

Maria Aparecida Baccega
(Organizadora)

Comunicação e Culturas do Consumo

Co-autores

Carla Barros | Celso Frederico | Clóvis de Barros Filho
Everardo Rocha | Felipe T. P. Lopes | Gabriel Cohn
Gisela Castro | Ivete Simionatto | João Carrascoza
Olgária Matos | Rose de Melo Rocha
Sônia Campaner M. Ferrari | Tânia Hoff
Vander Casaqui | Vladimir Safatle | Wolfgang Leo Maar

SÃO PAULO
EDITORA ATLAS S.A. – 2008

4 ■ Indústria cultural como conceito multidimensional

Gabriel Cohn

O conceito de indústria cultural tem exatos 60 anos, se considerarmos a sua primeira aparição em forma de texto em 1947, na obra conjunta de Max Horkheimer e Theodor Adorno, *Dialética do esclarecimento*. Entretanto, já antes Adorno o utilizara, especialmente no seu importante livro *Mínima moralia*, que foi redigido entre 1944 e 1947 e publicado em 1951. Nesse sentido, pode-se dizer que ele é, de fato, uma criação de Adorno. Isso não é mero preciosismo na busca de originalidade, mas tem um significado preciso: para entender o sentido desse conceito, é preciso estar atento ao pensamento de Adorno, mais ainda do que ao do seu companheiro Horkheimer. Claro que não é necessário fazer toda uma exegese da obra daquele controvertido clássico do pensamento europeu da segunda metade do século XX para apreciar o alcance desse conceito. Ignorar sua origem, porém, leva a aceitar versões edulcoradas dele, ou então a rejeitá-lo em nome de interpretações apressadas das posições do seu autor, usualmente associadas às idéias de pessimismo e elitismo. A questão é: vale a pena, nas condições contemporâneas, dedicar atenção a esse específico resultado da reflexão sobre o estado e as tendências da sociedade, feita, nos anos de 1940, nos EUA, por um intelectual exilado da Alemanha às voltas com os dilemas de um mundo em que tanto o libe-

ralismo como o socialismo pareciam haver esgotado suas condições históricas e o fascismo e o nazismo ainda lançavam suas sombras? Enfim, é possível ainda retirar proveito dessa referência para pensar as questões correntes da produção e difusão cultural? Minha sugestão é que é possível sim, sem com isso menosprezar a circunstância de que há, de fato, um forte componente contextual envolvido.

Tratava-se, na origem, de uma resposta crítica ao conceito de cultura de massa. Consistia ela em dizer que o conceito de indústria cultural é melhor para pensar o mundo contemporâneo do que o de cultura de massa, porque este supõe que seriam as massas as produtoras da cultura. Os argumentos usados para refutar esse suposto praticamente conduzem a uma posição inversa, segundo a qual seria o modo de organização da cultura que contribuiria de modo decisivo na produção das massas. Isso equivalia a dizer que não seriam as massas, entendidas como grandes coletivos carentes de organização própria, que produziriam e consumiriam a cultura mais adequada a elas. Pelo contrário, seriam as formas altamente organizadas de produção cultural naquela fase do capitalismo que gerariam não apenas as formas culturais mais difundidas, como igualmente contribuiriam de modo decisivo na constituição das próprias massas, agora vistas não como produtoras, mas estritamente como consumidoras de itens culturais.

Já neste ponto fica manifesto que o conceito de indústria cultural é inseparável de uma teoria crítica da produção e do consumo de cultura, na qual o pólo dominante é o da produção. A expressão mais direta disso consiste na concepção da indústria cultural como o conjunto dos diversos meios de produção e difusão de material simbólico na sociedade, articulados por grandes conglomerados empresariais, que ocupam o seu centro. Não há, em princípio, razão para considerar essa caracterização obsoleta. É claro, todavia, que a sua aplicação às condições nossas contemporâneas exige, se não uma correção, pelo menos uma restrição básica. É que, apesar da persistência da estrutura básica à qual Adorno se referia, é preciso reconhecer desde logo que o sistema que ele procurava designar pela expressão indústria cultural já não é a instância mais abrangente na produção e difusão de cultura. Constitui um subsistema de um complexo maior, que incorpora todos os resultados do desenvolvimento da informática. Entretanto, ela não desaparece simplesmente. Pelo contrário, embora não englobe todo o universo da cultura (como a sua aceção original indicava que tendia a fazer), ela opera atualmente numa es-

cala que deixaria atônito o criador do conceito. Essa referência, porém, não esgota o tema. É desejável pensar, e pensar criticamente, a realidade contemporânea com referência à idéia de indústria cultural, exatamente porque esse conceito não se esgota no que seria uma referência à organização empresarial da cultura. Muito menos diz respeito a algo como “cultura industrializada”. Ele tem um conteúdo muito mais denso.

