

*MOLES, LAZARFELD, MERTON, RIESMAN, MACLUHAN,  
HORKHEIMER, ADORNO, BENJAMIN, MARCUSE,  
SANGUINETI, BAUDRILLARD, KRISTEVA,  
BARTHES, PANOFSKY*

TEORIA DA CULTURA DE MASSA  
Introdução, comentários e  
seleção de Luiz Costa Lima

6ª edição revista



PAZ E TERRA

CIP-Brasil. Catalogação-na fonte  
Sindicato Nacional dos Editores de Livros, RJ

t29

Teoria da cultura de massa /  
Adorno et ali., comentários e seleção de Luiz Costa Lima. — São Paulo :  
Paz e Terra, 2000.

ISBN 85-219-0350-2

1. Cultura de massa I. Adorno, Theodor W. II. Lima, Luiz Costa

78-0203 CDD-301.16  
CDU-301.21

*Este livro reproduz de modo quase integral o curso de Sociologia da Comunicação de Massa oferecido pelo Departamento de Sociologia e Política da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro durante o ano letivo de 1969. Não teria sido ele possível sem o apoio dos que têm dirigido esse Departamento desde minha data de ingresso, assim como sem a cooperação e a simpatia crítica dos que então foram alunos. A estes companheiros, presentes na memória ou na rotina, esta reunião.*

LCL

*Rio, setembro de 1969*

EDITORA PAZ E TERRA S/A  
Rua do Triunfo, 177  
Santa Ifigênia, São Paulo, SP – CEP 01212-010  
Tel.: (011) 3337-8399  
Rua General Venâncio Flores, 305 – Sala 904  
22441090 – Rio de Janeiro – RJ  
Tel.: (021) 2512-8744  
E-mail: vendas@pazeterra.com.br  
Home Page: www.pazeterra.com.br

## SUMÁRIO

Nota para a 2ª edição .....	9
Introdução Geral	
Comunicação e Cultura de Massa / Luiz Costa Lima .....	13
Comentário .....	73
1. <i>Doutrinas sobre a Comunicação de Massas /</i> Abraham A. Moles .....	75
Comentário .....	105
2. <i>Comunicação de Massa, Gosto Popular e A Organização</i> <i>da Ação Social / Robert K. Merton e Paul F. Lazarsfeld .....</i>	109
Comentário .....	135
3. <i>O Turno da Noite / David Riesman .....</i>	137
Comentário .....	149
4. <i>Visão, Som e Fúria / Marshall McLuhan .....</i>	153

Comentário .....	165
5. <i>A Indústria Cultural</i> <i>O Iluminismo como Mistificação de Massa</i> / Max Horkheimer e Theodor W. Adorno .....	169
6. Comentário .....	217
<i>A Obra de Arte na Época de Sua Reprodutibilidade</i> <i>Técnica</i> / Walter Benjamin.....	221
7. Comentário .....	257
<i>A Arte na Sociedade Unidimensional</i> / Herbert Marcuse ...	259
8. Comentário .....	273
<i>Sociologia da Vanguarda</i> / Edoardo Sanguineti .....	277
9. Comentário .....	289
<i>Significação da Publicidade</i> / Jean Baudrillard .....	291
10. Comentário .....	303
<i>A Semiologia: Ciência Crítica e/ou Crítica da Ciência</i> / Julia Kristeva .....	307
11. Comentário .....	323
<i>A Mensagem Fotográfica</i> / Roland Barthes .....	325
12. Comentário .....	341
<i>Estilo e Meio no Filme</i> / Erwin Panofsky .....	345

## NOTA PARA A SEGUNDA EDIÇÃO

Que não fazemos para sobreviver, com uma atividade intelectual, no Brasil? No mínimo, dar freqüentemente cursos que pouco ou nada nos interessam. Assim, em 1969, lotado em um departamento de sociologia, tive de oferecer um curso sobre cultura de massa. (Já então o horror oficial pelas massas cunhara a expressão eufemística e redundante que até hoje escuto: comunicação social.)

Defrontei-me por isso com um assunto que só paralelamente me importava e sobre o qual não havia então suficiente bibliografia em português. Tive, pois, com a ajuda de alunos e de um amigo, Otto Maria Carpeaux — que gratuitamente se prontificou a corrigir a tradução de Adorno —, de verter alguns textos, que servissem de orientação para a abordagem da cultura de massa, como fenômeno sociológico.

Com a mesma finalidade e para me obrigar a ter alguma opinião sobre o que iria ensinar, forcei-me a escrever uma introdução geral. Gostaria hoje de revê-la, mas a falta de tempo continua a mesma. Talvez tampouco fosse correto emendar um assunto que é tão pouco meu. Ante a carência e a dúvida, observo apenas um ponto. No “Apêndice” àquela introdução, mostrávamos como a oposição “cultura superior/cultura de massa” não pode ser aplicada sem mais ao caso brasileiro, pois ela funcionaria apenas quanto às classes média e alta.

Quanto aos outros segmentos sociais, levantávamos a hipótese de que eles viviam uma oposição do tipo “cultura de massa/outra forma de cultura” ou a sua participação no universo da cultura seria quase nula, porque entre os produtos culturais e estes seus receptores haveria um tal hiato que não os permitiria se integrar nos modelos (padrões e valores) sequer da cultura de massa.

No único livro valioso do ponto de vista da pesquisa sobre os *media* no Brasil, *A noite da madrinha*, seu autor, Sérgio Micelli, recorda a proposta para chamá-la absurda: o autor, diz Micelli, chega ao absurdo de propor toda uma modalidade simbólica “que não deflagra sentido”.<sup>1</sup>

E possível que também esse fosse meu ponto de vista ao escrever a passagem, cuja finalidade era antes reforçar o termo alternativo anterior. Mas hoje creio mais no cimento da fantasia. E o contato com turmas universitárias (!) advindas da classe média baixa suburbana e de meios proletários, me leva a pensar a sério naquela proposta. A degradação do ensino que sofremos e a facilidade paralela do diploma universitário entre nós levam a esta conclusão lógico-paradoxal: formamos bacharéis que são tão *estranhos à carreira* em que se diplomaram como seria um visigodo no senado romano. Mais explicitamente: o prestígio do diploma entre nós resulta de se acreditar que ele facilitará a ascensão social. Como entretanto tais cursos se modelam a partir da imagem da “cultura superior”, camadas significativas da sociedade abandonam suas prévias identificações culturais — o crente na macumba ou em religiões sincréticas recalca, disfarça ou nega sua fidelidade ao culto, o curandeiro teme seja divulgado seu conhecimento das mezinhas e das ervas medicinais — e procuram se familiarizar com a linguagem do “senado romano”. Como isso entretanto leva tempo e o próprio curso universitário exige pouco, criam-se doutores brancos que nem se embranquecem, nem mantiveram sua outra identificação. Conclui-se mal, diante de tal caso, ao se dizer, como se tornou frequente, que cada vez os diplomados dominam menos o português. A questão vai além do mero aprendizado de uma língua. O problema, como aquela hipótese nos permite ver, é de *orientação* no interior de uma cul-

tura. Mais bem dito, de orfandade no interior das culturas compreendidas pela sociedade brasileira.

Parece sem dúvida estranho supor grupos sociais ou parcelas deles sem participação no universo da cultura. Talvez ainda não saibamos reconhecer o estranho que é nosso país. O desenvolvimento do tema talvez fosse interessante. De qualquer modo, ele exigiria uma pesquisa para a qual não tenho condições, nem a suficiente motivação. Pois, na verdade, esta coletânea hoje segue o seu curso, depois de haver se desgarrado de quem a reuniu.

*Luiz Costa Lima*

Rio, abril de 1978

1. Sérgio Micelli, *A noite da madrinha*, p. 242, Perspectiva, São Paulo, 1972.

## INTRODUÇÃO GERAL

# COMUNICAÇÃO E CULTURA DE MASSA

*A José Laurênio de Melo e  
Orlando da Costa Ferreira*

1. A partir da década de 1940, nos Estados Unidos, questão pouco freqüente entre ensaístas, pensadores e pesquisadores sociais tornou-se assídua entre suas publicações. Tratava-se da importância e conseqüências socioculturais das mensagens transmitidas por canais, dotados de alto poder de alcance e/ou reprodução (jornais, histórias em quadrinho, revistas de atualidades, rádio, cinema, disco, em breve, a fita magnetofônica e a TV).

O assunto, é verdade, não era de todo inexplorado. Ante o rádio e o cinema nascentes, o romancista G. Duhamel comportava-se como se estivesse a encarar a moderna face da bestialidade (*Scènes de la vie future*, 1930). Seu contemporâneo, o historiador austríaco Egon Friedel não é menos enfático. Na *Kulturgeschichte der Neuzeit* (1931), escreve: “Enquanto o cinema foi mudo tinha outras possibilidades que as de natureza fílmica: a saber, possibilidades espirituais. Mas a trilha sonora desmascarou o cinema e a todos os olhos, a todos os ouvidos, torna-se patente que estamos às voltas com uma máquina morta e estúpida. O bioscópio mata apenas o gesto humano, mas a trilha sonora também acaba com a voz. O rádio age no mesmo sentido. Ao mesmo tempo, libera-nos da obrigação de nos concentrarmos, tornando agora possível apreciar Mozart e os chucrutes, o sermão dominical e o *bridge*. Tanto o cinema quanto o rádio eliminam aquele fluido misterioso

que emana indistintamente do público e do artista e que transforma cada concerto, cada conferência em uma experiência espiritual única. A voz humana alcançou onipresença, o gesto humano, eternidade, mas ao preço da alma. [...] Já temos concertos de rouxinóis pelo sem-fio e falas pontifícias. É de fato o ‘declínio do ocidente’” (1, p. 475).

Duhamel e Friedel inauguram uma postura hoje acessível a toda a hipocrisia dos tradicionalistas indignados. Os cruzados do século XX descubrem novos infiéis tanto nas revoluções sociais quanto na tecnológica. Declínio do Ocidente, como Friedel pretendia, ou o caso de certa intelectualidade?

Em contrapartida, ligeiramente posterior é o ensaio de Walter Benjamin, *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica* (1936), assim como bastante anterior era o pioneiro *Reflexões para uma estética do cinema* (1913) de Lukács, em que pensa o filme como o realizador, por conta de sua potencialidade técnica, de aspiração que movera o teatro romântico e nele falhara: oferecer “a mais ativa e desenfreada dinamicidade das formas, a completa animação e vitalização do *background*, da natureza, dos ‘interiores’, das plantas e dos animais” (2, p. 83).

À parte suas flagrantes distinções interpretativas, estas abordagens se caracterizavam por seu padrão antes especulador que analítico. O fenômeno apenas irradiava e pouco maduro se mostrava para o modo que seu estudo adotaria depois dos anos 40. Retrógrados ou inteligentes, os primeiros estudiosos analisavam os veículos de massa em comparação com a arte que conheciam. Esta era a realidade estética dentro da qual haviam sido educados, que haviam introjetado como a própria substanciação da Arte. Daí que, salvo Benjamin — prova de sua profunda originalidade —, tratavam do fenômeno recente por *comparação valorativa*, identificando aprioristicamente o valor com as formas de comunicação artística já estabelecidas. Aprisionavam-se, desse modo, no círculo de fogo de suas prenoções e se impediam de buscar a identidade da comunicação e da cultura de massa.

Em troca, os primeiros estudos norte-americanos serão preponderantemente sociológicos. Abordam-se questões de mercado, de relações com a estrutura do poder, das relações com o tipo de audiência, procuram-se as funções e disfunções dos *mass media*. É, sem dúvida, um passo adiante, pois o analista, ao contato com a matéria bruta, é obrigado, mais cedo ou mais tarde, embora de forma grosseira e super-

ficial, a explicitar seus juízos de valor, a tirá-los da sombra que os beneficiava. Noutras palavras, a axiologia “natural” do analista é imediatamente posta à prova. Os resultados, contudo, no caso em pauta, permanecem bem parcos. Tais pesquisas ofereciam, no máximo, resultados empíricos — como vender melhor isto ou aquilo, como tornar funcional, “positivo” ao sistema o uso dos instrumentos de comunicação etc. Nada diziam, contudo, sobre o *sistema* que poderia ser constituído pelos *mass media* como um todo ou por *medium* em particular. Aqui, como em qualquer situação em que se lida com sistemas semiológicos, a sociologia é incapaz de apreender, pelos métodos que lhe têm sido próprios, *a natureza de um fenômeno formulado em signos; cujas relações sociais são primeira e essencialmente relações entre signos*. Úteis, portanto, que tenham sido, essas abordagens pouco nos dizem sobre o que seja radicalmente próprio à cultura de massa.

