

2. A ESCOLA DE FRANKFURT

*Francisco Rüdiger**

Chama-se de Escola de Frankfurt ao coletivo de pensadores e cientistas sociais alemães formado, sobretudo, por Theodor Adorno, Max Horkheimer, Erich Fromm e Herbert Marcuse. Devemos aos dois primeiros a criação de um conceito que se tornou central para os estudos culturais e as análises de mídia: o conceito de indústria cultural. Walter Benjamin e Siegfried Kracauer, embora situando-se na periferia daquele grupo, não são menos importantes, podendo ser contados, junto com os demais, entre os criadores da pesquisa crítica em comunicação.

Considerado atualmente como herdeiro espiritual dos fundadores e principal expoente da chamada segunda geração da Escola, Jürgen Habermas também é autor que deve ser lembrado neste contexto não só por seu estudo, hoje clássico, sobre a esfera pública como por sua ambiciosa tentativa de criar uma teoria geral da ação comunicativa.

Deixaremos de lado, no que segue, essa segunda fase de sua trajetória de investigação. Referindo-nos aos pioneiros, o primeiro ponto que devemos levar em conta, para bem entendê-los, é que nenhum deles pertenceu, de maneira autóctone, ao campo da comunicação. Todos eles foram pensadores independentes, cujos interesses se estendem por diver-

* Professor da PUCRS.

dos campos do saber. Agrupando-os havia apenas o projeto filosófico e político de elaborar uma ampla teoria crítica da sociedade.

Os frankfurtianos trataram de um leque de assuntos que compreendia desde os processos civilizadores modernos e o destino do ser humano na era da técnica até a política, a arte, a música, a literatura e a vida cotidiana. Dentro desses temas e de forma original é que vieram a descobrir a crescente importância dos fenômenos de mídia e da cultura de mercado na formação do modo de vida contemporâneo.

Destarte é fácil entender por que eles se negaram a aceitar o princípio de que os fenômenos de comunicação constituem objeto de ciência especializada ou podem ser estudados de maneira independente, defendido por muitos pesquisadores da área. Segundo seu modo de ver, as comunicações só adquirem sentido em relação ao todo social, do qual são antes de mais nada uma mediação e, por isso, precisam ser estudadas à luz do processo histórico global da sociedade.

Partindo das teses de Marx, Freud e Nietzsche, pensadores que provocaram uma profunda mudança em nossa maneira de ver o homem, a cultura e a sociedade, a principal tarefa a que se dedicaram os frankfurtianos consistiu, essencialmente, em recriar suas idéias de um modo que fosse capaz de esclarecer as novas realidades surgidas com o desenvolvimento do capitalismo no século XX.

A colaboração por eles dada à comunicação, como sugerido, surgiu neste contexto.

1. Dialética do Iluminismo e indústria cultural

Horkheimer e Adorno criaram o conceito de indústria cultural e propuseram as linhas gerais de sua crítica ao des-cortinarem o que chamaram, no título de sua obra principal, de Dialética do Iluminismo. Era 1944, a 2ª Guerra estava em

curso. A revolução social em que acreditavam fracassara em todas as partes, e em todas as partes já não havia mais a figura do Estado liberal. Na Europa, a barbárie nazista ainda não terminara, e o socialismo consumira-se no despotismo burocrático. Refugiados nos Estados Unidos, os pensadores do grupo puderam perceber porém que, não obstante distintas, também nos regimes formalmente democráticos havia tendências totalitárias.

Nas sociedades capitalistas avançadas, defenderam, a população é mobilizada a se engajar nas tarefas necessárias à manutenção do sistema econômico e social através do consumo estético massificados, articulado pela indústria cultural. As tendências à crise sistêmica e deserção individual são combatidas, entre outros meios, através da exploração mercantil da cultura e dos processos de formação da consciência. Assim sendo, acontece porém que seu conteúdo libertador se vê freado e, ao invés do conhecimento emancipador em relação às várias formas de dominação, as comunicações se vêm acorrentadas à ordem social dominante.

