cultura de massas revela assim o carácter fictício que a forma do indivíduo sempre exibiu na era da burguesia, e seu único erro é vangloriar-se por essa duvidosa harmonia do universal e do particular. O princípio da individualidade estava cheio de contradições desde o início. *Por um lado*, a individuação jamais chegou a se realizar de facto. O carácter de classe da autoconservação fixava cada um no estágio do mero ser genérico. Todo personagem burguês exprimia, apesar de seu desvio e graças justamente a ele, a mesma coisa: a dureza da sociedade competitiva. O indivíduo, sobre o qual a sociedade se apoiava, trazia em si mesmo sua mácula; em sua aparente liberdade, ele era o produto de sua aparelhagem económica e social. O poder recorria às relações de poder dominantes quando solicitava o juízo das pessoas a elas submetidas. *Ao mesmo tempo*, a sociedade burguesa também desenvolveu, em seu processo, o indivíduo. Contra a vontade de seus senhores, a técnica transformou os homens de crianças em pessoas. Mas cada um desses progressos da individuação se fez à custa da individualidade em cujo nome tinha lugar, e deles nada sobrou senão a decisão de perseguir apenas os fins privados. O burguês cuja vida se divide entre o negócio e a vida privada, cuja vida privada se divide entre a esfera da representação e a intimidade, cuja intimidade se divide entre a comunidade mal-humorada do casamento e o amargo consolo de estar completamente sozinho, rompido consigo e com todos, já é virtualmente o nazista que ao mesmo tempo se deixa entusiasmar e se põe a praguejar, ou o habitante das grandes cidades de hoje, que só pode conceber a amizade como *social contact*, como o contacto social de pessoas que não se tocam intimamente. É só por isso que a indústria cultural pode maltratar com tanto sucesso a individualidade, porque nela sempre se reproduziu a fragilidade da sociedade. Nos rostos dos heróis do cinema ou das pessoas privadas, confeccionados segundo o modelo das capas de revistas, dissipa-se uma aparência na qual, de resto, ninguém mais acredita, e o amor por esses modelos de heróis nutre-se da secreta satisfação de estar afinal dispensado de esforço da individuação pelo esforço (mais penoso, é verdade) da imitação. É vã a esperança de que a pessoa contraditória em si mesma e em via de desintegração não conseguirá sobreviver a muitas gerações, que o sistema tem que desmoronar com essa cisão psicológica, que a substituição mentirosa do individual pelo estereotipado há de se tornar por si mesma insuportável aos homens. Desde o *Hamlet* de Shakespeare, já se descobrira que a unidade da personalidade não passa de uma aparência. Hoje, as fisionomias produzidas sinteticamente mostram que já se esqueceu até mesmo de que já houve uma noção da vida humana. Ao longo dos séculos, a sociedade se preparou para Victor Mature e Mickey Rooney. Sua obra de dissolução é ao mesmo tempo uma realização.