No momento em que escrevo, o estudo dos *mass media* já adquiriu *status* universitário. O que vale dizer, a divulgação de pesquisas sobre eles e o reconhecimento social de sua importância já os tiraram do *bas fond* das preocupações intelectuais. Por outro lado, contudo, isso nada prova sobre a qualidade de seu estudo. O que é especificamente a cultura de massa é pergunta embaraçosa, que se deixa à margem, sujeita às tiradas espirituosas dos jogadores de palavras. Preponderam, ao invés, os manuais pragmáticos, de leve trato e venda certa, moderadamente informativos, moderadamente inofensivos, como o *Introduction to Mass Communications*, de Emery, Ault e Agee, as apresentações superficialmente redundantes como o *L’Esprit du Temps*, de E. Morin, o profetismo alegre de McLuhan, as sínteses deficientes de A. Moles. Assim talvez aconteça em qualquer novo ramo de reflexão: a alquimia sempre precedeu a química. E, se o alquimista vive numa época de ciência e técnica, suas “explôsões” já não podem ser exclusivamente mágicas. Isso explica a ambigüidade com que se mostram os alquimistas dos *mass media*: os “chutes”, improvisações e *boutades* dos “criadores” são contrabalançados pelos números, cifras, estatísticas e palavras estranhas esgrimidas como se fossem conjuros. A suspeita de serem números e conceitos cientificamente controlados funciona para os leitores como garantia de investimento. A ciência caricata sempre recorre às vestes da ciência.

Esta introdução considera desnecessária a alquimia. É mais fácil, porém, saber dizê-lo do que praticá-lo. Consideramos que o primeiro

passo contra a alquimia sobre a cultura de massa haverá de consistir numa reflexão empreendida dentro da história, que nos permita precisar o contexto social onde se dá o fenômeno considerado. Necessitamos, para tal fim, recorrer naturalmente à obra dos historiadores. Mas, ao assim fazermos, dificuldade paralela se apresenta: caberá não aceitarmos passivamente a história, mas, sim, ao manipularmos seus dados, pôr simultaneamente em discussão seu método de operar. Isso significa dizer que o trabalho assim estipulado não será de ordem historiográfica, não porque seu autor não seja historiador, mas sim porque ele julga que a área da história não satisfaz seu projeto de análise. Antes, por conseguinte, de apresentarmos uma meditação sobre períodos históricos, convém refletirmos sobre a metodologia em história. Só assim mostraremos como, ao não fazermos história, que coisa estaremos pretendendo fazer.

## 2. A HISTÓRIA, A SOCIOLOGIA E A LÓGICA DO HOMEM NA DIFERENÇA DE SEUS MÉTODOS

“... *l’histoire mène à tout mais à condition  
d’en sortir*” (Lévi-Strauss)

“Construir a história é narrá-la” (3, p. 94), dizia H. Pirenne. E narrar, como sabemos, supõe seguir o fio de uma meada, um antes, um durante, talvez um depois. Ora, quando essa afirmação era publicada (1931), o Ocidente já tinha condições de saber que narrar não é a única maneira de exprimir. Provavam-no manifestações da arte moderna como, na pintura, o cubismo e, no romance — o campo privilegiado da narrativa — o *Ulysses* (1922). Contudo, mesmo nos centros avançados, a informação nova não caminha sem obstáculos. A simultaneidade de percepção estampada na tela cubista, o estilhaçamento do tempo cronológico em Joyce, começado com a redução do périplo homérico à dimensão de um dia-qualquer, traziam em comum a recusa da linearidade narrativa. Mas a arte moderna havia de conquistar seu público e conseguir seus intérpretes antes de ter seu exemplo considerado pelos historiadores. Não só esse relacionamento deixou de ser feito, como, e conseqüentemente, a história se manteve como meta aspirada, *in genere*, pelas ciências sociais.

Só ao fim da década de 1950, quando a problemática estruturalista começou a ultrapassar os círculos especializadas dos lingüistas e antropólogos, este primado sofreu contestação. Não que o estruturalismo seja anistórico ou sequer contra a história; mas sua busca de precisar sistemas, a idéia dos sistemas descontínuos (4), de determinação das leis internas dos sistemas e suas transformações chocavam-se com o caráter narrativo da história. Saussure, até então quase exclusividade dos lingüistas (5), foi trazido ao debate e a narrativa histórica recebeu nome mais preciso: diacronia, ciência do diacrônico. Deste modo, a busca do sistêmico, sem se confundir com uma luta contra a história, obrigou-nos a pensar nos limites impostos por uma metodologia plantada sobre a sucessividade diacrônica. Mas a história é forçosamente diacrônica? Ao menos, respondemos, a história tal como pensada por seus maiores cultores até a primeira metade do século XX. É assim que Marc Bloch não diverge do breve enunciado, atrás reproduzido, de Pirenne: “O historiador não pensa apenas o ‘humano’. A atmosfera em que respira seu pensamento é a categoria da duração” (6, pp. 4-5). Isso equivale a dizer, a história se nutre do tempo entendido como desdobramento contínuo, onde cada geração recebe a tocha portada pela geração dos antepassados e corre para levá-la à seguinte. Noutras palavras, a história, assim entendida, não rompe com a prenoção generalizada do tempo como rio cujo leito pode-se esconder, mas nunca deixar de fluir. Daí o fascínio exercido sobre os historiadores em localizar a gênese dos fenômenos, fascínio que o mesmo Bloch denunciava como a idolatria da tribo dos historiadores (6, p. 5). Ao autor francês, contudo, talvez tenha faltado correlacionar os dois termos aqui lembrados: o fascínio da gênese não cessa ao ser nomeado; ele volta a se insinuar enquanto não se discute uma metodologia baseada no princípio do antes-durante-depois.

Tendo a história assim se apresentado até agora, mostra-se incapaz de responder à interrogação que nos move: em que consiste a cultura de massa? Qual seu tipo de realidade? Deveremos então surrupiar os dados fornecidos pelos historiadores para, em seguida, nos vangloriarmos de nosso feito? Não seria solução cientificamente eficaz. Pois antes de renunciarmos ao propósito historiográfico devemos saber qual o veio que canalizará as informações dali retiradas.

Penso descobri-lo recorrendo outra vez ao mesmo Bloch. Ao analisar os tipos de documentos com que lida o historiador, observa

que ele privilegia o documento involuntário, o mais isento do propósito consciente de testemunhar (6, pp. 24 e 25), por ser este o menos suscetível a fraudes e distorções. Ora, o privilégio concedido ao documento involuntário aproxima o historiador do sociólogo, considerando-se com Bourdieu, que, para fugir à “sociologia espontânea” e adquirir *status* de cientificidade, a sociologia necessita praticar o “princípio da não consciência”, i.e., privilegiar aspecto ou esquema existente abaixo da transparência dos fenômenos. “Acreditamos fecunda — já dizia o Durkheim por Bourdieu citado — esta idéia que a vida social se deve explicar, não pela concepção que dela se fazem os que dela participam, mas por causas profundas que escapam à consciência” (7, p. 38). Tanto o historiador quanto o sociólogo desconfiam da cristalinidade dos fatos. A fala do historiador não é o prolongamento da fala dos homens sobre os quais fala, mas a busca da fala oculta sob o que eles falaram. É por isso que o historiador se regozija ante o testemunho involuntário. As instituições sociais tampouco “falam” por intermédio da fala de seus membros; entre a fala e o sistema de que o cientista pretende tratar se interpõem as racionalizações. É preciso por isso escavar sobre o que dizem as pessoas. Marx já havia dito que “os homens fazem sua própria história, mas não sabem que a fazem”.

Assim considerando, pretendemos canalizar as águas trazidas da indagação histórica para o terreno da sociologia. Mas tampouco este satisfaz nosso propósito. Com a vantagem sobre a história de ser capaz da apreensão de sistemas mais detalhados, em seu caso construídos por uma rede de relações sociais, a sociologia, entretanto, continua marcada pela atração em favor do genético. Não é que se negue cientificidade ao esforço de determinação da gênese dos fenômenos e das instituições sociais. Não é que se recuse *tout court* o princípio da causalidade. Afirma-se, sim, que a investigação sobre a gênese não pode preceder validamente, mas sim decorrer da determinação sistêmica. Tenhamos o romance como exemplo. A história nos ensina que sua existência como gênero de expressão dominante só se cumpriu a partir do século XVIII, mormente o inglês. A história ainda determinará que, ao contrário, seu tipo de narrativa, ao se mostrar noutras épocas, era minoritário e sem tradição de continuidade, seja isto quanto ao *Satiricon*, ao *Decamerone* ou quanto ao *Quixote*, malgrado a tradição novelesca que este último apresenta no contexto espanhol, como se vê desde o *Libro del buen amor*. A sociologia, por sua vez, poderá explicar de maneira mais

sistemática a razão do fenômeno e analisar, como já tem sido feito, a relação do gênero com o surgimento da imprensa, com o advento do individualismo burguês, com a existência de público feminino etc. De ambos os enfoques, porém, escapa um dado fundamental: mas o que é o romance? Ambas aquelas perspectivas deixam intacto o sistema propriamente dito traçado pelo gênero.

Tais dificuldades e deficiências reaparecem quando se cogita da cultura de massa. Podemos sucintamente verificá-lo considerando os seguintes esquemas. Embora hipotéticos e grosseiros, pretendem eles dar conta das operações próprias às esferas historiográfica e sociológica.

Para o historiador o problema assim se apresentaria:

Industrialização\* —> veículos de comunicação de massa —> cultura de massa

A questão se abrevia, suas dificuldades se amortecem. Mas, como veremos nas páginas seguintes, tomar a cultura de massa como o necessário efeito da vigência dos veículos de comunicação de massa é, no mínimo, imprudência. Omite-se, em suma, mediante este primeiro esquema, a demonstração solicitada e considera-se como fonte de explicação o que ainda deveria ser explicado.

O quadro não parece mais satisfatório se concebemos agora um simulacro de esquema sociológico:

Industrialização —> transformação das relações de produção —> redistribuição dos papéis culturais

Permanecem os vínculos de causa e efeito, muito embora seja menos pronunciado o caráter genético do esquema (não se diz, por exemplo, que o segundo termo seja posterior e não paralelo ao primeiro, nem tampouco que o terceiro termo seja o efeito direto do segundo). Não se escapa, porém, da idolatria geneticista. Ora, tal abordagem só seria satisfatória caso o terceiro termo permitisse vislumbrar a posição então ocupada pela cultura de massa. Pesquisas orientadas nesse

---

\* O leitor compreenderá por que a industrialização aparece como o primeiro termo neste esquema e nos seguintes, ao analisar o § 6 desta Introdução.

sentido, contudo, só nos fizeram perceber que, se a cultura de massa tem a ver com a redistribuição de papéis — as camadas da *intelligentsia* que, em vez de se dirigirem para os canais tradicionais de aproveitamento do intelectual, se tornam membros das equipes da indústria cultural —, essa redistribuição já pressupõe a existência daquela. Voltamos à estaca zero e, concretamente, comprovamos que a descoberta do sistema — ou de seu filão — há de preceder qualquer tratamento genético. Daí, só quando o sistema em que se realiza a CM tenha sido vislumbrado, o material sociológico e histórico estocado ser-nos-á de utilidade. Pois “*le social n’est réel qu’intégré en système*” (Lévi-Strauss). Donde a formulação da seguinte regra: quanto mais diacrônica e geneticamente seja disposto um material, tanto mais distante será a nossa recorrência a ele. Ele fica numa espécie de quarentena, até a certeza de que seu uso será adequado. Praticamente isso significa dizer que só recorreremos à sociologia e à história depois de havermos considerado e percorrido o seguinte terceiro esquema:

Industrialização — quebra do universo das expectativas culturais conhecidas — reorganização das oposições culturais inconscientes

(Abandonamos o uso das setas entre os termos, pois só por excesso de simplismo poderíamos considerar cada conseqüente como efeito do anterior.)

O princípio do testemunho involuntário (história) nos levou ao princípio da não-consciência (sociologia) e este ao interesse sobre o inconsciente antropológico. É este terceiro que se mostra o mais inclusivo e pertinente. É a ele que pediremos o instrumental com que procuraremos tornar operacionais os dois níveis anteriores.

Aqui chegados, podemos considerar este ensaio por inteiro e dizer: a diferença entre a seqüência do raciocínio expresso neste parágrafo e a seqüência realizada no todo do ensaio mostra-se como uma inversão de trajeto. Sua justificação metodológica tomou como primeiro elemento exatamente aquele que deveria ser o último a enlaçar: a história. Ou seja, este parágrafo, ao ser escrito, devia dar conta de uma ordem que aprioristicamente — não se entenda, dogmática ou irracionalmente — havia sido escolhida e determinada, a saber: (1) Material Antropológico, (2) Sociológico, (3) Histórico. Este parágrafo não teve

outra função senão a de mostrar por que foi esta a seqüência preferida e não outra qualquer. Em vez de continuarmos a lidar com relações genéticas, a passagem a cada um dos dois planos subordinados visa correlacionar aspectos que progressivamente vão enriquecendo, por concretização, o nosso sistema.

Aqui chegados, acreditamos que o leitor vá sentir-se menos intrigado com o uso não historiográfico da história e não sociológico da sociologia. Em vez de menosprezo por ciências que não são nossas, procuraremos apenas enfeixá-las numa lógica do homem.