O primeiro ponto a ser considerado é que essa junção entre cultura e indústria que o conceito anuncia não pode ser interpretada em termos lineares, como simples conversão da cultura em ramo da produção industrial em grande escala. É até plausível conceber isso como ponto limite hipotético de uma tendência, mas o que de fato importa é tudo aquilo que vem antes desse ponto limite. (Isso, aliás, permite uma observação sobre a natureza de estudos críticos centrados na identificação de tendências em curso na sociedade, na linha em que Adorno foi mestre. É que neles o que ocupa o centro da análise é precisamente a tendência como processo, com tudo o que ele tem de problemático e mesmo contraditório, mais do que o ponto terminal para o qual ela aponta. Não ter isso claro leva a graves mal-entendidos, como o de atribuir o mais elementar “pessimismo” a Adorno em nome daquilo que ele assinala como o desenlace possível do movimento objetivo da sociedade.) Voltando ao nosso tema: dessa convergência de duas dimensões da vida social que o pensamento convencional sempre insistiu em manter separadas – cultura e indústria – resulta algo muito peculiar e desconcertante, que o conceito de indústria cultural tenta captar. É que essa conjugação constitui uma unidade tensa dessas duas dimensões, cuja característica mais importante não se resume no primado da lógica da produção capitalista sobre a lógica da cultura – embora isso seja da maior importância, sem dúvida. O essencial é que nenhum desses dois pólos se realiza plenamente no processo. (1)

Com relação à cultura, ela sofre dano exatamente porque na sua imbricação com a indústria, com as formas capitalistas de constituição de empresas de produção e difusão de material simbólico, ela perde a autonomia, a capacidade de por si mesma definir o modo específico da sua intervenção no mundo. A sua capacidade de organizar o seu material conforme suas exigências e até mesmo as suas leis próprias (como, por exemplo, ocorre com os princípios estéticos da obra de arte) fica subordinada às exigências propriamente empresariais de circulação em ampla escala e de receita econômica, com tudo o que isso representa. Esse aspecto não desperta grandes dúvidas. A cultura sofre uma perda na sua jun-

ção com a indústria. Há o outro lado, porém. A indústria também não se realiza plenamente nesse processo, porque, ele, está preso a certas injunções que não correspondem à sua lógica intrínseca (por exemplo, as que decorrem do conflito entre valor econômico e valor estético). A dimensão cultural não se anula ao submeter-se ao primado do processo de produção em massa. Como um resíduo tenaz, ela resiste à sua plena conversão em mercadoria, e nisso impõe restrições ao funcionamento desimpedido da organização empresarial. Há uma espécie de contenção mútua. Nenhum dos dois pólos, efetivamente, se realiza até o fim, embora um deles, o da indústria, claramente seja dominante. Isso deveria ser retido em qualquer reflexão sobre o que ainda é válido no conceito de indústria cultural, junto com algumas outras questões.

2 Um segundo ponto é importante no meu argumento. Trata-se de enfatizar que não é suficiente pensar a questão da indústria cultural somente pelo lado do sistema entendido linearmente, como que ao longo de um eixo horizontal, no qual o importante é a articulação de múltiplas unidades num todo organizado centralmente. Sabemos, é verdade, que essa ênfase no caráter sistemático do conjunto denominado indústria cultural tem grande importância prática na análise da comunicação, na mudança de ótica que promove. É que ele se opõe ao tipo de análise que se detém em cada meio de comunicação isoladamente, para estudar, por exemplo, os "efeitos da televisão sobre as crianças". No lugar disso, prescreve a atenção no conjunto, de tal modo que cada um dos seus componentes (pensados como meios, ou veículos de comunicação) sempre seja examinado nas suas relações com todos os demais. Isso significa pensar simultaneamente, em cada caso, a natureza e a organização interna de cada meio, o modo como produz e difunde mensagens, a relação dele e das suas mensagens com os demais meios e com os demais complexos de mensagens, tudo isso da perspectiva do conjunto maior do qual fazem parte. É este que se revela decisivo, porque é ele, como sistema, que imprime um padrão definido na organização e no funcionamento de cada uma das partes e, em consequência, em seus produtos. Isso, todavia, não esgota o tema.