A heroificação do indivíduo mediano faz parte do culto do barato. As estrelas mais bem pagas assemelham-se a reclames publicitários para artigos de marca não especificada. Não é à toa que são escolhidas muitas vezes entre os modelos comerciais. O gosto dominante toma seu ideal da publicidade, da beleza utilitária. Assim a frase de Sócrates, segundo a qual o belo é o útil, acabou por se realizar de maneira irónica. O cinema faz propaganda do truste cultural enquanto totalidade; no rádio, as mercadorias em função das quais se cria o património cultural também são recomendadas individualmente. Por cinquenta centavos vê-se o filme de milhões de dólares; por dez recebe-se a goma de mascar por trás da qual se encontra toda a riqueza do mundo e cuja venda serve para que esta cresça ainda mais. *In absentia*, estando todos sintonizados, investigam-se as finanças dos exércitos, sem que se tolere, todavia, a prostituição no interior do país. As “melhores orquestras” (que não o são) são entregues grátis a domicílio. Tudo isso é uma paródia do país de Cocanha, assim como a “comunidade da nação” (*Volksgemeinschaft*)³³ é uma paródia da comunidade humana. Todos são servidos de alguma coisa. A constatação de um espectador provinciano do velho *Monopoltheater* de Berlim: “É espantoso o que se oferece pelo preço de uma entrada!” há muito foi retomada pela indústria cultural e transformada na substância da própria produção. Esta não apenas se acompanha sempre do triunfo consistindo no simples facto de ser possível, mas é em larga medida esse próprio triunfo. “*Show*” significa mostrar a todos o que se tem e o que se pode. Até hoje, ele ainda é uma feira, só que incuravelmente atingido pelo mal da cultura. Assim como as pessoas atraídas pela voz do pregoeiro superavam a decepção nas barraquinhas com um sorriso valente, porque afinal já sabiam de antemão o que as esperava, assim também o espectador de cinema apega-se cheio de compreensão à instituição. Mas com a barateza dos produtos de luxo fabricados em série e seu complemento, a fraude universal, o carácter mercantil da própria

33. Expressão própria do discurso ideológico nacional-socialista. (N. do T.)

arte está em vias de se modificar. O novo não é o carácter mercantil da obra de arte, mas o facto de que, hoje, ele se declara deliberadamente como tal, e é o facto de que a arte renega sua própria autonomia, incluindo-se orgulhosamente entre os bens de consumo, que lhe confere o encanto da novidade. A arte como um domínio separado só foi possível, em todos os tempos, como arte burguesa. Até mesmo sua liberdade, entendida como negação da finalidade social, tal como esta se impõe através do mercado, permanece essencialmente ligada ao pressuposto da economia de mercado. As puras obras de arte, que negam o carácter mercantil da sociedade pelo simples facto de seguirem sua própria lei, sempre foram ao mesmo tempo mercadorias: até o século dezoito, a protecção dos patronos preservava os artistas do mercado, mas, em compensação, eles ficavam nesta mesma medida submetidos a seus patronos e aos objectivos destes. A falta de finalidade da grande obra de arte moderna vive do anonimato do mercado. As demandas do mercado passam por tantas mediações que o artista escapa a exigências determinadas, mas em certa medida apenas, é verdade, pois ao longo de toda a história burguesa esteve sempre associado à sua autonomia, enquanto autonomia meramente tolerada, um aspecto de inverdade que acabou por se desenvolver no sentido de uma liquidação social da arte. O Beethoven mortalmente doente, que joga longe um romance de Walter Scott com o grito: “Este sujeito escreve para ganhar dinheiro” e que, ao mesmo tempo, se mostra na exploração dos últimos quartetos — a mais extremada recusa do mercado — como um negociante altamente experimentado e obstinado, fornece o exemplo mais grandioso da unidade dos