Visando entender melhor o ponto, convém explicar o que os autores da Escola entendiam por Dialética do Iluminismo. Segundo eles, os tempos modernos criaram a idéia de que não apenas somos seres livres e distintos como podemos construir uma sociedade capaz de permitir a todos uma vida justa e realização individual. Noutros termos, a modernidade concebeu um projeto coletivo cujo sentido original era libertar o homem das autoridades míticas e das opressões sociais, ao postular sua capacidade de autodeterminação.

A história do século passado mostrou porém que esse projeto era portador de contradições internas, carregava consigo vários problemas, que estão na base de muitos conflitos políticos, crises econômicas, angústias coletivas e sofrimentos existenciais conhecidos desde então pela humanidade. Isto é, o progresso econômico, científico e tecnológico não pode ser separado da criação de novas sujeições e, portanto,

do aparecimento de uma série de patologias culturais, que vitimam amplas camadas da sociedade.

O pressuposto do desenvolvimento de um ser humano esclarecido e autônomo, viram, era uma organização econômica e política cujos interesses sistêmicos acabaram sendo mais fortes e lograram predominar socialmente. A figura da indústria cultural é, segundo os pensadores, uma prova disso, de como os meios do Iluminismo progressista podem, no limite, se transformar em expressões de barbárie tecnológica.

[Hoje em dia] o aumento da produtividade econômica, que por um lado produz as condições para um mundo mais justo, confere por outro lado ao aparelho técnico e aos grupos sociais que o controlam uma superioridade imensa sobre o resto da população. O indivíduo se vê completamente anulado em face dos poderes econômicos. Ao mesmo tempo, estes elevam o poder da sociedade sobre a natureza a um nível jamais imaginado. Desaparecendo diante do aparelho a que serve o indivíduo se vê, ao mesmo tempo, melhor do que nunca provido por ele. Numa situação injusta, a impotência e a dirigibilidade da massa aumentam com a quantidade de bens a ela destinados. A elevação do padrão de vida das classes inferiores, materialmente considerável e socialmente lastimável, reflete-se na difusão hipócrita do espírito. Sua verdadeira aspiração é a negação da reificação. Mas ele necessariamente se esvai quando se vê concretizado em um bem cultural e distribuído para fins de consumo. A enxurrada de informações precisas e diversões assépticas desperta e idiotiza as pessoas ao mesmo tempo” (Adorno e Horkheimer [1947], 1985, p. 14-15).

2. A obra de arte na era da técnica

Kracauer e Benjamin se inserem nesse contexto como uma espécie de proto-frankfurtianos, na medida em que supuseram ser próprio do progresso técnico uma capacidade de revolucionar a arte. Os pensadores manifestaram repúdio

pela idéia de cultura burguesa e simpatia pelas novas formas de arte tecnológicas. Acreditavam que as condições essenciais da máquina e do modo de vida urbano estavam criando uma estética em que se revelam um novo tempo e um novo horizonte cultural para a humanidade.

As experiências soviéticas feitas com o cinema, rádio e artes gráficas em seguida à revolução, levaram-nos a entender que as tecnologias de comunicação em surgimento estavam promovendo uma transformação no modo de produção e consumo da arte. Os privilégios culturais que durante tanto tempo a burguesia havia usufruído estavam em vias de ser derrubados, bastando apenas que as massas tomassem o controle dos meios de produção.

Para ambos, o capitalismo criara sem querer as condições para uma democratização da cultura, ao tornar os bens culturais objeto de produção industrial. A socialização dos meios de consumo estava virtualmente completada com a distribuição em massa de discos, filmes e impressos. As experiências estéticas assim postas em circulação sem dúvida eram pobres, devido à exploração desses meios pelo capital. Em última instância, os pensadores confiavam porém que, por isso mesmo, as massas fossem ainda mais longe em seu processo de conscientização e, ao fazer a revolução, pudessem passar a dirigir os meios de produção desses bens de acordo com sua vontade e seu projeto de sociedade.