Que significa dizer que a indústria cultural "imprime um padrão" não só no modo de produzir cultura, mas também na forma e no conteúdo dos próprios produtos culturais? Em primeiro lugar, claro, significa que esses produtos não circulam como portadores autônomos de significados próprios, mas o fazem na condição de mercadorias, submetidas

às exigências do mercado. Isso é decisivo para caracterizar a idéia de indústria cultural, sem dúvida; mas, se ficarmos nisso, correremos o risco de cair numa concepção crítica um tanto rasteira do processo cultural nas sociedades contemporâneas, que pode se esgotar na constatação lamentosa de que o mercado tomou conta de tudo. Para o criador do conceito, o predomínio da lógica do mercado é o ponto de partida da análise, não de chegada. Para ele, o mais importante na aplicação do conceito consiste em surpreender os múltiplos modos como isso se dá.

Tomemos um exemplo, que permite recuperar a referência que fiz antes, dos estudos convencionais sobre "efeitos" de meios de comunicação como a TV ou o rádio. Na ocasião, foi lembrado que, do ponto de vista da concepção de indústria cultural, não há como isolar esses efeitos mediante a pesquisa de cada meio de comunicação: é preciso considerar as conseqüências da atuação conjunta de todos eles. Agora, trata-se de assinalar o importante papel que a questão dos efeitos desempenha na perspectiva da indústria cultural. Vista por esse ângulo, aquela idéia aparece numa configuração inteiramente diferente. Deixa-se de falar de efeitos como conseqüências do funcionamento dos meios; eles passam a ser vistos como fator interno a esse funcionamento e indispensável a ele. Nessa acepção, efeito deixa de ser o resultado de estímulos provocados para ser a meta, o objetivo mesmo que se busca atingir na prática da indústria cultural. É nesses termos que se pode afirmar, na perspectiva desse conceito, que a organização da indústria cultural se faz em grande medida para produzir efeitos de determinado tipo nos consumidores. Nisso consiste uma das diferenças essenciais entre os produtos da indústria cultural e as obras de arte de alto nível estético, como veremos adiante.

Levado ao limite, isso alude ao caráter planejado desses efeitos no modo de operação da indústria cultural – e, de modo geral, ao planejamento conforme aos padrões empresariais que caracteriza de ponta a ponta o sistema da indústria cultural. Isso, na perspectiva originalmente adotada na construção desse conceito, envolve uma idéia complementar, referente à dimensão propriamente social da formação histórica contemporânea. Trata-se do conceito de "sociedade administrada". Neste, não se trata simplesmente de fazer referência a algo assim como o peso de organizações de cunho burocrático nas sociedades contemporâneas, muito menos a alguma espécie de prevalência do Estado sobre o livre jogo dos interesses no mercado. Está em jogo a caracterização de uma forma de sociedade cada vez mais permeada por mecanismos de

controle, localizados em especial nas grandes organizações econômicas potencialmente monopolistas e em instâncias estatais associadas a elas. Claro que a experiência do fascismo está presente nessa caracterização, mas o ponto essencial é que ela não foi concebida somente com referência a essa modalidade extrema de controle, mas, pelo contrário, busca assinalar a persistência, em outros termos, dessa tendência histórica mais ampla nas sociedades contemporâneas, independentemente do regime político.