### 3. CULTURA: VALOR DECLARADO E VALOR VERDADEIRO

Os *mass media* não existiram em algumas ou em várias sociedades, porém, originariamente, só na ocidental e, dentro desta, seu pleno aparecimento só se dá no século em curso. Cada uma destas duas afirmações necessitaria exame. Resumamo-nos à segunda.

Em seu livro *De la culture populaire aux 17<sup>e</sup> et 18<sup>e</sup> siècles* (8), o historiador R. Mandrou demonstrou a existência, nos séculos que considera, de uma forma de organização e distribuição culturais que apresenta traços de semelhança com a cultura de massa. Com base na cidade de Troyes, onde eram escritos os folhetos, divulgados pelo norte da França, compostos segundo padrões estabelecidos, atendendo ao gosto da massa rural, sua básica consumidora, essa literatura ambulante, segundo o autor, encontrou equivalente na Inglaterra, na Alemanha e na Polônia.

Ao passarmos em revista suas características, notamos que, de fato, se antecipavam elementos da cultura de massa. Assim, desde logo, seus autores não são do povo, mas para ele escrevem, trabalhando a mandato de editores dedicados a esse tipo de publicação; exploraram uma temática de evasão, ajustada aos interesses do *status quo*. A impessoalidade da criação, a temática previamente combinada, a lamiinação, em suma, do produto, já se mostram então presentes. Por outro lado, contudo, seu consumo é socialmente demarcado e longo seu prazo de vida. Como diz Mandrou, ela apresenta “uma concepção de mundo e dos homens oferecida ao longo das gerações, repisada dos avós aos netos, relida e comentada de serão em serão, em todos os meios

populares; é bem o alimento de uma cultura dos meios populares” (8, p. 148).

Ou seja, trata-se de uma manifestação transicional; não representa uma ruptura com o solo da cultura popular ou folclórica, mas apenas a industrialização dentro de seus limites. Como tal, não se confunde com o folhetim e a literatura de cordel da tradição ibérica e nordestina, em que, ao contrário, já por sua origem popular, já pelas formas métricas peculiares, já pela linguagem, tradições cultivadas e mentalidade, temos manifestação pura de cultura popular, isto não obstante sua industrialização, em data recente, já se torne perceptível.

Mas a caracterização de produto transicional para a “*littérature de colportage*” de Mandrou não é suficiente. Com base nos argumentos atrás levantados, acrescentamos: não basta o estabelecimento de uma rede comercial, a adequação do objeto cultural a seu provável consumidor, seja pela acessibilidade de preço, seja até pela estandarização do enredo e da temática para que possamos falar em cultura de massa. E isso não por uma deficiência quantitativa, ou seja, porque a aludida industrialização atacasse apenas a faixa verbal. Pois devemos quebrar com o fetiche da quantidade e levá-la em conta como o que é de fato: índice de uma realidade não apreensível por sua mera consideração. Mas por que a quantidade é apenas um índice, irrelevante enquanto não seja combinado dentro de um marco maior? Porque *a quantidade não afeta a qualidade, senão quando o aumento quantitativo torna previsível uma diferença qualitativa*. Ora, no caso em pauta, a quantidade — o número de veículos utilizados e seu poder de irradiação — só interfere no caráter das mensagens quando os meios de comunicação formam uma trama integrada numa modalidade de cultura própria, chamada “de massa”. Raciocinando em termos mais gerais: os *mass media*, como qualquer veículo de comunicação cultural, estabelecem *quantidades*, importam pelas quantidades que trazem à circulação; a cultura que os integra estabelece qualidade, importa pelo valor que socialmente se lhe confere.

A solução aqui apresentada, contudo, poderia ser acusada de nominalista: estabelecemos duas igualdades quantidade — comunicação, qualidade — modalidade cultural e tratamos de enquadrar o “mundo” no âmbito das duas proposições ... Ora, por que a quantidade tem a ver com o par escolhido e não com o outro? A questão, bem pertinente, não poderá, entretanto, ser esmiuçada antes de desenvolver-

mos duas conseqüências que, diretamente, resultam da afirmativa anterior. Ao exprimi-las, teremos ocasião de começar a fundamentar as duas proposições anteriores. São elas: 1) Quando afirmamos que a qualidade é veiculada pela modalidade de cultura não estamos falando em qualidade individual e efetiva de cada objeto pertencente àquela modalidade. *O valor declarado de uma cultura não indica o valor verdadeiro de suas obras*. Trata-se, na verdade, de dois âmbitos diversificados em que funciona a noção de valor. O valor efetivo das obras só pode ser aferido mediante critérios de análise — que serão mais objetivos ou menos — enquanto o valor veiculado pela modalidade de cultura é inconsciente, social, generalizador e, ao mesmo tempo, descritivo. Uma modalidade é valorizada em razão da outra, o valor está em dependência de uma *diferença*, que, ante a análise, poderá se revelar falsa ou verdadeira, mas que, na existência comunal da cultura, mostra-se sempre atuante, empregada (9).

Muitas vezes, a diversidade aludida entre os âmbitos de doação de sentido à cultura — ou pela modalidade cultural, ou pela análise particularizante de espécimes seus — termina num choque. Por exemplo, pela modalidade de cultura a que pertencem, a cultura dita superior, os concertos e as peças sinfônicas de um Rachmaninoff são genericamente valorizadas, enquanto pela análise musical individualizada são desprestigiadas como meramente epigônicas. Exemplo contrário encontramos no *Decamerone* de Boccaccio. No seu tempo, ele foi julgado um sucedâneo dos atuais livros de simples consumo, sem nada de nobre ou exemplar (10), enquanto hoje nos parece nunca ter sido outra coisa senão “cultura superior”.

O mesmo se aplica à cultura de massa. Uma coisa é sua valorização inconsciente, referida à sua espécie — a qual recebe a nota reservada para seu continente inteiro —, outra coisa é a análise consciente, objetiva, científica ou propensamente científica de produtos seus. Devemos ter nitidamente em conta esses dois planos, pois, em caso contrário, confundiremos prenoções com noções e julgaremos com seriedade científica formulações derivadas de expectativas inconscientes.

2) Considerando a distinção entre os *mass media* e a cultura de massa, deduzimos que a existência dos primeiros não determina a forçosa existência da segunda. Noutras palavras, é legítimo supor que os meios de comunicação de massa se integrem noutra modalidade cultu-

ral, dotada de uma valoração diversificada, com mudanças mais drásticas ou menos. Tal diverso acoplamento, porém, não passa de mera hipótese teórica, para nós, habitantes da sociedade capitalista-ocidental.

Da reflexão empreendida, entendemos que os *mass media* constituem as ramificações indispensáveis de um tronco — a modalidade de cultura — que os sustém e os pressupõe. As ramificações não se confundem com este, nem pertencem ao mesmo tipo de realidade. Os *mass media* são instrumentos e, como tais, empiricamente observáveis; ao tronco integralizador chegamos por abstração, por via dedutiva e não empírico-indutiva. Inversamente, como resultante e complementação do anteriormente visto, não se pode cogitar de cultura de massa, no sentido próprio que procuramos precisar, onde inexistente seu feixe de ramificações técnicas. Será então o caso de falar-se em cultura popular, folclórica ou de *isolat*, qualquer uma delas se caracterizando imediatamente pela dominância de relações primárias e, portanto, transmitida por meios pouco ou nada tecnificados e de curto alcance.

Procuraremos então pelo uso de material historiográfico corporificar esses conceitos. Começamos então a usar a história para a não-história que pretendemos.

#### 4. CULTURA DE MASSA E RENASCIMENTO ITALIANO

O século XVIII inglês constitui, como é sabido, a etapa decisiva na formação do capitalismo. Nele ainda não se poderá falar em cultura de massa (ver o parágrafo sexto). Ao contrário, os processos de acesso à cultura permanecem os escolarizados e, basicamente, se fundamentam na aprendizagem verbal. As condições, entretanto, se preparam, antes de fora para dentro do que de dentro para fora. Ou seja, são as condições globais da sociedade, com o desenvolvimento da economia de mercado, com a supremacia — a partir de então absoluta — do valor de troca sobre o valor de uso, com a formação dos interesses capitalistas unidos e amparados pelo poder estatal, em suma, com o mercantilismo que minarão o edifício tradicional da cultura, em vez de serem os agentes reconhecidos da cultura — a escola, o escritor, o mecenas — que, de *per se*, absorverão os sinais mutantes do tempo. Nada há de estranho no fato. Os agentes internos da cultura estão ligados a uma organização socioeconômica que é ameaçada pelas modifi-

cações externas a seu círculo específico. Serão estas, por conseguinte, que terão a iniciativa. Não importa que seus efeitos não se mostrem de imediato. O fato de que eles existam diferencia o século XVIII inglês das épocas anteriores de preparação capitalista. A distinção se apresenta pela própria maneira como o espírito capitalista naqueles casos se mostra. Vejamo-lo concentrando-nos no capitalismo antecipado das cidades italianas.

Já no fim do século XI, estabelecendo uma cunha na rigidez hierática medieval, surgiram as pequenas repúblicas marítimas de Amalfi, Veneza, Pisa e Gênova. Nos séculos próximos seguintes, Milão, Lucca, Florença e Verona transformaram-se em comunas livres, baseadas na igualdade jurídica de seus comerciantes. Simultaneamente, ao longo desses séculos de abertura da empresa capitalista, duas frentes surgem contra a burguesia: a representada pela nobreza rural, que se desloca para as cidades, já na procura de aclimatar-se às novas condições socioeconômicas, já na busca de deter a direção que se lhes escapa.

A segunda frente é determinada pelo antagonismo de interesses entre a alta classe média, em processo de enriquecimento, e o proletariado, formado pelo recrutamento para as primeiras indústrias (têxteis). Já aí, portanto, por esta segunda frente, mostram-se os conflitos que caracterizam a modernidade. Correspondentemente, a cidade burguesa italiana, liberta das relações feudais, é palco de intenso dinamismo social. O pequeno comerciante, amparado apenas em seu espírito de aventura e nas vias lucrativas já conhecidas, contrai empréstimo entre as grandes famílias — “*il popolo grasso*” —, freta navios e parte para o Oriente. Se é bem-sucedido e, vencidos mares e tormentas, arriba com as naves carregadas de sedas, especiarias e produtos de luxo, ganha o crédito de seus credores, muda de condição e ascende ao círculo dos honoráveis comerciantes e empresários. Estão abertas as cortes, bem como as estradas para o norte da Europa. Esse dinamismo, contudo, é tanto restringido pelo montante dos negócios e restrição do mercado, constituído apenas pela classe dotada de alto poder de compra e de gosto pelo suntuário, quanto incerto e arriscado. A sorte lançava seus dados e num só golpe podia retomar o que aos poucos concedera. Os que falham são chamados aventureiros. Os salvos procurarão abrigo.

Os efeitos da mobilidade social, por outro lado, fazem-se sentir, embora de maneira distinta, na massa obreira. De uma parte, desde o século XIII, manifesta-se a tendência de substituir a comuna livre e as

constituições republicanas por governos despóticos e hereditários e pela centralização policial das *signoria*. Doutra parte, contemporaneamente, o proletariado têxtil organiza-se e fornece à história os primeiros sangrentos exemplos do antagonismo entre capital e trabalho. Ficou famosa a revolta dos *ciompi* florentinos, cujo esmagamento, em 1378, põe fecho a um período de quarenta anos de vida democrática, principiada nos anos de 1328, por conta da crise financeira que provocara a falência de banqueiros como Bardi e Peruzzi a estagnação dos negócios, acompanhadas pela derrota da oligarquia florentina, em favor de uma direção pequeno-burguesa. “A oligarquia sofre uma perda de prestígio aparentemente irreparável e tem de se submeter primeiro ao despotismo do ‘Duque de Atenas’, depois a um governo popular, essencialmente pequeno-burguês, o primeiro desta espécie em Florença” (11, p. 281).

O caso florentino, como Hauser explica, é típico ao das outras cidades italianas. Das classes em luta, nobreza, burguesia e proletariado, apenas a primeira tinha consciência de classe. Não há ainda um setor intelectualizado da burguesia que formule sua autocompreensão. Os humanistas, que teriam esse papel, serão disciplinados pelo rumo em que vai infletir o capitalismo renascentista. Quanto ao proletariado, a propósito de revoltas frustradas como a dos *ciompi*, Hauser escreve: “A história deste período não apenas prova a incompatibilidade dos interesses do proletariado com os da burguesia, mas apresenta ter sido um erro sério da parte da classe trabalhadora querer realizar a mudança revolucionária nos métodos de produção dentro da estrutura, já ultrapassada, da organização das guildas” (11, p. 282).