Ninguém negará que, na maior parte dos filmes atuais, tudo é um tanto irrealista. Eles dão um tingimento cor-de-rosa aos mais negros cenários. Porém, não é por isso que eles deixam de refletir a sociedade. Ao contrário, quanto mais incorreta é a forma que eles mostram à superfície das coisas, mais corretos eles se tornam e mais claramente eles espelham o mecanismo secreto da sociedade. Na realidade não é freqüente o casamento de uma copeira com um dono de Rolls Royce. Porém, não é fato que todo o dono de Rolls Royce sonha que as copeiras sonham em ter o seu *status*? As fantasias estúpidas e irreais do cinema são

devaneios da sociedade, principalmente porque os colocam em primeiro plano como de fato o são e porque, assim, dão forma a desejos que, noutras ocasiões, são reprimidos (Kracauer [1928], 1995, p. 292).

Walter Benjamin desenvolveu parte dessas idéias em um ensaio muito citado na área de comunicação: “A obra de arte na era de suas técnicas de reprodução” ([1935], 1987). A famosa tese sobre a perda da aura da obra de arte encontra-se nele. Para Benjamin, as tecnologias de comunicação surgidas depois da fotografia se caracterizam pela sua reprodutibilidade. O cinema e o rádio, em seu tempo, como hoje os aparelhos de videocassete e as plataformas de videogames, ensejam experiências estéticas geradas a partir de meios técnicos extra-estéticos.

Afinal, o filme, o vídeo e o CD, ao contrário da pintura, da música ou uma peça teatral, não são em si mesmos obras de arte. Projetam numa forma superior um processo que, nos tempos modernos, começou com a imprensa e que faz com que a palavra, o som e a imagem, dotados ou não de um aspecto estético, passem a existir para o grande público tão-somente na medida em que são processados e reproduzidos tecnicamente.

As técnicas de reprodução destacam do domínio da tradição o objeto reproduzido. Na medida em que multiplicam a reprodução, substituem a existência única da obra por uma existência serial. E na medida em que essas técnicas permitem à reprodução vir ao encontro do espectador, em todas as situações, elas atualizam o objeto reproduzido. Esses dois processos resultam em um violento abalo da tradição, que constitui o reverso da crise atual e a renovação da humanidade. Eles se relacionam intimamente com os movimentos de massa, em nossos dias. Seu agente mais poderoso é o cinema. Sua função social não é concebível, mesmo em seus traços mais positivos, e precisamente neles, sem seu lado destrutivo e catártico: a liquidação do valor tradicional do patrimônio da cultura (Benjamin [1935], 1987, p. 168-169).

O resultado desse processo, defendeu o pensador, é a dissolução da aura que cercava a velha obra de arte no que chamou de experiência do *shock*. As obras de arte possuíam uma dimensão de culto em virtude de seu caráter único e artesanal. A representação teatral, o recital, a pintura ou a escultura geravam mitologias porque estavam fora do alcance das massas. A sociedade burguesa não fez mais do que reforçar essa dimensão, ao relacioná-la com o conceito de gênio individual.

As tecnologias modernas promovem uma desmistificação dessas noções, que apenas serviam para legitimar as reivindicações de mando da burguesia. Reproduzindo em série a música, a pintura e a palavra, para não falar da criação de novas artes visuais, elas tornam essas expressões cotidianas. Em síntese, estabelecem um relacionamento entre a arte e o sistema industrial, do qual passara a depender a sobrevivência das massas e em conexão com o qual os meios técnicos poderiam vir a constituir um fator de melhoramento estético e intelectual do conjunto da população.

Theodor Adorno sustentou forte polêmica com essas e outras idéias de Benjamin e Kracauer. O pensador jamais negou que os meios técnicos possuíssem um potencial democrático e progressista. A leitura crítica a que submeteu essas teses levou-o porém a defender que não era nessa direção que se desenvolveriam.

Segundo seu modo de ver, a pretendida democratização da cultura promovida pelos meios de comunicação é motivo de embuste, porque esse processo tende a ser contido pela sua exploração com finalidades capitalísticas. A revolução que constituiria seu controle pelas massas pressupõe que às pessoas sejam dadas condições materiais e espirituais que, todavia, transcendem a capacidade dos meios e que, na situação atual, esses próprios meios obstaculizam, por terem sido colocados a serviço de uma indústria cultural que se converteu em sistema.