O ponto a partir do qual se constrói toda essa análise é que nela o controle não é concebido em termos meramente técnicos (como garantia da eficácia) nem em termos estritamente políticos (como dominação). Num plano mais fundo, é pensado como operação de uma série de mecanismos sociais engendrados pela supremacia da forma de organização capitalista, na qual a mercadoria (ou seja, a permutabilidade universal) dá o tom ao conjunto. Não me parece descabido supor que, se Adorno e seus colegas da teoria crítica da sociedade tivessem realizado suas análises pioneiras algumas décadas depois, poderiam ter usado a expressão sociedade programada. (Isso, para não falar de um tema fascinante: é o das afinidades – e diferenças – entre as concepções da teoria crítica da sociedade, com seu conceito de indústria cultural, e aquelas desenvolvidas na França após 1967 por Guy Debord, com seu conceito de “sociedade do espetáculo”.)

Isso tudo permite realçar um traço decisivo, quando se tem em mente o conceito de indústria cultural. É que ele foi construído como parte integrante de uma análise abrangente das características da sociedade contemporânea (na medida em que aquilo que temos hoje não altera, no essencial, o objeto da reflexão da teoria crítica em meados do século passado). Como peça, ainda que da maior importância, de uma específica concepção crítica da sociedade, o conceito não pode ser pensado fora dela. Nesses termos, não se reduz a ferramenta a ser usada na análise da comunicação, sem mais.

Tudo isso tem grande importância, e deve ser pensado junto com outro aspecto não menos importante contido na idéia da indústria cultural. É que esse conceito retira seu poder analítico e crítico da sua referência a uma realidade multidimensional. Indústria cultural não se refere a uma simples característica da organização da produção de formas e conteúdos culturais nas sociedades contemporâneas (embora isso já não seja pouco). O conceito se refere a algo que passa por múltiplas dimensões da so-

cidade, e chega a desembocar na própria psique individual. É verdade que a expressão psique individual não deve, nesse contexto, ser tomada ao pé da letra. (Aliás, na teoria crítica da sociedade nada pode ser tomado ao pé da letra.) É que ela só faz sentido no interior de uma análise crítica da própria idéia de indivíduo no capitalismo moderno. Isso significa que “individual” deve ser pensado aqui como um termo crítico, mesmo porque envolve o problema da dificuldade da constituição da individualidade no mundo em que opera a indústria cultural, em parte por efeito dela mesma. Isso traz problemas complicados no que diz respeito tanto às questões das escolhas e das preferências, como da autonomia individual para agir dessa ou daquela maneira.

Não falta quem imagine essa idéia de indústria cultural como a de um grande complexo que exerce esmagadora influência sobre as pessoas, ou as manipula. No âmbito da teoria que gerou esse conceito, isso exige cautela, e a idéia da indústria cultural como uma espécie de vilão que domina corações e mentes induz a erro dos dois lados: ou ela é vista como um complexo perfeitamente integrado e capaz de agir com propósitos próprios sem dificuldades ou problemas, ou então, paradoxalmente, se atribui integridade e poder a mais, e não a menos, aos consumidores dos produtos da indústria cultural. Dentro dessa concepção crítica, seria preciso primeiro se questionar se realmente existem, nas condições dadas, esses sujeitos constituídos que seriam suscetíveis dessa influência, ou seja, sujeitos aos quais se poderia atribuir inteiramente capacidade de escolha e de deliberação. Pois a idéia de manipulação pressupõe entes capazes de ações alternativas, não simples bonecos ou entes que de antemão estejam de acordo. A idéia, portanto, é que não é preciso impor nada nem enganar a respeito de nada; há, subjacente, uma tendência objetiva ao consenso, e é exatamente esta que deve ser examinada nas suas raízes. Isso é uma advertência contra entender esse conceito como afirmando que decisões e opções relativas ao consumo (não só de produtos culturais) possam ser simplesmente impostas a partir de fora por alguma organização poderosa.

Não faz sentido, na perspectiva da teoria crítica, dizer que acabou o indivíduo, que acabou a cultura. Essa é a posição da crítica cultural conservadora ou reacionária. Restar saber, em cada momento, até onde chega o império da produção e até onde vai a capacidade de escolha daquilo que, de maneira nunca plenamente realizada, seriam as entidades individuais, os receptores finais. Junto com isso, claro, trata-se de saber o que