Não muito diverso, contudo, era o comportamento do burguês. Não se suponha que sua rarefeita consciência classista resultasse da inexistência de uma tradição neste sentido. Este não é o aspecto determinante. Eram as próprias condições presentes que restringiam as oportunidades de o burguês do Renascimento encarar-se como classe antagônica à nobreza. Na verdade, os burgueses do *Quattrocento* estavam tão distantes do burguês do século XIX quanto os vikings tinham estado de Colombo. Como estes, é certo, tinham uma América em comum. Como ainda os vikings, entretanto, era muito cedo para que, eles próprios, soubessem e os outros aceitassem que haviam descoberto um novo “continente”. Isso decorre, desde logo, do tipo de limitação do mercado aquisitivo. A burguesia lidava forçosamente com a clientela dos nobres e das

cortes, com o papado e seus dignitários. Esta restrição classista impunha por sua vez uma limitação do tipo de consumo: o nobre interessa-se por objetos e produtos suntuários, cujo preço, conseqüentemente, os torna proibitivos às demais classes. O comércio e a indústria têxtil principiante das cidades italianas especializam-se na expansão e produção de artigos de luxo. Não havia, em suma, uma economia de mercado capaz de florescer. Desse modo a burguesia, ainda quando em conflito com a nobreza fundiária, não tinha maneira de aumentar sua distância, a qual, entretanto, necessitava assumir. Sendo, por conseqüência, restrita a clientela e demoradas as vias de acesso às cortes européias, não havia maneira de diversificar e baratear a produção.

Concorriam, em segundo lugar, para a falta de consciência de classe da burguesia renascentista os próprios riscos que então envolviam seus negócios. A possibilidade de perdas totais era sempre iminente, fosse durante as viagens, fosse, e principalmente, pela organização não-capitalista dos estados, de que resultava estarem os banqueiros sujeitos, tanto nas cidades italianas quanto nas praças do estrangeiro, às quais estendiam suas filiais, às declarações de bancarrota dos príncipes e à impossibilidade das casas reinantes em solverem os seus débitos (12, p. 15). Por isso, ao atingir certo grau avantajado de acumulação capitalista, a alta burguesia tendia a retirar-se das cidades, da direção de seus negócios e a se deslocar para as propriedades campestres, usufruindo da tranqüilidade e do contato refinado de sua corte de áulicos, gratificada pelos deleites fornecidos por seus *protégés*, entre os quais primava o artista. Assim, já na segunda metade do século XIV, a existência burguesa assume uma conduta senhorial. Por estranho que pareça ao observador leigo, tal inflexão determina a semelhança das situações entre a do século XII, quando a burguesia empresarial ainda lutava contra os interesses da aristocracia, e a da segunda metade do século XIV em diante, quando ela já está de posse dos meios principais de produção. “Em 1266, as sete chamadas grandes guildas, representando a rica burguesia e composta de mercadores e banqueiros que se organizaram antes dos artesãos, ganharam igualdade de direitos com os nobres. Pela constituição de 1282, apenas os nobres pertencentes a uma das guildas podiam exercer direitos políticos. Pela constituição decisiva de 1293, conhecida como os *Ordinamenti di Giustizia*, vitória incondicional e decisiva foi obtida pela alta burguesia, organizada em suas guildas e, em certa medida, por seus aliados, os estratos

médios; as guildas assumiram o poder político” (12, pp. 16-7). Nesta etapa, progressivamente, a burguesia força a porta; ao conquistá-la, porém, não parece disposta a responsabilizar-se sozinha; compromissos são tentados. Nobres e burgueses harmonizam seus interesses e suas mútuas carências pela troca das mulheres: casando seus filhos, o lustre dos títulos e o tesouro das moedas são intercambiados. De mãos dadas, burgueses enobrecidos e fidalgos aburguesados estabelecem o compromisso pelo qual aborta o capitalismo renascentista.

Até que ponto o dilema social sumarizado não interfere sobre o pensamento renascentista? Vejamo-lo de passagem observando a reflexão que L. Salvatorelli empreende sobre Maquiavel e Guicciardini. “Onde o primeiro, diz ele, idealiza a razão de estado, o segundo a despoja de valor universal, reduzindo-o ao ‘particular’ do príncipe. Frente a este ‘particular’, cada cidadão se defende como pode” (13, p. 140). Ou seja, malgrado a diferença apontada, ambos desterram as especulações éticas como impróprias ao pensar político. A política subordinada à ética, lição dos antigos filósofos, não mais existe. A política há de ser contabilizada como as despesas e entradas. A leitura, entretanto, dos dois autores nos mostra, e Salvatorelli o destaca, que não restavam tranqüilos com a sua “técnica”: “As ambigüidades, as contradições, os embaraços de Maquiavel e, em grau menor de Guicciardini, não são particularidades deles. ‘Ambigüidade’ é um mote adaptado para todo o renascimento, particularmente, para o italiano” (13, p. 141). Para o historiador citado, as contradições vão ter a ver com a própria situação política italiana, com a predominância dos interesses locais sobre os da nação. A explicação, contudo, é frágil. As contradições dos maiores pensadores políticos da primeira metade do século XVI aparecem-nos determinadas, indiretamente, pelas próprias contradições sociais. Não é que a aristocracia privilegiasse o ético, contra a contabilidade política insuflada pelo “espírito” da burguesia. É sim que esta se mostra relativamente débil e comprometida a ponto de não poder determinar sobre a reflexão política coerência na apreensão de sua racionalidade. À medida que as contradições se acalmam, ou seja, que o capitalismo renascentista fenece, o pensamento de procedência renascentista se dociliza e prefere o terreno mais dócil da escavação filológica. O acadêmico condena o “maquiavelismo”, fecha os olhos ao mundo e se faz inofensivo.

Correlatamente, no campo da arte, de Giotto a Rafael, de Siena ao Vaticano, vemos o progressivo desaparecer de uma arte plantada sobre fatos do cotidiano em favor de uma arte de portes nobres e gestos graciosos. Pois o universo artístico do renascimento — longe entretanto do esquematismo sugerido pela extrema limitação destas linhas — é o de uma esfera que se fecha e completa, de um estilo que se integra em si mesmo, em vez de continuamente se romper, como Giotto rompera com o estilo anterior. Por esse caráter, correlato à fortuna da burguesia, integrada, depois de seu desafio, nos moldes da aristocracia, decorre que a cultura se mantém unitária nos seus módulos temáticos e de estilo. Como demonstra P. Francastel (14, pp. 211-38), cenas populares, influência religiosa — exercida, por sua vez, sobre material de procedência pagã — e tratamento renascentista se amalgamam e apresentam, no *Quattrocento*, um teatro e uma pintura possuídos de “um fundo comum de acessórios materiais que lhes servem de sinais de reconhecimento consagrados pelo uso e igualmente familiares a todas as classes da sociedade” (14, p. 223). Ora, tal unificação temático-estilística é o próprio oposto da cultura de massa, em que vigorará a regra da diversidade interna. E assim, malgrado a existência de uma forma antecipada de capitalismo, não há localização possível do fenômeno que nos prende.

## 5. CULTURA DE MASSA E FORMAÇÃO DA CONSCIÊNCIA BURGUESA

No desenvolvimento do parágrafo anterior, chamamos a atenção para a escassa consciência da burguesia renascentista. Associamos depois tal consciência abortada com o caráter da cultura da época e com a inexistência de cultura de massa. Por via de hipótese, pode-se, por conseguinte, levantar a suspeita que, se essa consciência se desenvolve, tal manifestação com ela aparece. Obviamente que não se estaria pensando numa espécie de imanentismo a ligar consciência burguesa e cultura de massa! (Seria estragar a mera formulação hipotética.) O elo entre tal consciência e tal modalidade cultural sendo formado pelo tipo de civilização material — o capitalismo — que a burguesia forjou. Achemo-la ou não viável, o fato é que ela impõe a consideração doutro contexto histórico, o qual, quando nada, nos servirá à maneira de

um simulacro para resultados que se inscrevem fora da ordem historiográfica.

Consideremos assim o caso representado pelo século XVII, cujo eixo decisório envolve três nações: França, Holanda e Inglaterra. Como fonte para a história das idéias no período utilizaremos a obra clássica de P. Hazard, *La crise de la conscience européenne*.

Todo o século XVII é atravessado pela crítica acerva da tradição culturoológica européia. Da história então conhecida, considerada como discurso retórico e falseador, à teologia, então refratária a incorporar os dados fornecidos pelas descobertas, viagens e explorações recentes, passando pelo direito (Grocio), pela filosofia (Locke, Spinoza e Leibniz), pela literatura (Boileau e Pope), pela crítica dos costumes (Pierre Bayle — esta figura antecipada de tipo bem conhecido em nossos dias: o revolucionário que se torna herético mesmo para seus companheiros), por todos esses ataques, esperanças, recuos e promessas, a razão procura impor sua supremacia sobre os princípios da autoridade e da tradição absolutistas. A França de Luís XIV e de Bossuet mostra-se como a campeã do *antigo regime* e, com a revogação do edito de Nantes, obriga os protestantes ao exílio. A Holanda faz-se seu refúgio e a matriz propulsora do racionalismo. Não confundamos, porém, a França de Luís XIV com a velha matrona, encerrada em seu quarto, temerosa da mínima corrente de ar. Ela procura adaptar-se, conservando. Talvez tenha querido conservar em demasia e, como então acontece, cedo se perdeu. De todo modo, não cogitava em se trancar com o que já tivesse. Aproximando-se do modelo, entretanto desconhecido, do renascimento italiano, admite e procura a adesão da burguesia, favorecendo seu acesso à *"noblesse de robe"*, que disputa e ganha postos antes exclusivos à velha *"noblesse d'épée"*. À diferença, porém, do caso renascentista, já não é a burguesia que busca se aproximar de seu rival. É este, embora de posse do trono e das prerrogativas conseqüentes, que procura o apoio do burguês. Em ambos os casos, os interesses das duas classes podiam-se combinar. Mas já é histórica e sociologicamente considerável o deslocamento da iniciativa na demanda do pacto. A nobreza não pretende, nem poderia, aburguesar seu governo — as classes sociais não se suicidam, principalmente se têm condições de poder. Pretende sim conquistar um segmento influente, assim supondo ser capaz de ultrapassar o novo desafio que enfrenta. Ao mesmo tempo que escolhe essa política, reprime com veemência as

idéias novas. Obriga-as ao exílio. Em troca, e como decorrência da tentativa de absorver o que há de "bom" no adversário burguês, por meio de concessões reais, incorpora os novos mecanismos financeiros, de que John Law será o maior propulsor e o causador do maior fracasso (o Banco de França, com base no qual funda a Companhia do Mississippi, organizado sob a regência de Filipe de Orléans e que entra em bancarrota em 1720).

Em contraposição, a Inglaterra é a potência agressora do antigo. Nela se desenvolvem com liberdade as discussões, as idéias e as publicações originadas, em sua maior parte, da Holanda. Com a revolução de 1689, que depõe Jaime I e leva ao trono Guilherme de Orange, a coroa favorece definitivamente a reforma, a liberdade de pensamento e as atividades em expansão da burguesia. Medidas econômicas e orientação intelectual caminham, ao longo do século XVIII inglês, no mesmo passo, em favor da racionalização capitalista. Não se tenta, como na França, subjugar o espírito de empresa no quadro dos valores aristocráticos. Desenvolve-se, ao contrário, escala de valores tipicamente burgueses. Steele e Addison, no *Tatler* e no *Spectator*, defendem o negociante como ideal de homem contraposto ao nobre letrado e ocioso. "O negociante, afirma o *Tatler*, tem mais direito de chamar-se *gentleman* do que o cortesão que somente paga com palavras ou do que o erudito que escarnece o ignorante. O *Spectator* é da mesma opinião. O negociante merece todo respeito. Não apenas traz à Inglaterra potência, riqueza, honra e tornou glorioso o Banco da Inglaterra, templo da nova era, como, através de seu comércio, estabelece a colaboração entre todos os países e faz com que contribuam ao bem-estar universal: é o amigo do gênero humano. O herói se contenta com uma fama vaga; o negociante necessita de uma reputação mais delicada, mais sensível e, por assim dizer, mais sutil: o crédito. [...] Assim se afirma, orgulhosa, uma honra de gênero novo: a honra comercial." (15)

Este é, em síntese, o período em que o pensamento formula teórica e ideologicamente a justificação da racionalização dos negócios. Lançam-se as bases do "pragmatismo das Luzes", do empirismo e, como não poderia deixar de ser, a arte, por intermédio de Steele e Addison, é atacada como atividade menos digna, própria dos ociosos e dos antigos tempos. É que já se afirmam os traços da ideologia da poupança-repressiva, sobre a qual, dentro em pouco, nos voltaremos. Ou seja, estamos a lidar com o período em que a burguesia, por seus represen-

tantes mais avançados, formula e desenvolve sua consciência classista. Por enquanto, as idéias e discussões mencionadas restringem-se a círculos pouco numerosos. O debate primeiro se dirige à arena religiosa, mas, em poucas décadas, se laiciza e amplia. Os prosadores procuram adaptar sua expressão ao entendimento geral, público e não especializado. O jornal, para eles, não é apenas um meio a mais de expressão, mas sim o meio ao qual aclimatam sua expressão. O escritor vê-se menos como criador do que como disseminador de idéias. A leitura dos artigos de um Pierre Bayle chega mesmo a espantar pela atualidade, *directness* e agilidade de seu estilo. Tal acontece não apenas por motivo de natureza política, isto é, pelo desejo de propagar seus ideais transformadores, mas por serem condicionados pela própria diversidade de seu relacionamento com o público. Enquanto a intelectualidade conservadora conta com o apoio da corte, que lhe proporciona uma prebenda para a vida tranqüila ou com o amparo de uma mecenaz; enquanto seus leitores ou ouvintes são conhecidos entre os convivas de seu protetor ou, pelo menos, são presumivelmente dotados do mesmo nível de educação e de conhecimentos, quanto ao escritor burguês, a situação é bem menos confortável. Ele não dispõe, em geral, de uma fonte certa de ingressos, que assegurem a continuação de sua tarefa. O auditório, certo, transforma-se em público conquistável. Seu nível de educação e de crenças tampouco tem a homogeneidade do público freqüentador dos salões nobres. O ganhar este público, portanto, não é apenas importante para a transmissão de suas idéias: é a condição mesma de sua sobrevivência. Em todas as épocas, o intelectual sempre fez concessões para sobreviver. Mas agora ele tem de conceder na procura de uma forma de comunicação mais direta, com menor dose de recorrência a um sistema de tradições e informações previamente trazidas por seu leitor. Assim o intelectual burguês da época não se confunde com um mercenário das letras. Ele passa por seguidas dificuldades, os jornais fecham; abrem-se outros. Os termos da questão, portanto, não são mercenarismo ou descanso assegurado, mas sim público a conquistar ou salão de gosto previamente conhecido.