3. A cultura como mercadoria

Horkheimer, Adorno, Marcuse e outros referiram-se com o termo *indústria cultural* à conversão da cultura em mercadoria, ao processo de subordinação da consciência à racionalidade capitalista, ocorrido nas primeiras décadas do século XX. Em essência, o conceito não se refere pois às empresas produtoras, nem às técnicas de comunicação. A televisão, a imprensa, os computadores, etc., em si mesmos não são a indústria cultural: essa é, sobretudo, um certo uso dessas tecnologias. Noutras palavras, a expressão designa uma prática social, através da qual a produção cultural e intelectual passa a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado.

No princípio, o fenômeno consiste em produzir ou adaptar obras de arte segundo um padrão de gosto bem-sucedido e desenvolver as técnicas para colocá-las no mercado. A colonização pela publicidade pouco a pouco o tornou mecanismo de mediação estética do conjunto da produção mercantil, momento este em que a produção cultural toda é forçada a passar pelo filtro da mídia enquanto máquina de publicidade.

Nessa fase, a prática da indústria cultural converte-se porém em sistema que a tudo abarca e em que todos os setores se harmonizam reciprocamente. A produção estética integra-se à produção mercantil em geral, permitindo o surgimento da idéia de que o que somos depende dos bens que podemos comprar e dos modelos de conduta veiculados pelos meios de comunicação.

Em síntese, aparecem poderosas empresas multimídia e conglomerados privados, que passam a conferir um poder cada vez maior às tecnologias de reprodução e difusão de bens culturais, encaixando-as na estratégia de utilizar plenamente a capacidade de produção de bens e serviços de acordo com o princípio do consumo estético massificado.

O mercado dos bens culturais assume novas funções na configuração mais ampla do mercado de lazer. Outrora

os valores de troca não alcançavam nenhuma influência sobre a qualidade dos próprios bens. A consciência específica desses setores só se mantém agora, no entanto, em certas reservas, pois as leis do mercado já penetraram na substância das obras, tornando-se imanente a elas como leis estruturais. Não mais apenas a difusão e a escolha, a apresentação e a embalagem das obras, mas a própria criação delas enquanto tais se orienta, nos setores amplos da cultura de consumo, conforme os pontos de vista da estratégia de vendas no mercado. Sim, a cultura de massa recebe o seu duvidoso nome exatamente por conformar-se às necessidades de distração e diversão de grupos de consumidores com um nível de formação relativamente baixo, ao invés de, inversamente, formar o público mais amplo numa cultura intacta em sua substância (Habermas [1962], 1984, p. 195).

Dessa forma, os pensadores do grupo foram os primeiros a ver que, em nosso século, a família e a escola, depois da religião, estão perdendo sua influência socializadora para as empresas de comunicação. O capitalismo rompeu os limites da economia e penetrou no campo da formação da consciência, convertendo os bens culturais em mercadoria. A velhíssima tensão entre cultura e barbárie, arte séria e arte leve, foi superada com a criação de uma cultura de mercado em que suas qualidades se misturam e vêm a conformar um modo de vida nivelado pelo valor de troca das pessoas e dos bens de consumo.

O problema não é apenas o fato de o conhecimento, a literatura e a arte, senão os próprios seres humanos, se tornarem produtos de consumo. No limite, acontece uma fusão entre esses conceitos. As obras de arte e as próprias idéias, senão as pessoas, são criadas, negociadas e consumidas como bens cada vez mais descartáveis, ao mesmo tempo em que estes são produzidos e vendidos levando em conta princípios de construção e difusão estética e intelectual que, antes, eram reservados apenas às artes, às pessoas e ao pensamento.

O prejuízo, porém, é apenas desses últimos, porque tanto em um caso como no outro predominam os critérios econômicos. A publicidade não por acaso é o elixir da indústria cultural, se entendermos que, por esse último conceito, trata-se em última instância de definir criticamente a atividade de *marketing* e o uso que esse faz dos meios de comunicação.