Cobrar
questionar o poder de manipulação

visão arcaica
"elemento" da cultura
Cobrar
de

define, em cada momento, as relações entre esses dois pólos. De passagem, aliás, isso tem relação também com o problema que se traduz numa crítica muito freqüente ao conceito de indústria cultural: a saber, que ele não leva em conta as múltiplas formas de interpretação ou de decodificação das mensagens pelos receptores finais. Essa não é uma afirmação despida de importância, certamente. Não creio, todavia, que atinja o cerne do conceito, reconhecidamente mais preocupado com o lado da produção do que com o da recepção, até pela sua origem teórica. Nessa perspectiva, argumenta-se que é do lado da produção que eventuais respostas do consumo são absorvidas e reelaboradas. É do lado da produção que se encontra a iniciativa, este é o ponto essencial. Isso não nega, claro, a importância da recepção; só lhe recusa primazia na análise, ao considerá-la subordinada teórica e praticamente à produção. Na realidade, é inerente ao conceito a idéia de que existem múltiplos níveis de eficiência da produção e múltiplos níveis da recepção.

A recepção é de fato complexa. Envolve, sim, múltiplos níveis de absorção das mensagens e de interpretação. Entretanto, se pusermos toda a ênfase nos mecanismos de recepção cada vez mais finos, no interior dos indivíduos, chegaremos a uma situação análoga a um regresso ao infinito, na qual se percorreria uma seqüência interminável de finos mecanismos psíquicos em cada consumidor individual. Isso, mesmo se realizável, inviabilizaria qualquer análise. É perfeitamente possível admitir a mesma mensagem codificada com diferenças para cada um dos seus receptores. Mas esta constatação não é suficiente, a não ser que demonstrássemos que o conjunto das diferenças finas de recepção de mensagens de alguma maneira se articulasse no conjunto dos receptores e se apresentasse novamente no cenário aberto, de modo a ser levado em conta pelos produtores e pelos difusores de cultura. Mas isso claramente não ocorre. Não há mecanismo social que permita articular as diferenças finas últimas de recepção, desta ou daquela mensagem, pelos consumidores.

Apesar de todas as reservas, a idéia de que não devemos abandonar a dimensão da recepção voltará em seguida, nas observações que tenho a fazer. Antes de retomar isso, lembrarei que há, sim, nesse conceito, uma referência a mecanismos de eficácia da indústria cultural. Como é que ela opera, como se distingue de outras formas de produção cultural e, nesses termos, como adquire eficácia? No campo da teoria crítica, essa questão é tratada com base na distinção entre o produto da indústria cultural e a grande obra de arte. Isso me permitirá retomar o tema dos efeitos.

Aqui, será necessário retomar algumas idéias de Adorno. Para ele, a distinção proposta deve considerar, de início, que a grande obra de arte é um ente significativo multidimensional. Sempre tem múltiplas camadas de significado. Por isso mesmo, demanda um trabalho específico para ser interpretada. Não pode ser incorporada passivamente, mas requer o percurso completo dos seus níveis de significado, na sua interpretação e integração num conjunto estruturado, que corresponda à própria estrutura da obra e que reproduza, no âmbito do receptor, aquilo que constitui a sua "lei formal", o imperativo estético nela incorporado. Mas, na indústria cultural, o que está em jogo não são níveis de significado, e sim níveis de efeito. Nesse ponto, entra a característica da indústria cultural. Ela não busca articular significados, mas multiplicar e potencializar efeitos. Ou seja, ela busca respostas a estímulos, e quanto mais padronizadas melhor. Ela não demanda do receptor uma interpretação autônoma. Na realidade, atua no sentido de prover o "mapa" da interpretação junto com a mensagem que emite. Nesse sentido, demanda um conjunto articulado e sistemático de respostas a complexos significativos que operam em bloco, como se fossem estímulos. Nisso, que no limite (mas só no limite) se assemelha a um jogo de estímulo e resposta, quem produz os estímulos ganha a capacidade de administrá-los de tal modo que possa manter a iniciativa no processo, seja prevendo adequadamente as respostas, seja incorporando-as na rodada seguinte da emissão de estímulos, quando discrepam das expectativas.

Toda análise que leve em conta essa questão da indústria cultural deverá, pois, fazer justiça a esses múltiplos níveis de funcionamento do sistema. Ele não é complexo e extensivo apenas na dimensão horizontal, ao assimilar um número e uma diversidade crescente de setores da produção e difusão cultural. Também o é em numa dimensão vertical, ao difundir produtos significativos que atingem em profundidade múltiplas camadas de percepção dos receptores.