A problemática recordada faz-nos ver esses franceses emigrados ou prosadores ingleses como os antepassados próximos dos enciclopedistas. Estes contam com uma situação mais madura. Não só dispunham do caminho aberto por aqueles, como, ademais, viviam sob um regime que pagava o débito do fracasso da política repressiva de Luís

XIV e de seus desastres no continente, em favor de seu rival inglês, assim como de maior número de leitores. Os estudos necessários ao desenvolvimento dessas afirmações longe estão de ser exaustivos. São-nos suficientes, entretanto, para que vejamos o século XVII como o da formação do espírito burguês, disfarçado pela questão religiosa, assim como o seguinte será o da sua sistematização. Considerando-se esse fator, bem como o já assinalado sobre a elaboração de uma linguagem adaptada ao consumo de público desconhecido, poderemos, por acaso, acrescentar que o desabrochar da consciência burguesa é paralela ao aparecimento de uma cultura de massa, conforme a hipótese levantada na abertura deste parágrafo?

Não, são provas insuficientes. Acontece, em primeiro lugar, que o público da intelectualidade progressista, embora previamente desconhecido, admite a presunção, por parte do escritor, de uma educação e de interesses homogêneos.

A conclusão sobre esse ponto, entretanto, não é indiscutível. Contrariamente, Restif de la Bretonne escrevia: “Há algum tempo os operários da capital tornaram-se intratáveis porque leram, em nossos livros, uma verdade muito forte para eles: que o operário é um homem precioso” (16, p. 295). Mas, como comenta A. Soboul, “aí parece haver um caso excepcional que só é característico dos círculos restritos dos trabalhadores da imprensa, os únicos que empreenderam, por volta do fim do *Ancien Régime*, algumas ações reivindicativas” (16, p. 295). É verdade que o próprio Soboul destaca a ligação entre as idéias do iluminismo revolucionário e certas publicações populares: “Dois gêneros literários particularmente populares no fim do século XVIII contribuíram, entre as publicações ambulantes, para multiplicar a audiência das Luzes: o almanaque e o ‘cancioneiro’” (16, p. 299). Contudo, o levantamento dos títulos distribuídos por essa literatura ambulante mostra, diz ainda Soboul, a multiplicidade de interesses das camadas atendidas por esses distribuidores. Por certo que havia publicações de caráter político, concordante aos ensinamentos iluministas; estas, porém, se misturavam à mera literatura de evasão, preferida pelas camadas mais baixas. Os tipógrafos constituíam a escassa representação proletária dentro de um consumo estritamente burguês. Isso porque, das classes descontentes, a burguesia é a única intelectualmente preparada para absorver a mensagem revolucionária do iluminismo: “Deliberações, mensagens e petições das assembleias das seções pari-

sienses e das sociedades populares, que nos transmitiram como um raio refratado das Luzes, emanam de uma minoria de militantes bastante cultivados para redigir” (16, p. 294).

Isto posto, podemos considerar justificada a primeira conclusão.

A razão principal, contudo, de negarmos direito de existência à cultura de massa no período considerado ainda não é esta. O fator decisivo é sim representado pela ausência de uma economia de mercado, que permitisse o acesso de vários setores sociais a uma pluralidade de mercadorias, tanto de ordem material quanto de substância imaginária. Assim, não é porque uma cultura se faça porta-voz de ideais revolucionários ou muito menos porque seja ela própria revolucionária que passa a receber, com legitimidade, o designativo “de massa”. Tampouco será porque a expressão privilegia assunto da atualidade, tratado em linguagem “democrática” que a cultura receberá o nome de “massa”. Aleatoriamente assim pode acontecer, mas tomar esses dados como característicos do fenômeno será praticar seu elogio ideológico.

Dentro da dicotomia contemporânea — cultura de massa, cultura superior ou escolarizada — as obras referidas dos séculos XVII e XVIII permanecem no âmbito da cultura superior, porque exigem um grau de interesse especializado. Voltaire, Diderot, Rousseau não são cultura superior porque a história da cultura lhes reservou um posto superior. Seus exemplos simplesmente não podem ser comparados com os “clássicos” da cultura de massa de hoje. Pois pertencem à modalidade diversa de cultura. Podem ser comparados apenas de acordo com a segunda idéia de valor que enunciámos, i.é., pela análise interna de sua qualidade.

Em conseqüência de tudo o que foi dito, que a burguesia assumira sua consciência de classe não provoca, intelectualmente, outro resultado senão o advento de uma cultura burguesa, *a qual não se confunde obrigatoriamente com nenhum dos dois pólos da dicotomia contemporaneamente presente*. A cultura de massa, em suma, continua ausente. A demonstração de sua inexistência, porém, serve-nos mais do que para reforçar uma idéia que já seria esperável. Ela funcionou como simulacro para o reforço da determinação de um dos aspectos da cultura de massa: a sua não-homogeneidade, existente por detrás de sua tão aparente padronização. Caber-nos-á, posteriormente, fundamentar esta conclusão.

## 6. CULTURA DE MASSA E CAPITALISMO LIBERAL

Somente a partir do século XIX a economia de mercado existe como totalidade. Anteriormente encontramos manchas, saliências ilhadas do que o capitalismo significa como sistema. A repetição dessas noções, tão conhecidas, importa de um ponto de vista meramente prático: ela obriga o pesquisador a situar contextualmente seus conceitos. A falta de consideração pelo preciso contexto histórico já tem sido diversas vezes assinalada pelos prejuízos assim causados (assim a falsificação do método de análise marxista pela aplicação mecânica de seus conceitos a todas as formas sociais e a todas as épocas, que Norman Brown encontra mesmo entre os clássicos, na idéia do comunismo primitivo (17, p. 263), que representaria a projeção, no conjunto das sociedades arcaicas, da noção histórica de propriedade; o mesmo tipo de erro se repete, segundo Sanguinetti (10, p. 12), em Auerbach, que aplica à medievalidade conceito exclusivo ao contexto de uma economia de mercado, o conceito de público). A fim de não recairmos na mesma falha, procuremos, de início, precisar o que estamos entendendo por capitalismo, para daí retirarmos suas implicações gerais. Só depois tornaremos à nossa pergunta-chave: já então existe cultura de massa?

A propósito da exigência conceitual prévia, limitemo-nos a destacar a conhecida caracterização de Max Weber: “... Só podemos dizer que toda uma época é tipicamente capitalista quando a satisfação de necessidades se acha, conforme seu centro de gravidade, orientada de tal modo que, se imaginamos eliminada esta forma de organização, fica em suspenso a satisfação das necessidades [...] A premissa mais geral para a existência do capitalismo moderno é *a contabilidade racional do capital como norma para todas as grandes empresas lucrativas que se ocupam da satisfação das necessidades cotidianas*” (18, p. 237).

Um elemento central destaca-se desse princípio de caracterização: o capitalismo fundamenta-se numa modalidade de *razão dirigida*. Seu racionalismo se apóia no desenvolvimento das operações contábeis, abrangendo todos os escalões da esfera dos negócios, pois a racionalização da contabilidade é o pressuposto do equilíbrio de uma empresa qualquer. Trata-se, por conseguinte, de uma *razão dirigida* a certa meta, de natureza econômica, e que provoca o reagenciamento de todos os fatores interligados — mão-de-obra, base técnica, escolha da

matéria-prima, capital aplicado e sua volta multiplicada pela mais-valia com um fito que permanece basicamente econômico. Tal racionalização, contudo, não se restringe a alcançar os dados de ordem econômica e social anteriormente indicados. Prova-o a passagem do economista F. H. Knight: “As relações econômicas são *impessoais*. [...] O que é funcionalmente real é o mercado, a possibilidade de troca, não os seres humanos; estes nem sequer são meios para a ação. A relação não é nem de cooperação nem de mútua exploração, mas completamente não-moral, não-humana” (17, p. 328). Ou seja, a razão dirigida própria do capitalismo interfere *diretamente* nos agentes de ordem econômica e social, imediatamente chamados a qualquer projeto desta natureza, *i.e.*, as pessoas “obrigadas a vender livremente sua atividade num mercado” (Weber). Mas interferir diretamente não significa dizer exclusivamente. Pois, como a sociedade pressupõe a existência doutros planos além do econômico, como as pessoas se envolvem nesta multiplicidade de planos e como o econômico torna-se o determinante dos outros, surgem simultânea e paralelamente os efeitos indiretos. Estes se distinguem dos efeitos econômicos por não serem privilegiados pela *razão dirigida*. O raio de ação desta os alcança. Mediante uma relação proporcionalmente racional, perguntamos. A passagem do economista inglês já nos oferece resposta, independentemente de sua consciência do que vem de declarar ou mesmo contra ela. O fato de o capitalismo apresentar uma relação completamente não-moral, não-humana, não o isenta de efeitos sensíveis nessas duas ordens. Afinal, o homem e a ética não são questões dependentes de nosso arbítrio. São, ao invés, pesos constantes, atingidos quer sejam previstos no projeto do sistema, quer sejam encarados como variáveis irrelevantes. Daí resulta a contradição própria da *razão dirigida*: tudo o que não é diretamente abrangido por seu raio de ação resta sujeito à irracionalidade provocada pela própria área privilegiada pelo sistema. O que não é privilegiado não se mantém de fora, livre ou sujeito às regras doutro sistema. Permanece, ao contrário, involuntariamente determinado, forçosamente manipulado pelas regras de um jogo para o qual não fomos convidados. A “contabilidade racional” converte-nos a todos em jogadores aos quais não se perguntou se queriam jogar. A irracionalidade sistêmica é, assim, a contraparte natural da racionalidade empresarial. Essa contradição, por sua vez, determina reagenciamentos correlatos e igualmente contraditórios. O reagenciamento dos

fatores de produção segue uma ordem racional; os reagenciamentos de contorno, o inverso. Mal se acomodam àquele, embora não seja instântânea a descoberta de seu desajuste. Os homens, servos e servidores, procuram mascarar ou minorar os efeitos causados por uma razão que, por ser dirigida, é também parcial.

Tal modo de racionalização não se daria, entretanto, apenas pelo equilíbrio contábil, ou porque, de repente, o homem acedesse em desenvolver, encantado, seu senso prático nos negócios. A racionalização empresarial muito menos teria tido condições de vencer por si mesma a política aristocrático-fundiária da França pré-revolucionária e da Espanha, caso não fosse acompanhada e beneficiada pelo surto de descobertas e aperfeiçoamentos técnicos. Entre estes se destacam como principais o processamento do carvão em coque, conseguido na Inglaterra em 1735, cinco anos depois aplicada aos altos-fornos e aperfeiçoado em 1784 e a invenção da máquina a vapor, realizada e aperfeiçoada entre 1670 e 1770.

Tal desenvolvimento da tecnologia forneceu a contraparte devida para a expansão da economia de mercado. Pois, como sintetiza Weber, permitiu a “*emancipação da técnica e, correlativamente, da possibilidade de lucro quanto aos vínculos que ligavam o homem às matérias do mundo orgânico*. [...] A mecanização do processo produtivo mediante a máquina a vapor *liberou a produção* das travas orgânicas do trabalho. [...] Por último, graças à associação com a ciência, *a produção de bens econômicos emancipa-se das travas* que a ligavam à tradição” (18, pp. 259-60).