4. A colonização da esfera pública

Os frankfurtianos da primeira geração ocuparam-se sobretudo com os fatores econômicos de formação e o significado sociológico da indústria cultural. A percepção de que a cultura de mercado, embora pretenda ser apolítica, representa ela mesma uma forma de controle social ou mando organizacional não é um dos pontos de menor interesse de seu pensamento, como fica patente nos primeiros escritos de Habermas.

Este pensador entendeu bem que o diagnóstico sobre a situação social e histórica por ela criada é o ponto de partida para explicar a crise da vida política que ocorre em nossas sociedades. Para ele, de fato, a crescente apatia ou desinteresse da população para com a ação política, senão pela própria vida democrática, é correlata à destruição da cultura como processo de formação libertador e de liberação de potenciais cognitivos que tem lugar na era de sua conversão em mercadoria.

Em *Mudança estrutural da esfera pública*, ele mostra que uma parcela importante das conquistas e liberdades que desfrutamos hoje se deveu à formação de uma esfera pública, em que sujeitos em princípio livres se reúnem para discutir e deliberar sobre seus interesses comuns. A economia de mercado criou em seus primórdios um espaço público sustentado pela circulação de mídia impressa que permitiu à burguesia desenvolver uma consciência crítica em relação às autoridades tradicionais, encarnadas no estado e na Igreja.

Entretanto, a expansão do aparelho de estado e do poder econômico ocorrida no último século rompeu com o frágil

equilíbrio em que se sustentava essa forma de sociabilidade, transformando o papel da mídia ao mesmo tempo que sua base tecnológica.

Em comparação com a imprensa da era liberal, os meios de comunicação de massas alcançaram, por um lado, uma extensão e uma eficácia incomparavelmente superiores e, com isso, a própria esfera pública se expandiu. Por outro lado, assim, eles também foram cada vez mais desalojados dessa esfera e reinseridos na esfera, outrora privada, do intercâmbio de mercadorias; quanto maior se tornou sua eficácia jornalístico-publicitária, tanto mais vulnerável eles se tornaram à pressão de determinados interesses privados, sejam individuais, sejam coletivos (Habermas [1962], 1984, p. 221).

Dessa forma, a esfera pública passou a ser colonizada pelo consumismo promovido pelos interesses mercantis e pela propaganda manipuladora dos partidos políticos e dos estados pós-liberais, como no caso do nazifascismo mas, também, dos regimes democráticos de massas (Estados Unidos).

Segundo Habermas, o conteúdo crítico que essa esfera em princípio possuía viu-se pois forçado a ceder terreno e a assistir o surgimento de novas realidades. A figura do cidadão foi eclipsada pelas do consumidor e do contribuinte. A procura do consenso político pelo livre uso da razão individual teve de retroceder perante o emprego da mídia a serviço da razão de estado e a conversão da atividade política em objeto de espetáculo.

5. Comunicação e sociedade

A propósito, convém notar que os processos acima referidos não se dão, segundo os pensadores da Escola, porque a mídia teria o poder de passar idéias para nossa cabeça, como muitas vezes nos é dito. A economia de mercado, a tecnologia e a ciência estão criando um sistema de vida cada vez mais

racional e desiludido. As pessoas sabem sempre mais do que acontece à sua volta e, tornadas realistas pela disponibilidade de informação, crêem cada vez menos nas idéias. Destarte, consideram como valor sobretudo o poder de decisão que dispõem em relação ao manejo de suas vidas, predominando, entre a maioria, o exercício do poder de compra.

As comunicações são importantes não porque veiculem ideologias, mas sim porque, se de um lado fornecem as informações que colaboram para seu esclarecimento, de outro proporcionam o entretenimento que elas procuram com avidéz e sem o qual talvez não pudessem suportar o crescente desencantamento da existência.