Para encerrar, permitam-me fazer referência a um aspecto do pensamento de Adorno, enquanto principal responsável pelo conceito de indústria cultural, que me parece inteiramente ajustado a esse conceito, embora tenha sido elaborado antes dele. Refiro-me ao uso que ele faz da noção de "regressão", ao propor a idéia de que o ouvinte médio de música séria segue um padrão de recepção da obra musical que traz as marcas de uma audição regressiva. Essa idéia está contida no seu importante ensaio de 1938, sobre o "caráter fetichista da música e a regressão da audi-

ção". Adorno compartilhava com outros representantes da teoria crítica da sociedade a reserva diante da idéia de progresso como avanço histórico linear e irreversível, embora tomasse todo o cuidado para não resvalar numa concepção reacionária, que enxerga decadência por todos os lados. Para ele, fenômenos sociais que possam ser detectados como regressivos não significam alguma forma de retorno ao pretérito, mas constituem sintomas de um estado geral da sociedade, que se manifesta no bloqueio ao avanço nos caminhos que ela mesma permitira abrir. Regressivo não é o que volta atrás, mas o que não consegue ir adiante porque as mesmas condições objetivas que permitiriam fazê-lo opõem obstáculos a esse avanço. Em suma, não se trata de retrocesso, mas de avanço travado. Em princípio, as condições estariam dadas para a adequada recepção da obra artística, mediante o esforço apropriado à sua decifração como estrutura significativa complexa, produzida conforme exigências que lhe são inerentes. No entanto, não é o que ocorre: a autonomia da obra, sem a qual ela se perde, é sacrificada em nome de apelos externos a ela, que permitem vendê-la (no sentido figurado e também literal). No caso da música de concerto, seriam apelos como o do prestígio do intérprete, o do custo do instrumento, o da reputação da gravadora de discos.

Nesse específico ensaio, dedicado à identificação do problema e à busca de uma explicação abrangente da sua natureza, ainda não aparece a figura daquilo que, anos depois, desempenharia o papel de instância social fundamental para gerar e reproduzir esse tipo de situação. Trata-se, precisamente, da indústria cultural. É nela que se encontra na sua expressão plena aquele estado de coisas que engendra as formas regressivas de recepção cultural; aquelas que, no campo particular da música, consistem em audição parcelada, atomizada, desmemoriada no sentido de que fragmentos significativos (uma passagem melódica de uma sinfonia, por exemplo) aparecem para em seguida desaparecerem e depois reaparecerem iguais, numa espécie de recepção espasmódica, ao invés de inteiriça e estruturada. É muito plausível a conjectura de que as tendências que os conceitos de regressão e de indústria cultural ajudaram a descortinar há mais de meio século continuam presentes, talvez agravadas. Creio – e apresento aqui como sugestão – que a associação, no exame do mundo contemporâneo, da idéia de formas regressivas de recepção (entendida como consumo) com a do caráter tecnologicamente avançado até a ponta da organização da produção e difusão cultural (que inclui a indústria cultural, agora no interior do complexo informático global) permitiria ainda hoje – ou, talvez, especialmente hoje – avanços interes-

santes na pesquisa e na reflexão sobre a natureza e a importância da dimensão cultural no mundo contemporâneo.

Comecei falando do meu velho mestre Ianni, retorno a ele. Claro, não vim aqui para fazer homenagem ao mestre. Ele costumava lembrar seus alunos: meninos, saibam sempre que a burguesia também leu O capital. Ou seja, uma obra complexa, mesmo que tenha o caráter crítico muito pronunciado, tem suas sugestões de análise, as suas condições de método que se abrem para os dois lados quando seguidas rigorosamente. É preciso saber quem vai chegar primeiro e tomar a iniciativa a respeito do que ali está em jogo. Mas quem conseguir avançar no trabalho de detectar quais são atualmente as formas que impedem a plena constituição de sujeitos sociais – e de sujeitos sociais capacitados a apreender estruturas significativas na sua inteireza – vai ter uma chave poderosa para avançar na tarefa crítica, ou para assessorar a indústria na sua maior eficácia. Muito obrigado.