Racionalização contábil, desenvolvimento tecnológico, reorganização jurídica e político-administrativa harmonizadas e mão-de-obra forçada a vender sua força de trabalho, estes são os fatores da arrancada e do triunfo da economia de mercado. Tais elementos se integram aos mecanismos de produção, de controle, de expansão e repressão que caracterizam o capitalismo, concretizando a dicotomia de racionalidade de aspecto e irracionalidade do todo.

De posse desses dados, podemos trazê-los ao problema que nos toca. Recorremos ainda a Weber para destacarmos a diferença entre a conduta não-capitalista e a capitalista, no que respeita ao consumo. Enquanto a primeira, como já vimos pelo exemplo das cidades italianas, caracteriza-se pela restrição do consumo, mediante a especialização em produtos de luxo ou, em caso inverso, por uma mera economia

de subsistência, a conduta capitalista, mesmo em se tratando de necessidades suntuárias, determina a “democratização do luxo”. “Esta é, destaca Weber, uma das *características mais decisivas* do capitalismo” (18, p. 263).

Durante o século XIX, por conseguinte, quebram-se as travas que prendiam o consumo. Chegamos então à nossa pergunta. Já existirá agora cultura de massa? A resposta permanece negativa. Sem dúvida, se nos contentássemos com um critério quantitativo, chegaríamos à resposta inversa. Nas grandes cidades, jornais, almanaques, produção de novelas em série — Dumas tem uma oficina de escritores, em que os anônimos compõem os enredos, que, depois de revistos pelo mestre e dono, recebem sua “marca de fábrica” —, *o vaudeville*, o estilo chamativo com que são compostos os grandes cartazes coloridos, dissonantes com o cinza sujo das paredes, o início da fotografia, as experiências iniciais do mecanógrafo já são veículos, embora incipientes, de uma cultura estendida às massas. Simultaneamente as comunicações a larga distância se desenvolvem a partir da instalação, em 1857, do primeiro cabo submarino intercontinental.

O que falta então? Acontece que a grande divisão cultural permanece baseada na *distância* entre campo e cidade, entre provinciano e cidadão e, daí, entre cultura de função ou procedência rural, a folclórica ou popular, e cultura de função urbana a superior ou escolarizada. Cultura folclórica e cultura escolarizada são os dois pólos cujo corte constitui o *sentido* do universo mental do século XIX. É verdade que a formação, já desenvolvida, das concentrações proletárias determina o aparecimento de vasto setor incapaz de se identificar no universo daquela dicotomia. O operário perde progressivamente os vínculos com a cultura folclórica à medida que se afasta do campo, sem que, nem por sombra, tenha acesso ao segundo pólo do universo das expectativas culturais. Este desgarre será tanto mais cruel quanto, ainda nas primeiras décadas do século, depois de vitoriosa a primeira revolução proletária da história, um de seus líderes demonstrava como não era possível falar-se, mesmo no quadro soviético, de cultura proletária, nem sentido em supor que a nova cultura, que viesse a ser formulada, tivesse essa qualificação (19). Este segmento social será posteriormente sujeito, em conjunto com as outras classes, ao aliciamento da cultura de massa.

Mas outra pergunta se impõe: mesmo se concordamos com o que foi dito, a inexistência de cultura de massa no seio do capitalismo liberal não era apenas uma questão de tempo? Ou seja, as expectativas culturais inconscientes não estavam mudadas ainda somente porque as modificações em tal campo são bastante mais lentas? A formulação da pergunta revela sua natureza simplista. Explicação mais convincente para a persistência notada só encontraremos se pensarmos no próprio caráter da produção capitalista do século passado. É ela de alcance *horizontal*, abrangendo desde as necessidades básicas individuais — vestir, comer, curar a doença, matar a sede — desde as comunalmente básicas — transportar-se e se comunicar (20) — até as básicas para o estado em vigor — fazer guerra, conquistar mercados, impor às populações nativas suas normas de vida e submissão. Todas estas são mercadorias *visíveis* e horizontalmente utilizadas.

Além do mais, por conta do estágio insuficiente de seu desenvolvimento tecnológico e pelo relativo desafogo político em que as nações burguesas européias vivem depois de 1848, é um processo produtivo que deixa intactas numerosas áreas de consumo não exploradas.

Reunindo as duas caracterizações da produção industrial da época podemos dizer: a vida privada só parcialmente fora afetada pela produção industrial (é claro que não estamos nos referindo aos que tinham de se sujeitar às imposições do trabalho mais rude nas fábricas). A produção industrial mostrava sua presença antes pelo *espaço* que as criaturas ocupam — as máquinas que se põem a seu redor e das quais elas cada vez mais dependem — do que pelo *tempo* em que se elaboram suas percepções e sentimentos. Baudelaire tornou-se o precursor da poesia moderna por descobrir o significado diverso que a poesia contrai na grande metrópole. Mas sua experiência tanto era isolada e excepcional que esteve sem companhia entre seus contemporâneos, sendo o poeta processado por conta dos valores que não seguia e contra os quais blasfemava — valores éticos, religiosos e de bom gosto literário — que eram os reconhecidos. A tragédia e a grandeza de Baudelaire sociologicamente são explicadas — o que não quer dizer explicar a arte de Baudelaire — pelo caráter encontrado na produção capitalista da época. Ou seja, porque a industrialização se apossara apenas da face pública das coisas, fazendo a imensa maioria supor que tudo o mais continuava como antes, a arte de posse de sua mesma função, inalterados seus valores. Baudelaire, para tal maioria, não passava de

uma anomalia. Enquanto, por conseqüência, a produção capitalista limitar sua atuação ao *mercado horizontal e visível* a cultura de massa não terá vez. Assim como, por outro lado, a sistemática da vanguarda tampouco. Não bastou, portanto, a arrancada do sistema capitalista, o incremento da velocidade da comunicação, o aparecimento dos primeiros meios de reprodução técnica e a baixo preço para que já se desse a cultura de massa. Já existem sim os seus veículos, os *mass media*, que aprendem o jeito de cativar a tudo e a todos. Inexiste a integração inconsciente de suas mensagens numa modalidade de cultura.

A análise do cotidiano dos heróis de Balzac e Stendhal e dos personagens de Proust bem esclarecem o pequeno ataque que sofre o cotidiano das pessoas na segunda metade do século XIX e primeiros anos do XX. Os Lucien Rubempré e os Julien Sorel acercam-se opcionalmente das mensagens. Estas não se atropelam em seu caminho. Sorel, quando se faz favorito do marquês de La Mole, divide seu dia entre os encargos da correspondência do senhor e as obrigações sociais de freqüentar salões, de aparecer na ópera, eventualmente, em andar a cavalo ou viajar à Inglaterra. Fora dos contatos orais que aí escuta ou transmite, seu relacionamento com a esfera da comunicação cultural faz-se pelos livros que escolhe, relê ou folheia. Ele preside seu cotidiano; as mensagens não se impõem contra sua vontade.

O mesmo se dirá de Rubempré, embora freqüente círculos menos reservados e suas ilusões tenham mais árduo caminho. O jornal, em que vem a trabalhar, e os artigos difamatórios que, forçado, virá a escrever consomem algumas horas de seu dia. No restante, é livre para maquinar e meter-se em novas empresas.

É por conta do ócio que possuem que se explicam os devaneios constantes nos personagens do romance do século XIX. Simplistamente considerados como efeito de mero clichê romântico, os devaneios são a conseqüência natural do cotidiano permitido à classe desses personagens. A eles está reservada a modelagem, ainda que trágica, de seu dia-a-dia.

Quanto à aristocrática galeria proustiana, nenhuma diferença substancial. O Narrador faz do devaneio a prática da vida. Quando acede ao mundo dos outros é por ter optado voluntariamente. O mundo ainda é um panorama, que se abre além das janelas de seu quarto e não perde esse caráter mesmo quando o Narrador o contempla, deitado em seu leito, fechadas as cortinas, sob a forma de um raio luminoso a dan-

çar entre as alfaias. O teatro, a visita ao ateliê do pintor, os chás em casa de Gilberte são escolhidos com preciosa cautela, sem que o pressione senão a exigência com que se lhe pareceu impor um convite, um gesto, palavras talvez mal interpretadas. A comunicação cultural tem suas centrais indicadas nos mapas das cidades: são os teatros e seus sucedâneos, os chás recitativos, os jornais matinais, as salas de concerto.

A situação não será diversa se visualizamos o ambiente proletário dos romances de Zola. Obviamente, os Rougon-Macquart não têm aquela disponibilidade, não são tão propensos ao devaneio ou o romancista à descrição dos tons que a tarde desce sobre os campos, e a luz desvela nos vitrais. Obviamente, os personagens não são os construtores de seu cotidiano. Os tempos vazios a seu dispor, embora ínfimos, não são invadidos por ruídos, canções, luzes, demorados discursos pelos quais não tenham optado. Podem não freqüentar, como não freqüentam, os centros de comunicação cultural. Nem por isso, entretanto, estes deixam de ser topograficamente assinalados. As linhas de intercurso entre os locais de residência, de trabalho e as distribuidoras de comunicação cultural não estão ocupadas por mensagens multiformes, aleatórias, auto-suficientes. Ao contrário, estão vazias. Este seu caráter era tanto mais presente quanto mais extensas fossem as distâncias — as províncias consideradas quanto à capital — sendo absoluto o vazio quando a articulação indicada antes estivesse na letra dos papéis que na ordem da realidade — as vastidões coloniais quanto à metrópole. Se em séculos passados, “viajar não é agradável senão nas regiões em que cidades e aldeias estão aproximadas” (20, p. 319), como F. Braudel escreve, no século XIX as máquinas tornam mais leves os pés. E, além do mais, não se viaja apenas porque nisto se encontre prazer.

A opção de Rimbaud, abandonando Paris e a poesia pelo contrabando de armas no coração da África, foi plausível neste quadro. Ao perceber que a arte e a cidade eram incapazes de formular a vida que almejava, despoja-se delas. Seu ato, entretanto, não se confunde com o suicídio, no sentido literal de perda da existência. Pois a distância ainda permitia a conquista de uma nova vida. É do mesmo modo que entendemos as levas de aventureiros, mercenários, místicos e escritores que, antes de Rimbaud e mesmo depois, preferem o interior do Oriente ou da África aos centros europeus onde nasceram. Extraviam-se dos padrões da burguesia requintada, ou da miséria das colônias prole-

tárias, porém, ao mesmo tempo, candidatam-se a modelar a vida a seu gosto. A criação do cotidiano individual admitia várias possibilidades. As mais absolutas eram mais arriscadas, contudo só por romantismo as confundimos com o voluntário suicídio.

A constituição do cotidiano autônomo era, portanto, inversamente proporcional à quantidade de tempo de exposição aos locais de atenção e presença forçadas, fossem estes a fábrica, a oficina, o escritório ou os salões de comparecimento indispensável. Quem dele se livrasse, estava apto a “mandar” em sua vida. Era o que bem sabia mesmo uma pessoa modesta como Francisca, a velha criada da família do Narrador de Proust: *“Ah! si j’avais seulement du pain sec à manger et du bois pour me chauffer l’hiver, il y a beau temps que je serais dans la pauvre maison de mon frère à Combray. Là-bas on se sent vivre au moins, on n’a pas toutes ces maisons devant soi, il y a si peu de bruit que la nuit on entend les grenouilles chanter à plus de deux lieues”* (*Le côté des Guermantes*).

Responda-se que todos esses parágrafos não passam de sofisticação de um dado reconhecido pelo senso comum: quanto mais alguém é obrigado a trabalhar para sobreviver, tanto menos tem condições de viver a vida. Na verdade, porém, duas coisas estão em jogo e não se confundem. A diferença principal entre o que nos diz o bom-senso e o que declara aquela reflexão consiste no seguinte: o senso comum não duvidará que existe hoje uma vida cotidiana da mesma natureza da que antes existia. Acrescentará até que ela parece mais variada e divertida. O mito de Robinson Crusoé renasce na imaginação de cada adolescente burguês. Segundo nossa reflexão, ao invés, não se confundindo divertimento com autonomia, esse cotidiano autônomo anda em vias de desaparecimento, isso quando ainda subsista. O cotidiano individual não pode perdurar onde já não exista vida privada construída. Robinson, com efeito, está perdido. O seu ciclo é simbolicamente encerrado pelo personagem do conto de Cortázar, “La isla al Mediodía”, atingido na deserta ilha grega pelo desastre do avião a que, até há pouco, servira. Robinson chegara à sua ilha por um naufrágio; não obstante, domina os elementos e constrói uma nova existência. O personagem de Cortázar chegara à ilha por sua vontade; não obstante, o “naufrágio” o procura e destrói a sua procura de nova existência. Eliminaram-se as distâncias. As comunicações de massa transmitem suas mensagens ao interior da mais remota aldeia. Encerra-se o ciclo do

aventureiro empreendedor; restam-lhe as caçadas em áreas demarcadas, sob supervisão.