contrários, mercado e autonomia, na arte burguesa. Os que sucumbem à ideologia são exactamente os que ocultam a contradição, em vez de acolhê-la na consciência de sua própria produção, como Beethoven. Este exprimiu musicalmente a cólera pelo vintém perdido e derivou das reclamações da senhoria a exigir o pagamento do aluguel aquele metafísico “*Es Muss Sein*” (“*Tem que ser*”), que tenta superar esteticamente as limitações impostas pelo mundo, O princípio da estética idealista, a finalidade sem fim, é a inversão do esquema a que obedece socialmente a arte burguesa: a falta de finalidade para os fins determinados pelo mercado. Para concluir, na exigência de entretenimento e relaxamento, o fim absorveu o reino da falta de finalidade. Mas, na medida em que a pretensão de utilizar a arte se torna total, começa a se delinear um deslocamento na estrutura económica interna das mercadorias culturais. Pois a utilidade que os homens aguardam da obra de arte na sociedade antagonística é justamente, em larga medida, a existência do inútil, que no entanto é abolido pela subsunção à utilidade. Assimilando-se totalmente à necessidade, a obra de arte defrauda de antemão os homens justamente da liberação do princípio da utilidade, liberação essa que a ela incumbia realizar. O que se poderia chamar de valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca; ao invés do prazer, o que se busca é assistir e estar informado, o que se quer é conquistar prestígio e não se tornar um conhecedor. O consumidor torna-se a ideologia da indústria da diversão, de cujas instituições não consegue escapar. É preciso ver *Mrs. Miniver*, do mesmo modo que é preciso assinar as revistas *Life* e *Time*. Tudo é percebido do ponto de vista da possibilidade de servir para outra coisa, por mais vaga que seja a percepção dessa coisa. Tudo só tem valor na medida em que se pode trocá-lo, não na medida em que é algo em si mesmo. O valor de uso da arte, seu ser, é considerado como um fetiche, e o fetiche, a avaliação social que é erroneamente entendida como hierarquia das obras de arte — torna-se seu único valor de uso, a única qualidade que elas desfrutam. É assim que o carácter mercantil da arte se desfaz ao se realizar completamente. Ela é um género de mercadorias, preparadas, computadas, assimiladas à produção industrial, compráveis e fungíveis, mas a arte como um género de mercadorias, que vivia de ser vendida e, no entanto, de ser invendível, torna-se algo hipocritamente invendível, tão logo o negócio deixa de ser meramente sua intenção e passa a ser seu único princípio. O concerto de Toscanini transmitido pelo rádio é, de certa maneira, invendível. É de graça que o escutamos, e cada nota da sinfonia é como que acompanhada de um sublime comercial anunciando que a sinfonia não é interrompida por comerciais — “*this concert is brought to you as public service*”³⁴. A ilusão realiza-se indirectamente através do lucro de todos os fabricantes de automóveis e sabão reunidos, que financiam as estações, e naturalmente através do aumento de vendas da indústria eléctrica que produz os aparelhos de recepção. O rádio, esse retardatário progressista da cultura de massas, tira todas as consequências que o pseudomercado do cinema por enquanto recusa a este. A estrutura técnica do sistema radiofónico comercial torna-o imune a desvios liberais como aqueles que os industriais do cinema ainda podem se permitir em seu próprio sector. Ele é um empreendimento privado que já representa o todo soberano, no que se encontra um passo à frente das outras corporações. Chesterfield é apenas o cigarro da nação, mas o rádio é o porta-voz dela. Ao integrar todos os produtos culturais na esfera das mercadorias, o rádio renuncia totalmente a vender como mercadorias seus próprios produtos culturais. Nos Estados Unidos, ele não cobra nenhuma taxa do público. Deste modo, ele assume a forma de uma