A consciência dos consumidores está cindida entre o gracejo regulamentar, que lhe prescreve a indústria cultural, e uma nem mesmo muito oculta dúvida de seus benefícios. A idéia de que o mundo quer ser enganado tornou-se mais verdadeira do que, sem dúvida, jamais pretendeu ser. Não somente os homens caem no logro, como se diz, desde que isso lhes dê uma satisfação, por mais fugaz que seja, como também desejam essa impostura que eles próprios entrevêm; esforçam-se por fechar os olhos e aprovam, numa espécie de autodesprezo, aquilo que lhes ocorre e do qual sabem por que é fabricado. Sem o confessar, pressentem que suas vidas se lhes tornam intoleráveis tão logo não mais se agarrem a satisfações que, na realidade, não o são (Adorno [1963], 1986, p. 96).

Também neste aspecto, porém, conviria observar que o principal não está no conteúdo dos meios mas no fato de as pessoas estarem a eles ligados como bens de consumo. Para Adorno, os momentos de lazer do homem moderno são momentos em que preenche sua consciência de maneira coisificada. A preocupação com o que a televisão, o cinema, o rádio e, agora, os computadores veiculam, deveria ser muito menor do que a preocupação com o fato de que as pessoas se sentem obrigadas a passar seu tempo livre em sua compa-

nhia. A programação transmitida, muitas vezes avaliada criticamente, é bem menos importante do que suas funções de preencher um ambiente, matar o tempo ou entreter o indivíduo com o equipamento.

Diversos pensadores do assunto afirmam que os que controlam a mídia manipulam a consciência, e disso temos muitas provas, ainda que nada assegure seu sucesso nesse tipo de empreitada. Porém, a possibilidade só existe porque, embora tenha objetivos distintos, os que controlam a mídia não são, em geral, diferentes dos que a consomem.

[Objetam-nos] que superestimamos grandemente o poder de doutrinação dos meios de informação e de que as pessoas sentiriam e satisfariam por si as necessidades que lhes são agora impostas. A objeção foge ao âmago da questão. O condicionamento [para tanto] não começa com a produção em massa de rádio e televisão e com a centralização de seu controle. As criaturas entram nessa fase já sendo de há muito receptáculos condicionados; a diferença decisiva [em relação a ele] está no aplanamento do contraste (ou conflito) entre as necessidades dadas e as possíveis, entre as satisfeitas e as insatisfeitas [por nossa atual sociedade] (Marcuse [1964], 1969, p. 29).

A prática da indústria cultural segue a linha da menor resistência, não deseja mudar as pessoas: desenvolve-se com base nos mecanismos de oferta e procura, explorando necessidades e predisposições individuais que não são criadas por ela, mas, sim, pelo processo histórico global da sociedade capitalista.

6. Observações finais

Durante vários anos, essas idéias foram tratadas com vistas grossas por diversos escritores e intelectuais. Depois de terem gerado simpatia, por desmascaram a face *light*, riso-

nha e divertida da dominação, passaram a ser lidas como produto de um enfoque totalmente pessimista sobre o homem atual e, assim, de pouca serventia para os que desejavam mudar a situação vigente ou, ao contrário, pragmaticamente puseram-se de acordo com ela.

Atualmente, verifica-se um processo de reavaliação mais sério, baseado em estudos mais profundos, amplos e detalhados da teoria crítica. O entendimento simplista de suas idéias como expressão de um pensamento apocalíptico vai passando. As pessoas mais lúcidas e críticas começam a ver que muitas das teses frankfurtianas valem hoje em dia muito mais do que no tempo em que foram formuladas, embora precisem ser revisadas e atualizadas em vários aspectos.

A leitura apressada desses autores pretende que eles foram contra a cultura popular, a mídia e a tecnologia. Entretanto, convém notar que entre ser contra e ser crítico há uma enorme diferença. A primeira atitude se baseia na fé e na vontade, muitas vezes justa, de alterar uma situação e criar um novo estado de coisas. A reflexão crítica, ao contrário, não tem por objetivo primeiro provar alguma tese mas, sim, nos fazer pensar e, por aí, nos tornar mais conscientes ao mesmo tempo dos limites e potenciais de mudança existentes na realidade.