A situação que analisamos acima é a de um mundo em que vigora a oposição cultura folclórica — campo ou centro afastado — e cultura escolarizada — cidade ou centro próximo. A oposição, como ainda vimos, era respaldada por uma situação concreta — a efetiva distância, não só geográfica, entre centro e periferia — que inconscientemente trabalhava sobre as pessoas. Ora, o desaparecimento desta distância irá atuar agora em sentido inverso. Assim como da distância transparece o igual, na oposição que se constituirá, a distância será executada dentro de modalidades existentes num mundo igual.

## 7. A RESIDÊNCIA DA CULTURA DE MASSA

Lidamos até agora com situações em que a cultura de massa inexistia. O papel da análise fora, por conseguinte, determinar o que não a caracteriza. Naturalmente, a função da abordagem agora se modifica. Defrontamo-nos com a própria residência histórica da cultura de massa.

Assim como o desenvolvimento tecnológico desempenhou um dos requisitos básicos na constituição do capitalismo, assim também, no campo da CM, são decisivos os desenvolvimentos realizados nos processos de comunicação, desde o princípio do século até as décadas mais recentes. A comunicação agora deixa de ser basicamente verbal, escrita e/ou literária para tornar-se, utilizando a aglutinação joyceana, verbo-voco-visual. Tecnicamente, passamos à era da comunicação multidirecional. A mensagem perde seu caráter de parcelada, distribuída em pontos reconhecidos (teatro, biblioteca, museu, sala de concerto, sala de cursos, de projeção), por instrumentos reconhecidos (jornal, livro, revista, gravura, cartaz), que se podem evitar ou escolher. O retiro em si mesmo, o “exílio interior”, torna-se imponderável; as férias, as viagens, maneiras antes adequadas de o indivíduo desligar-se de sua chatice cotidiana, tornam-se enquadradas e esquadrinhadas pelas agências de turismo ou, ante novo local, oferecem a repetição de problemas e questões que já se depositavam na cidade ou no continente de partida. O viajante, nos dois casos, tem, portanto, seus passos previstos e, por conta da irresponsabilidade confortável, prefere não cons-

cientizar sua continuada dependência. Sem sair-se de casa passeia-se pelo mundo (televisão) ou carrega-se a casa nos passeios pelo mundo (as viagens). O mundo fez-se curto e amplo, ao mesmo tempo. O teatro perdeu suas paredes convencionais. *El teatro del mundo* deixou de ser, como para o Barroco, uma metáfora, para ser de entendimento literal. Perdidas as paredes, tudo pode passar para teatro ou museu, como já nos diz a prosa de vanguarda: “mas hoje qualquer um adentra impune seu ateliê vitrificado no tempo reificado no Musée d’Art Moderne para quem quiser ver seus objetos de pedra e madeira, sua guitarra, sua cama talhada tosca e mais o quê um púcaro ou um prato, um cachimbo ou um tamborete, frugais implementos de vida, agora pequeno arsenal de símbolos” (21, p. 27).

Para que o teatro-esteja-em-toda-a-parte, não bastou, por certo, o simples desenvolvimento tecnológico. Vários outros tornaram-se cientificamente possíveis sem que tenham sido explorados em tamanha escala comercial. Erraríamos, por isso, se supuséssemos que tais efeitos dependeram exclusivamente da base tecnológica. Esta apenas lhes serviu de suporte. Sem este, efeito algum teria sido possível. Mas, se hoje relemos o ensaio de Benjamin, *A obra de arte na época...*, vemos como se frustraram suas esperanças no poder revolucionário dos *mass media*, e se não interpretamos tal resultado como simples falha de cálculo, concluiremos que o desajuste entre a realidade efetiva e as esperanças de Benjamin resultou da interferência de uma segunda camada condicionante, que absorveu e canalizou o potencial tecnologicamente possibilitado.

É essa segunda camada a responsável pelos efeitos próprios dos *mass media*. Ela é o sistema social que integrou os veículos de comunicação de massa, limitou seu alcance e os atrelou às suas diretrizes econômico-políticas. Como este sistema, já sabemos, é de racionalidade parcial, sua manipulação da comunicação torna os seus veículos parcialmente dirigidos. Isto, entretanto, não permite ao analista afirmar que, culturalmente, tais mensagens são inferiores, nocivas, tão enlatadas quanto outro produto industrial qualquer, que só visam à segurança de lucro do produtor etc. Semelhante conclusão representaria um passo atrás, incidindo num maniqueísmo que, a pretexto de acusar a sociedade de deformadora, terminaria por justificar ideologia tão conservadora ou até mais ainda. Afastar-se-ia assim a própria meta almejada por este estudo introdutório. Mas, sob o receio de repetirmos

erro do passado, não devemos tampouco descuidar a condição industrial dos *mass media* e os efeitos *industriais* esperados pelos produtores da cultura de massa.

Na procura de evitarmos uma e outra distorção, temos até aqui definido o seguinte sistema em montagem:

- (a) Base tecnológica (mercadorias “verticais”)
- (b) Sistema social que a utiliza (sociedade de consumo)
- (c) Cultura de massa.

Cada um dos termos anteriores ao terceiro funciona não como causa linear, mas sim como fonte de transformações, que, conjugadas, darão o termo de resultado (acrescente-se ainda que a idéia de sociedade de consumo, resultante do segundo termo, ainda não foi aqui discutida).

O termo (b) constitui, portanto, a mediação social do termo (a). O terceiro termo (c) é, por este aspecto, resultado seu, mas por outro lado, por sua constituição propriamente dita, *i.e.*, por ser constituído em signos, ainda contém uma parcela também mediadora. Lidamos, por conseguinte, com dois sistemas mediatizadores, o primeiro [termo (b)] é passível de instrumentação sociológica, o segundo [termo (c)] exige instrumental semiológico.

Vê-se ainda, considerando-se a montagem acima, a inevitável parcialidade das análises que não disponham de dois padrões analíticos, o semiológico — que esclarecerá a feitura interna de uma obra inclusa na CM — e o sociológico — que, a partir da semiológica, procura relacionar socialmente a estrutura já captada do texto. Essa constatação, porém, esclarece apenas em princípio o rumo que o analista da CM precisa assumir. Os estudos recentes sobre CM, por efeito mesmo da dupla mediação indicada, envolvem instrumentais tão diversificados e metodologias, na maioria das vezes implícitas, tão diversas que a tendência natural do estudioso é ou perder a dimensão contextual do fenômeno ou, ao invés, restringir-se a esta. Procuremos evitar estes extravios tratando neste parágrafo dos aspectos fundamentais da mediação social. É o que procuraremos fazer considerando o tipo de ajuste psicossocial que envolve a cultura de massa. Com esse fito recorreremos à classificação apresentada por David Riesman.

O sociólogo norte-americano caracteriza e estuda três tipos psicossociais: o primeiro, o *dirigido pela tradição* (*tradition-directed*), é o que vigora nas sociedades de ampla estaticidade, como a Índia e a China dos séculos passados, as sociedades primitivas e as áreas pouco sujeitas ao surto das transformações nacionais (seria, no Brasil, o caso do Norte, Nordeste e Centro-Oeste). Em todas elas, o indivíduo “aprende a lidar com a vida por adaptação, não por invenção” (22, p. 11).

Riesman não pretenderia, embora não se prenda à questão, que as tradições sejam rigidamente imóveis, não sujeitas a mudanças. Acontece sim que é a própria realidade que pouco exige modificações enfáticas. Escassamente flexíveis, porém, o fato é que nas sociedades *dirigidas pela tradição* as normas sociais são fortemente conformistas e prevêm papéis para todos, mesmo para o indivíduo marginal. “Nas sociedades em que a direção da tradição é o modo dominante de assegurar conformidade, a estabilidade relativa é, em parte, preservada pelo processo, não freqüente mas de alta importância, de ajustar em papéis institucionalizados as condutas por mais divergentes que sejam. Em tais sociedades, uma pessoa que, num estágio histórico posterior, poder-se-ia converter em um inovador ou rebelde, cuja integração, como tal, é marginal e problemática, é atraída para papéis como de xamã ou feiticeiro. Ou seja, é atraída para papéis que oferecem uma contribuição socialmente aceitável e fornecem ao indivíduo um nicho mais ou menos aprovado. As ordens monásticas medievais podem ter servido, de modo semelhante, para absorver muitas ‘mutações’ caracterológicas” (22, p. 12).

Como tal tipo vigora nas sociedades “frias”, de estática altamente dominante e baixo desenvolvimento tecnológico, isso significa dizer que ele nada tem a ver com a sociedade de cultura de massa. Por isso, no exame a seguir, não nos referiremos a esse tipo de ajuste psicossocial.

Já o segundo tipo, o *autodirigido* (*inner-directed*) assinala a época em que os *mass media* começam a se tornar relevantes. É, por excelência, a época de construção do espírito capitalista, abrangendo assim desde o Renascimento até o século XIX. “Tal sociedade é caracterizada pela crescente mobilidade pessoal, pela rápida acumulação de capital (associada a devastantes mudanças tecnológicas) e por uma *expansão* quase constante: a *expansão* intensiva pela produção de bens e pessoas e a *expansão* extensiva pela exploração, colonização e impe-

rialismo. As maiores opções que essa sociedade fornece — e as maiores iniciativas que impõe, de modo a arcar com novos problemas — são exercidas por tipos caracterológicos que podem se conduzir socialmente na vida sem uma direção tradicional (*tradition-directed*) estrita e auto-evidente. São os tipos autodirigidos” (22, p. 14). E, explicando a cunhagem da expressão: “A fonte de direção para o indivíduo é ‘interna’ no sentido de ser implantada nos primeiros anos de sua vida pelos pais mais velhos e dirigida a metas generalizadas, mas, sem embargo, inescapavelmente destinadas” (22, p. 15).

Entre os dois tipos correm acentuadas diferenças. Ali, comportamentos prescritos e situações de fato possíveis eram igualmente reduzidos, sendo, portanto, plausível a sua previsão codificada. Aqui, no segundo tipo, não pode haver, pela razão inversa, um código prévio exaustivo, determinando prêmios ou sanções para as condutas particulares. Caem assim as normas absolutas e, em seu lugar, implanta-se um sistema geral de princípios. Estes são os que vigoram, pois dotados de maior flexibilidade. E esta se faz necessária a fim de permitir o ajustamento numa sociedade distinguida pela mobilidade social. Os indivíduos lidam com uma sociedade em processo de acumulação de capital, que, por conta disso, a eles impõe um elenco continuado de tarefas, tanto materiais quanto de ajuste psíquico a tais variações. Daí que Riesman perceba que a autodireção provocava um ajuste na proporção em que, simultaneamente, oferecia uma carapaça protetora contra os outros: “Podemos sumarizar o que é relevante acerca da autodireção dizendo que, numa sociedade em que ela é dominante, sua tendência é proteger o indivíduo contra os outros, ao preço de deixá-lo vulnerável a si próprio” (22, p. 123). Na sociedade do *laissez-faire*, o demônio é o outro, embora, oculto, ele permaneça em si mesmo. O outro atrapalha, por isso desconfiança, argúcia, firmeza e temperança se tornam as virtudes por excelência. E contra o demônio que se traz recalcado? Restam os manicômios, esperando a sociedade que seus membros mais ativos deles não necessitem.

Diante do crescimento do leque de possibilidades de fixação profissional e da concorrência indiscriminada, os princípios substitutivos das normas devem insistir sobre um núcleo comum, que permita a integração em qualquer dos ramos necessários. “A pessoa autodirigida torna-se capaz de manter um delicado equilíbrio entre as demandas

impostas por sua meta existencial e as bofetadas que recebe de seu envoltório externo” (22, p. 16).

Algumas conseqüências se mostram, desde logo, relevantes. Algumas são apresentadas por Riesman. Interessemos-nos pelas que ele não apontou. De início, na sociedade da autodireção, perde-se a válvula de ajuste que o primeiro tipo assegurava ao rebelde ou ao marginal. Pois essa sociedade é aquela em que cresce a divisão social do trabalho e que está fundamentada na acumulação básica do capital. Tarefas, portanto, que não satisfazem este escopo são, por força, marginalizadas. Não importa que o trabalho seja criador, mas sim que seja útil, o que vale dizer, que seja de algum modo rentável. O marginal poderá institucionalizar-se, é certo, desde que responda ao requisito fundamental: tornar-se rentável. Tal “ajustamento”, a supor um reagenciamento mais delicado, com efeito, será então raro, e só se dará em larga escala numa outra etapa do capitalismo. Não será, portanto, em virtude da não-funcionalidade das válvulas de escape que se explica o corte descoberto por M. Foucault, em sua *Histoire de la Folie à l'âge Classique*, estabelecido a partir dos séculos XVII e XVIII, a separar frontalmente o mundo dos loucos do mundo dos sãos? Foucault o demonstra ao verificar que os asilos não abrangiam apenas os que, clinicamente, assim fossem considerados. Suas portas, ao contrário, recebem todo aquele que não cumpre a razão dirigida exaltada pelo sistema. “Antes de ter o sentido médico que lhe damos, ou que pelo menos gostamos de nele supor, o internamento foi exigido por coisa bem distinta que o desejo de curar. O que o tornou necessário foi um imperativo de trabalho. Nossa filantropia gostaria de reconhecer os sinais de benevolência quanto à doença, onde se assinala apenas a condenação da ociosidade” (23, p. 63).