34. Este concerto é levado até você como um serviço público. (N. do T.)

autoridade desinteressada, acima dos partidos, que é como que talhada sob medida para o fascismo. O rádio torna-se aí a voz universal do *Führer*; nos alto-falantes de rua, sua voz se transforma no uivo das sirenes anunciando o pânico, das quais, aliás, a propaganda moderna é difícil de se distinguir. Os próprios nacional-socialistas sabiam que o rádio dera forma à sua causa, do mesmo modo que a imprensa fizera para a Reforma. O carisma metafísico do *Führer*, inventado pela sociologia da religião, acabou por se revelar como a simples omnipresença de seus discursos radiofónicos, que são uma paródia demoníaca da omnipresença do espírito divino. O facto gigantesco de que o discurso penetra em toda parte substitui seu conteúdo, assim como o favor que nos fazem com a transmissão do concerto de Toscanini toma o lugar de seu conteúdo, a sinfonia. Nenhum ouvinte consegue mais apreender seu verdadeiro sentido, enquanto o discurso do *Führer* é, de qualquer modo, a mentira. Colocar a palavra humana como algo de absoluto, como um falso imperativo, é a tendência imanente do rádio. A recomendação transforma-se em um comando. A apologia das mercadorias, sempre as mesmas sob diversas marcas, o elogio do laxante, cientificamente fundamentado, na voz adocicada do locutor entre as aberturas da *Traviata* e de *Rienzi*, tornaram-se, já por sua cretinice, insuportáveis. Um belo dia, a propaganda de marcas específicas, isto é, o decreto da produção escondido na aparência da possibilidade de escolha, pode acabar se transformando no comando aberto do *Führer*. Numa sociedade dominada pelos grandes bandidos fascistas, que se puseram de acordo sobre a parte do produto social a ser destinado às primeiras necessidades do povo, pareceria enfim anacrónico convidar ao uso de um determinado sabão em pó. O *Führer* ordena de maneira mais moderna e sem maior cerimónia tanto o holocausto quanto a compra de bugigangas.