Os pensadores frankfurtianos criticaram a cultura de massa não porque ela é popular mas, sim, porque boa parte dessa cultura conserva as marcas das violências e da exploração a que as massas têm sido submetidas desde as origens da história. A linguagem rebaixada, o menosprezo da inteligência e a promoção de nossos piores instintos, senão da brutalidade e estupidez, que encontramos em tantas expressões da mídia, sem dúvida se devem ao fato de que há muitas pessoas sensíveis a esse tipo de estímulo mas, e isso é o que importa, tal fato não é algo natural nem, também, algo criado pela comunicação.

A explicação para tanto deve ser buscada nos séculos de dominação a que elas têm sido submetidas e nas profundas desigualdades na divisão (econômica e cultural) da riqueza que caracterizam a história da humanidade. A prática da indústria cultural, via de regra, não mais faz do que explorar esse fundo de cultura com objetivos econômicos e, assim, reforçá-lo, ao conferir-lhe uma legitimação social e estética que, até pouco tempo, era impensável.

O primarismo artístico, moral e intelectual que, hegemonicamente, rege as ações da mídia tem raiz na forma como se organiza a sociedade. Partindo dessa premissa, torna-se mais fácil entender também por que os pensadores em foco não foram contra a tecnologia: criticaram, sim, o seu uso, pelo fato de que, ao invés do bem comum, está a serviço do militarismo, da razão de estado e do poder econômico organizado.

De resto, convém notar que suas críticas se pretendem dialéticas. Os frankfurtianos se opuseram à prática de pesquisa orientada para servir aos interesses do poder estatal e das empresas de comunicação. A preocupação central dos pensadores não era melhorar o conhecimento dos processos com que se envolvem os meios e, assim, facilitar seu uso e exploração. Desejavam, antes de mais nada, problematizar a sua existência e seu significado do ponto de vista crítico e utópico.

Os progressos técnicos com os quais a conversão da indústria cultural em sistema se tornou possível e a liberação de energias estéticas que essa última provoca contêm um potencial transformador que jamais pretenderam negar e que, apesar de tudo, irrompe até mesmo nas suas expressões mais primárias. Por isso tudo, a crítica à indústria cultural é uma prática que, para eles, visava levar-nos a pensar sobre seu caráter predominantemente regressivo na sociedade atual, tendo em mente o potencial criativo e inovador que os meios de que ela se utiliza podem vir a ter em uma forma mais avançada de sociedade.

Referências bibliográficas

a) Fontes primárias

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

Clássico da teoria social e obra de leitura exigente, contém o famoso capítulo sobre indústria cultural ("O Iluminismo como mistificação das massas").

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

Coletânea reunindo, como diz o título, os principais ensaios sobre arte e tecnologia escritos pelo pensador na década de 30.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

Referência obrigatória para todos os que desejam entender a formação histórica e função política da mídia no mundo contemporâneo.

KRACAUER, Siegfried. *De Caligari a Hitler*. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.

História cultural do cinema alemão durante a República de Weimar; não tem relação com o primeiro pensamento teórico do autor.

MARCUSE, Herbert. *A ideologia da sociedade industrial*. Rio de Janeiro: Zahar, 1969.

Documento de protesto da geração de 60, talvez se aplique mais ao que ocorre hoje do que o que acontecia no tempo em que foi escrito.

b) Escola de Frankfurt

FREITAG, Barbara. *A teoria crítica: ontem e hoje*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

Panorama informativo sobre a evolução da teoria crítica, das origens até a atualidade.

- JAY, Martin. *La imaginación dialéctica*. Madri: Taurus, 1978.
- História do Instituto de Pesquisa Social, das origens até 1950*.
- MATOS, Olgária. *A Escola de Frankfurt*. São Paulo: Moderna, 1996.
- Introdução acessível, mas séria, às principais teses defendidas pela Escola de Frankfurt*.
- WIGGERHAUS, Rolf. *The Frankfurt School*. Cambridge (MA): MIT Press, 1997.
- Pesquisa extensa e cuidadosa sobre a trajetória histórica e significado intelectual da Escola de Frankfurt: a melhor escrita até o momento*.