Actualmente, as obras de arte são apresentadas como os *slogans* políticos e, como eles, inculcadas a um público relutante a preços reduzidos. Elas tornaram-se tão acessíveis quanto os parques públicos. Mas isso não significa que, ao perderem o carácter de uma autêntica mercadoria, estariam preservadas na vida de uma sociedade livre, mas, ao contrário, que agora caiu também a última protecção contra sua degradação em bens culturais. A eliminação do privilégio da cultura pela venda em liquidação dos bens culturais não introduz as massas nas áreas de que eram antes excluídas, mas serve, ao contrário, nas condições sociais existentes, justamente para a decadência da cultura e para o progresso da incoerência bárbara. Quem, no século dezanove ou no início do século vinte, desembolsava uma certa quantia para ver uma peça teatral ou para assistir a um concerto dispensava ao espectáculo pelo menos tanto respeito quanto ao dinheiro gasto. O burguês que pretendesse auferir alguma vantagem com isso podia eventualmente buscar algum contacto com a obra. As introduções aos dramas musicais de Wagner, por exemplo, e os comentários do *Fausto* dão testemunho disso. São eles que servem de transição para a embalagem biográfica e outras práticas a que se submetem actualmente as obras de arte. Mesmo na flor da idade dos negócios, o valor de troca não arrastou o valor de uso como um mero apêndice, mas também o desenvolveu como o pressuposto de sua própria existência, e isso foi socialmente vantajoso para as obras de arte. A arte manteve o burguês dentro de certos limites enquanto foi cara. Mas isso acabou. Sua proximidade ilimitada, não mais mediatizada pelo dinheiro, às pessoas expostas a ela consoma a alienação e assimila um ao outro sob o signo de uma triunfal reificação. Na indústria cultural, desaparecem tanto a crítica quanto o respeito: a primeira transforma-se na produção mecânica de laudos periciais, o segundo é herdado pelo culto desmemoriado da personalidade. Para os consumidores nada mais é caro. Ao mesmo tempo, porém, eles desconfiam que, quanto menos custa uma coisa, menos ela lhes é dada de presente. A dupla desconfiança contra a cultura tradicional enquanto ideologia mescla-se à desconfiança contra a cultura industrializada enquanto fraude. Transformadas em simples brindes, as obras de arte depravadas são secretamente recusadas pelos contemplados juntamente com as bugigangas a que são assimiladas pelos meios de comunicação. Os espectadores devem se alegrar com o facto de que há tantas coisas a ver e a ouvir. A rigor pode-se ter tudo. Os *screenos* e *vaudevilles*³⁵ no cinema, os concursos de identificação de temas musicais, os exemplares grátis, os prémios e presentes oferecidos aos ouvintes de determinados programas radiofónicos, não são meros acidentes, mas apenas prolongam o que se passa com os próprios produtos culturais. A sinfonia torna-se um prémio para o simples facto de se escutar rádio, e se a técnica pudesse impor sua vontade, os filmes já seriam fornecidos em cada apartamento segundo o modelo do rádio. Eles já tendem para o *commercial system*. A televisão anuncia uma evolução que poderia facilmente forçar os irmãos Warner a assumir a posição, certamente incómoda para eles, de produtores de um teatro doméstico e de conservadores culturais. Mas o sistema de prémios já se sedimentou no comportamento dos consumidores. Na medida em que a cultura se apresenta como um brinde, cujas vantagens privadas e sociais no entanto estão fora de questão, sua recepção converte-se no aproveitamento de