c) *Comunicação e indústria cultural*

- COOK, Deborah. *The Culture Industry revisited*. Lanham (NC): Rowman & Littlefield, 1996.
- Resume os debates anglo-saxões mais recentes e argumenta positivamente em relação à teoria da indústria cultural adorniana*.
- RÜDIGER, Francisco. *Comunicação e teoria crítica da sociedade*. Porto Alegre: PUCRS, 1999.
- Esforço de reconstrução dos fundamentos da crítica à indústria cultural proposta por Adorno e a Escola de Frankfurt; desenvolve os tópicos aqui assinalados e traz ampla bibliografia*.

HERBERT MARCUSE

Cultura e ideologia no capitalismo avançado

(Excertos para reflexão)

A cultura industrial avançada é mais ideológica do que sua predecessora [burguesa], visto que, atualmente, a ideologia está no próprio processo de produção. O aparato produtivo e as mercadorias que ele produz vendem ou impõem o sistema social como um todo. Os meios de transporte e comunicação em massas, as mercadorias casa, alimento e roupa, a produção irresistível da indústria de diversões e informação trazem consigo atitudes e hábitos prescritos, certas reações intelectuais e emocionais que prendem os consumidores mais ou menos agradavelmente aos produtores e, através deles, ao todo. Os produtos doutrina e manipulam; promovem uma falsa consciência que é imune à sua falsidade (...) ao se tornar um estilo de vida (A ideologia da sociedade industrial, p. 32).

Em troca dos artigos que enriquecem a vida deles, os indivíduos vendem não só o seu trabalho, mas também seu tempo livre. A vida melhor é contrabalançada pelo controle total sobre a vida. As pessoas residem em concentrações habitacionais – e possuem automóveis particulares com os quais porém já não podem escapar para um mundo diferente. Possuem gigantescas geladeiras repletas de alimentos congelados. Têm dúzias de jornais e revistas que esposam os mesmos ideais. Dispõe de inúmeras opções e inventos que são todos da mesma espécie, que as mantêm ocupadas e distraem sua atenção do verdadeiro problema – que é a consciência de que poderiam trabalhar menos e determinar suas próprias necessidades e satisfações. A ideologia atual reside em que a produção e o consumo reproduzem e justificam a dominação (Eros e civilização, p. 99).

Alguns dados a mais sobre este tema

1. Instituto de Pesquisas Sociais (Frankfurt, 1930)

Fundado em 1923, o Instituto tornou-se, de 1930 em diante, centro de reunião dos pensadores que viriam a receber, mais tarde, o nome de Escola de Frankfurt. Fechado pelos nazistas em 1933, estabeleceu-se quatro anos mais tarde nos Estados Unidos. O primeiro edifício construído para albergá-lo foi destruído pelos bombardeios aliados durante a 2ª Guerra Mundial.

2. Walter Benjamin (1892-1940)

A fascinação de sua pessoa e obra só deixou a alternativa da magnética atração ou da rejeição horripilada. Sob o olhar de suas palavras, tudo se metamorfoseava, como se tivesse se tornado radioativo (Theodor Adorno).

3. Siegfried Kracauer (1889-1966)

Relacionou-se com os mass media de uma forma que jamais foi tão severa quanto sua reflexão sobre seus efeitos poderia nos levar a esperar (...) pois (...) possuía algo do cinemateiro ingênuo, que se satisfaz apenas com o ato de ver as imagens na tela (Theodor Adorno).

4. Theodor Adorno (1903-1969)

Adorno foi um dos poucos que levaram adiante a teoria marxista em suas mais profundas intenções. Através de sua obra, tornou visíveis, em todos os domínios da cultura, a dinâmica da sociedade capitalista e sua negação (Herbert Marcuse).

5. Herbert Marcuse na Universidade Livre de Berlim (13/05/68)

Marcuse argumentou brilhantemente a favor de uma nova prática política, aberta à dimensão da sensualidade, da fantasia e do desejo. Sempre defendeu a rebelião contra o todo, o salto qualitativo, a ruptura com o contínuo da História (Jürgen Habermas).