35. Nos primórdios do cinema, intervalos durante os quais se organizavam concursos entre os espectadores. (N. do T.)

chances. Os consumidores se esforçam por medo de perder alguma coisa. O quê — não está claro, de qualquer modo só tem chance quem não se exclui. O fascismo, porém, espera reorganizar os recebedores de dádivas, treinados pela indústria cultural, nos batalhões regulares de sua clientela compulsiva.

A cultura é uma mercadoria paradoxal. Ela está tão completamente submetida à lei da troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la. É por isso que ela se funde com a publicidade. Quanto mais destituída de sentido esta parece ser no regime do monopólio, mais todo-poderosa ela se torna. Os motivos são marcadamente económicos. Quanto maior é a certeza de que se poderia viver sem toda essa indústria cultural, maior a saturação e a apatia que ela não pode deixar de produzir entre os consumidores. Por si só ela não consegue fazer muito contra essa tendência. A publicidade é seu elixir da vida. Mas como seu produto reduz incessantemente o prazer que promete como mercadoria a uma simples promessa, ele acaba por coincidir com a publicidade de que precisa, por ser intragável. Na sociedade concorrencial a publicidade tinha por função orientar o comprador pelo mercado, ela facilitava a escolha e possibilitava ao fornecedor desconhecido e mais produtivo colocar sua mercadoria. Não apenas não custava tempo de trabalho, mas também economizava-o. Hoje, quando o mercado livre vai acabando, os donos do sistema se entrincheiram nela. Ela consolida os grilhões que encadeiam os consumidores às grandes corporações. Só quem pode pagar continuamente as taxas exorbitantes cobradas pelas agências de publicidade, pelo rádio sobretudo, isto é, quem já faz parte do sistema ou é cooptado com base nas decisões do capital bancário e industrial, pode entrar como vendedor no pseudomercado. Os custos de publicidade, que acabam por retornar aos bolsos das corporações, poupam as dificuldades de eliminar pela concorrência os intrusos indesejáveis. Esses custos garantem que os detentores do poder de decisão ficarão entre si; aliás, como ocorre nas resoluções dos conselhos económicos que controlam, no Estado totalitário, a criação e a gestão das empresas. A publicidade é hoje em dia um princípio negativo, um dispositivo de bloqueio: tudo aquilo que não traga seu sinete é economicamente suspeito. A publicidade universal não é absolutamente necessária para que as pessoas conheçam os tipos de mercadoria, aos quais a oferta de qualquer modo está limitada. Só indirectamente ela serve à venda. O abandono de uma prática publicitária corrente por uma firma particular significa uma perda de prestígio, na verdade uma infração da disciplina que a clique dominante impõe aos seus. Durante a guerra, continua-se a fazer publicidade de mercadorias que já não podem mais ser fornecidas, com o único fim de exibir o poderio industrial. Mais importante do que a repetição do nome, então, é a subvenção dos meios ideológicos. Na medida em que a pressão do sistema obrigou todo produto a utilizar a técnica da publicidade, esta invadiu o idioma, o “estilo”, da indústria cultural. Sua vitória é tão completa que ela sequer precisa ficar explícita nas posições decisivas: os edifícios monumentais das maiores firmas, publicidade petrificada sob a luz dos holofotes, estão livres de reclames publicitários e exibem no melhor dos casos em suas ameias, brilhando lapidariamente e dispensadas do auto-elogio, as iniciais da firma. Ao contrário, os prédios que sobrevivem do século dezanove e cuja arquitectura ainda revela vergonhosamente a utilidade como bem de consumo, ou seja, sua finalidade habitacional, estão recobertos do andar térreo ao telhado de painéis e anúncios luminosos; a paisagem torna-se um mero pano de fundo para letreiros e logotipos. A publicidade converte-se na arte pura e simplesmente, com a qual Goebbels identificou-a premonitoriamente, *l'art pour l'art*, publicidade de si mesma, pura representação do poderio social. Nas mais importantes revistas norte-americanas, *Life* e *Fortune*, o olhar fugidio mal pode distinguir o texto e a imagem publicitários do texto e imagem da parte redacional. Assim, por exemplo, redacional é a reportagem ilustrada, que descreve entusiástica e gratuitamente os hábitos e os cuidados com o corpo de uma personalidade em evidência e que serve para granjear-lhe novos fãs, enquanto as páginas publicitárias se apoiam em fotos e indicações tão objectivas e realistas que elas representam o ideal da informação que a parte redacional ainda se esforça por atingir. Cada filme é um *trailer* do filme seguinte, que promete reunir mais uma vez sob o mesmo sol exótico o mesmo par de heróis; o retardatário não sabe se está assistindo ao *trailer* ou ao filme mesmo. O carácter de montagem da indústria cultural, a fabricação sintética e dirigida de seus produtos, que é industrial não apenas no estúdio — cinematográfico, mas também (pelo menos virtualmente) na compilação das biografias baratas, romances-reportagem e canções de sucesso, já estão adaptados de antemão à publicidade: na medida em que cada elemento se torna separável, fungível e também tecnicamente alienado à totalidade significativa, ele se presta a finalidades exteriores à obra. O efeito, o truque, cada desempenho isolado e receptível foram sempre cúmplices da exibição de mercadorias para fins publicitários, e actualmente todo *close* de uma actriz de cinema serve de publicidade de seu nome, todo sucesso tornou-se um *plug*³⁶ de sua melodia. Tanto técnica quanto economicamente, a publicidade e a indústria

36. Publicidade, recomendação de alguém ou alguma coisa, por exemplo, num programa radiofónico. (N. do T.)

cultural se confundem. Tanto lá como cá, a mesma coisa aparece em inúmeros lugares, e a repetição mecânica do mesmo produto cultural já é a repetição do mesmo *slogan* propagandístico. Lá como cá, sob o imperativo da eficácia, a técnica converte-se em psicotécnica, em procedimento de manipulação das pessoas. Lá como cá, reinam as normas do surpreendente e no entanto familiar, do fácil e no entanto marcante, do sofisticado e no entanto simples. O que importa é subjugar o cliente que se imagina como distraído ou relutante.

Pela linguagem que fala, ele próprio dá sua contribuição ao carácter publicitário da cultura. Pois quanto mais completamente a linguagem se absorve na comunicação, quanto mais as palavras se convertem de veículos substanciais do significado em signos destituídos de qualidade, quanto maior a pureza e a transparência com que transmitem o que se quer dizer, mais impenetráveis elas se tornam. A desmitologização da linguagem, enquanto elemento do processo total de esclarecimento, é uma recaída na magia. Distintos e inseparáveis, a palavra e o conteúdo estavam associados um ao outro. Conceitos como melancolia, história e mesmo vida, eram reconhecidos na palavra que os destacava e conservava. Sua forma constituía-os e, ao mesmo tempo, reflectia-os. A decisão de separar o texto literal como contingente e a correlação com o objecto como arbitrária acaba com a mistura supersticiosa da palavra e da coisa. O que, numa sucessão determinada de letras, vai além da correlação com o evento é proscrito como obscuro e como verbalismo metafísico. Mas deste modo a palavra, que não deve significar mais nada e agora só pode designar, fica tão fixada na coisa que ela se torna uma fórmula petrificada. Isso afecta tanto a linguagem quanto o objecto. Ao invés de trazer o objecto à experiência, a palavra purificada serve para exibi-lo como instância de um aspecto abstracto, e tudo o mais, desligado da expressão (que não existe mais) pela busca compulsiva de uma impiedosa clareza, se atrofia também na realidade. O ponta-esquerda no futebol, o camisa-negra, o membro da Juventude Hitlerista etc. nada mais são do que o nome que os designa. Se, antes de sua racionalização, a palavra permitira não só a nostalgia mas também a mentira, a palavra racionalizada transformou-se em uma camisa de força para a nostalgia, muito mais do que para mentira. A cegueira e o mutismo dos factos a que o positivismo reduziu o mundo estendem-se à própria linguagem, que se limita ao registro desses dados. Assim, as próprias designações se tornam impenetráveis, elas adquirem uma contundência, uma força de adesão e repulsão que as assimila a seu extremo oposto, as fórmulas de encantamento mágico. Elas voltam a operar como uma espécie de manipulações, seja para compor o nome da diva no estúdio com base na experiência estatística, seja para lançar o anátema sobre o governo voltado para o bem-estar social recorrendo a nomes tabus como “burocratas” e “intelectuais”, seja acobertando a infâmia com o nome da Pátria. Sobretudo o nome, ao qual a magia se prende de preferência, está passando actualmente por uma alteração química. Ele está se transformando em designações arbitrárias e manejáveis, cuja eficácia se pode agora, é verdade, calcular, mas que por isso mesmo se tornou tão despótica como em sua forma arcaica. Os prenomes, que são resíduos arcaicos, foram modernizados: ou bem mediante uma estilização que os transformou em marcas publicitárias — para os astros do cinema, os sobrenomes também são prenomes — ou bem mediante uma padronização colectiva. Em compensação, parece antiquado o nome burguês, o nome de família, que, ao contrário das marcas comerciais, individualiza o portador relacionando-o à sua própria história. Ele desperta nos norte-americanos um estranho embaraço. Para disfarçar a incómoda distância entre indivíduos particulares, eles se chamam de Bob e Harry, como elementos intercambiáveis de *teams*. Tal prática degrada as relações pessoais à fraternidade do público esportivo, que impede a verdadeira fraternidade. A significação, única função da palavra admitida pela semântica, consoma-se no sinal. Seu carácter de sinal reforça-se com a rapidez com que os modelos linguísticos são colocados em circulação de cima para baixo. Se é verdade que as canções folclóricas podem ser consideradas como resultando de uma degradação do património cultural de camadas superiores, em todo caso, foi num processo longo e muito mediatizado da experiência que seus elementos adquiriram sua forma popular. A difusão das *popular songs* ocorre de um só golpe. A expressão norte-americana “*fad*”³⁷, usada para se referir a modas que surgem como epidemias (isto é, que são lançadas por potências económicas altamente concentradas), já designava o fenómeno muito tempo antes que os chefes totalitários da publicidade impusessem as linhas gerais da cultura. Se os fascistas alemães lançam um dia pelo alto-falante uma palavra como “insuportável”, no dia seguinte o povo inteiro estará dizendo “insuportável”. Foi segundo o mesmo esquema que as nações visadas pelo *Blitzkrieg* (guerra-relâmpago) alemão acolheram esse termo em seu jargão. A repetição universal dos termos designando as decisões tomadas torna-as por assim dizer familiares, do mesmo modo que, na época do mercado livre, a divulgação do nome de uma mercadoria fazia aumentar sua venda. A repetição cega e

37. Moda, mania. (N. do T.)

rapidamente difundida de palavras designadas liga a publicidade à palavra de ordem totalitária. O tipo de experiência que personalizava as palavras ligando-as às pessoas que as pronunciavam foi esvaziado, e a pronta apropriação das palavras faz com que a linguagem assuma aquela frieza que era própria dela apenas nos cartazes e na parte de anúncios dos jornais. Inúmeras pessoas usam palavras e locuções que elas ou não compreendem mais de todo, ou empregam segundo seu valor behaviorista, assim como marcas comerciais, que acabam por aderir tanto mais compulsivamente a seus objectos, quanto menos seu sentido linguístico é captado. O ministro da Instrução Pública (*Volksaufklärung*) fala de forças dinâmicas sem saber do que se trata, e os sucessos musicais falam sem cessar em *rêverie* e *rhapsody*³⁸ e baseiam sua popularidade justamente na magia do incompreensível considerado como frêmito de — uma vida superior. Outros estereótipos, como *memory*, ainda são de certa maneira compreendidos, mas escapam à experiência que poderia lhes dar um sentido. Eles se inserem como enclaves na linguagem falada. Na rádio alemã de *Flesch* e *Hitler*, eles podem ser notados no alto-alemão afectado do locutor, quando este declama para a nação um “Boa noite” ou “Aqui fala a Juventude Hitlerista” e mesmo “O Führer”, com uma entonação imitada por milhões. Essas expressões rompem o último laço entre a experiência sedimentada e a linguagem, laço este que durante o século dezanove, ainda exercia, no interior do dialecto, uma influência conciliatória. O *Redakteur* que, com sua mentalidade maleável, transformou-se num *Schriftleiter* alemão³⁹ vê as palavras alemãs se petrificando sub-repticiamente sob a sua pena em palavras estrangeiras. É possível distinguir em cada palavra até que ponto ela foi desfigurada pela “comunidade nacional” (*Volksgemeinschaft*) fascista. Essa linguagem, é verdade, acabou por se tornar universal, totalitária. Não se consegue mais perceber nas palavras a violência que elas sofrem. O locutor de rádio não precisa mais falar de maneira pomposa. Aliás, ele seria esquisito, caso sua entonação se distinguisse da entonação de seu público ouvinte. Em compensação, a linguagem e os gestos dos ouvintes e espectadores, até mesmo naquelas nuances que nenhum método experimental conseguiu captar até agora, estão impregnados mais fortemente do que nunca pelos esquemas da indústria cultural. Hoje, a indústria cultural assumiu a herança civilizatória da democracia de pioneiros e empresários, que tampouco desenvolvera uma fineza de sentido para os desvios espirituais. Todos são livres para dançar e para se divertir, do mesmo modo que, desde a neutralização histórica da religião, são livres para entrar em qualquer uma das inúmeras seitas. Mas a liberdade de escolha da ideologia, que reflecte sempre a coerção económica, revela-se em todos os sectores como a liberdade de escolher o que é sempre a mesma coisa. A maneira pela qual uma jovem aceita e se desincumbe do *date*⁴⁰ obrigatório, a entonação no telefone e na mais familiar situação, a escolha das palavras na conversa, e até mesmo a vida interior organizada segundo os conceitos classificatórios da psicologia profunda vulgarizada, tudo isso atesta a tentativa de fazer de si mesmo um aparelho eficiente e que corresponda, mesmo nos mais profundos impulsos instintivos, ao modelo apresentado pela indústria cultural. As mais íntimas reacções das pessoas estão tão completamente reificadas para elas próprias que a ideia de algo peculiar a elas só perdura na mais extrema abstracção: *personality* significa para elas pouco mais do que possuir dentes deslumbrantemente brancos e estar livres do suor nas axilas e das emoções. Eis aí o triunfo da publicidade na indústria cultural, a mimese compulsiva dos consumidores, pela qual se identificam às mercadorias culturais que eles, ao mesmo tempo, decifram muito bem.

38. Devaneio e rapsódia. (N. do T.)

39. *Schriftleiter* é o termo adoptado pelos puristas da língua alemã, para substituir a expressão *Redakteur*, de origem francesa. (N. do T.)

40. Encontro (com o namorado). N. do T.)