A segunda conseqüência que depreendemos não parece menos importante: a sociedade da autodireção é uma sociedade de poupança, onde, por conseguinte, as pessoas devem-se acostumar a guardar parte de seus rendimentos, de seus talentos físicos e intelectuais. Concorrência e poupança são, com efeito, os dois vetores básicos na formulação do autodirigido. Eles explicitam o caráter acumulativo que vive a sociedade. A acumulação, por conseguinte, não afeta apenas a ordem econômica. A partir desta se espalham e criam níveis correlacionados. É o homem autodirigido que se caracteriza pela acumulação. É o homem-poupança; o que vive o futuro em cada parcela do presente e,

neste, só gasta o mínimo necessário para chegar ao próximo instante presente e assim para sempre.

Estendamos agora a compreensão desses dados ao relacionamento do indivíduo com o mundo e, neste, com a mercadoria. Trata-se basicamente de uma relação repressiva. O autodirigido aprende a se conter, a economizar meios e energias para a realização da meta favorável: a segurança individual mediante o apresamento de uma módica parte das riquezas que circulam a seu redor. Este caráter repressivo melhor se aplica ao autodirigido do que se aplicaria ao *tradition-directed*. Este contava com uma tradição preestabelecida; ela agora se mostra estilhaçada; em conseqüência, os princípios auto-impostos precisavam ser muito mais severos e a alma muito mais dura para servir de juiz a si mesma.

A poupança é a forma genérica de repressividade. E a repressividade é aceita, embora não tomem consciência do que aceitam, ante o receio de descer socialmente — vejam-se as condenações comunitárias das mulheres que não souberam se “poupar” antes do casamento. Entre nós, no Brasil, a poupança continua a ser praticada de maneira constante. Resposta a questionário de uma pesquisa sobre classe média, recentemente realizado pela Escola de Sociologia da PUC, mostra a nítida apreensão dessa realidade por um dos entrevistados. Perguntado, considerou que a classe média se caracteriza por ser formada por “pessoas com vencimento médio, que permite um padrão de vida médio. São assalariados. Diferentes das classes alta e baixa na maneira de ser: *ricos e pobres gostam dos exageros, mas a classe média é prudente, usa a matemática, controla os seus gastos, pois tem de tomar cuidado para não descer*” (grifo nosso).

A poupança considerada, portanto, tem uma aplicação mais vasta que o mero comércio de bens. Ela abrange tudo o que pode ser fonte de gasto e desperdício. Edmund Gosse disso nos dá prova em sua autobiografia (*Father and Son*). Gostando de escrever, sua mãe, entretanto, afastava como pecaminosa qualquer obra de ficção. “*She had a remarkable, I confess to me still somewhat unaccountable impression, that to ‘tell a story’, that is, to compose fictitious narrative of any kind, was a sin.*” Gosse explica o estranho fato, citando passagem do diário de sua mãe. Quando criança, ela aí narra, tinha o hábito de inventar histórias, juntamente com seus irmãos. Eles a estimulavam e ela não encontrava razão para que não encontrasse na fabulação “o prazer

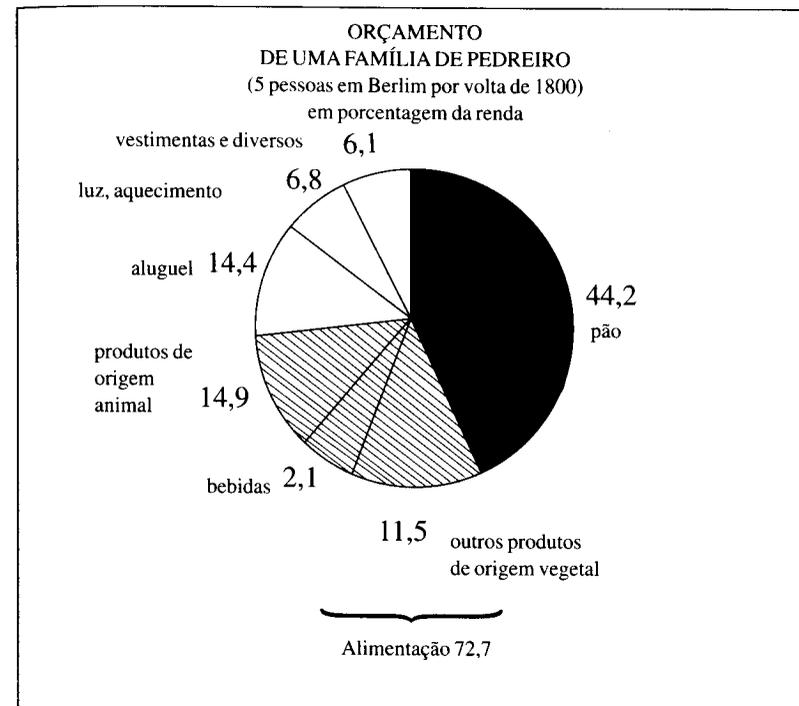
principal de sua vida”. Mais tarde, porém, uma governanta calvinista a adverte contra o prazer da história inventada. A futura senhora Gosse convence-se de seu erro. Nega-se a praticá-lo e defende-se contra sua tentação. O erro, entretanto, mostra-se mais forte. A mãe de Gosse sente-se culpada, revolta-se contra si própria, nota porém que, contra seus escrúpulos, suas orações são prejudicadas e seu progresso impedido pela pecaminosa obsessão.

Em nenhum instante a governanta, a garota, mesmo quando já mulher madura, se perguntam por que seria imoral tal prática. O fato que considerem naturalmente ilegítimo o ato mostra a força repressiva irradiada de seu meio. O deleite de imaginar era uma forma de prazer, uma forma de gastar-se sem se tornar útil. A moralidade vitoriana, o puritanismo inglês fundam-se nessa espécie de experiência básica. O homem autodirigido é o que se pune e censura por tudo o que não seja rentável. A ele, sem dúvida, repugnaria a nossa interpretação. Mas a repugnaria e consideraria natural sua prática mesmo porque ela era a idealmente ajustada à sociedade de carência e de acumulação em que vivia.

Típico do homem vitoriano, este comportamento, porém, se estendia por toda a Europa, pela mesma razão acima invocada. Os estudos concretos que conhecemos, é verdade, não são completos para este diagnóstico. Porém os dados que Braudel apresenta podem ser estendidos pelas demais classes sociais, respeitando-se suas diferenças nas relações de produção, oferecendo o perfil concreto daquela situação histórica. O orçamento de uma família de pedreiros berlinenses, em 1800, era canalizado em mais de 70% para a alimentação. O restante sendo empregado em gastos também de mera subsistência.

Conforme os cálculos do próprio Braudel, a situação não era diversa para o trabalhador parisiense e europeu em geral (20, p. 102): o alto consumo de pão sendo explicado porque o trigo constituía o cereal mais rico e mais ao alcance da bolsa do pobre.

Dados semelhantes nos faltam quanto aos escalões médio e alto da sociedade européia, devendo-se, ademais, ressaltar que o início do século XIX não é o ponto ótimo para análise da vida sob o capitalismo liberal. Malgrado essas deficiências, os elementos indicados por Braudel já nos servem, ao menos provisoriamente, para atestarmos o quanto o autodirigido se distingue do consumidor de massa. Este, com efeito, pressupõe outro modo de comportamento integrativo, o qual,



(Segundo W. Abel, apud F. Braudel)

confirmando a análise histórica anteriormente realizada, ainda não se dá no bojo das épocas da autodireção.

Oposta é a conclusão ao encararmos o terceiro tipo enunciado por Riesman, o *alterdirigido* (*other-directed*). Já pela conceituação apresentada depreendemos que sua presença supõe a existência de veículos de massa e uma sociedade de consumo: “O que é comum a todas as pessoas heterodirigidas consiste em que seus contemporâneos são a fonte de direção para o indivíduo — quer aqueles que lhe são conhecidos, quer aqueles com os quais está indiretamente relacionado, por meio de amigos e dos *mass media*. Essa fonte é naturalmente ‘interiorizada’ no sentido de que a dependência para com ela, com o fito de orientação na vida, é implantada desde cedo. As metas pelas quais se esforçam as pessoas heterodirigidas se modificam de acordo com aquela orientação: a única coisa que permanece inalterável ao curso da

vida é o processo de esforçar-se e de prestar extrema atenção aos sinais vindos dos outros” (22, p. 21).

O alterodirigido traz consigo uma espécie de radar, comportamento que aprende desde pequeno, sob o exemplo dos pais: “A aprovação em si mesma, sem consideração pelo conteúdo, torna-se quase o único bem inequívoco nesta situação: age-se bem quando se é aprovado. Todo poder, assim, não apenas certo poder, está nas mãos do poder de aprovação, real ou imaginário, e a criança aprende, das reações de seus pais, que nada em seu caráter, nada de seu patrimônio, nenhuma herança de nome ou de talento, nenhum trabalho que faça é valorizado por si mesmo, mas apenas pelo efeito que cause sobre os outros. Agir bem torna-se quase equivalente a fazer amigos ou, pelo menos, certa espécie de amigos. ‘Aquele a quem foi dada aprovação, será dada mais aprovação’” (22, p. 48).

Riesman por certo enfatiza em demasia sua descoberta. Dizer que toda a fonte de poder encontra-se sob o controle dos grupos de aprovação é deformar a questão da própria base material do poder. Para nossa consideração, porém, o detalhe é irrelevante. Assim, enquanto o tipo anterior visava ao ajustamento numa sociedade de poupança, o alterodirigido supõe o ajuste a uma sociedade que transgrediu e ultrapassou essa etapa. Chamemo-la sociedade de consumo ou, na conceitualização operacional de H. Lefebvre, sociedade burocrática do consumo dirigido e a diferença não será, no caso, significativa. Importa-nos, sim, recordar que essa modalidade social pressupõe que a acumulação de capital já atingiu um escalão bastante considerável e, paralelamente, um alto potencial tecnológico. Em segundo lugar, interessa-nos ter em conta que tal sociedade enriquecida oferece elevado padrão de vida para as massas, que garante seu acesso generalizado ao mercado. Três, portanto, são os requisitos que destacamos na mediação social: a) *réussite* do processo de acumulação capitalista, b) indiscriminada potencialidade tecnológica, c) acesso das classes populares à “democratização do consumo”. Modificam-se, em consequência, ainda os padrões sócio-psicológicos de diferenciação social. Na sociedade de poupança, o “consumo conspícuo” (Veblen), correspondente civilizado dos *potlatch* dos primitivos, pelo qual se dava mostra ostensiva de riqueza por seu gasto evidente aos olhos públicos — a vestuária extravagante do dândi, a realização de festa, como a que foi dada em Nova York, no fim do século XIX, onde cada conviva recebia, ao entrar, uma nota de

tantos dólares para acender seu charuto — era a maneira inequívoca de destaque. Enquanto todos economizavam, uns poucos se davam ao direito de desperdiçar. O exibicionismo era privilégio destes raros. Ao entrarmos, porém, na sociedade de consumo estes poucos se multiplicam. O mecanismo descrito por Veblen perde sua funcionalidade. Muitos podem-se vestir com extravagância, muitos podem “queimar” dinheiro e assim nenhum “aparece”. Daí que o “consumo conspícuo” seja substituído pelo que Riesman chamou de “diferenciação marginal”. A pessoa mostra ser diferente não pela diferença do produto que usa, mas por pequeno sinal reconhecível apenas pelos *experts*, os membros do grupo de decisão. A qualidade já não distingue — ao contrário do que dirá a propaganda —, pois na típica sociedade de consumo muitos terão meios de usá-la. Já não há produtos nobres, mas sim toques nobres. É a camisa igual às outras que traz no bolso o desenho em cor de um jacaré. Seus produtores defendem-se das imitações tirando a patente da marca. Assim os incautos compram o similar nacional, aparentemente idêntico, sem notarem que o seu jacaré necessita mostrar a cabeça para o lado contrário ou ser de outro tamanho. A imitação propaga a importância do original. Não interessa que muitos saibam do detalhe identificador. Importa que *alguns* o saibam. Estes se encarregarão de distribuir os “valores” por entre os membros da “turminha”. É o lenço de cabelo estereotipado, de matéria comum, que, entretanto, usado de certa forma, mostra estampada na cabeça uma inicial saliente, que só poucos identificarão como a marca de um grande costureiro; é o anel de metal cujo emblema ou se esconde por seu próprio desenho ou deve ser usado invertido, para que só alguns percebam seu toque etc. Tais práticas se entredoraram e bastam poucos meses para que sejam substituídas por outras. A perduração vai de encontro ao segredo dos poucos, alma do negócio... É assim possível que para o leitor deste livro os exemplos lembrados já pertençam à pré-história da última diferenciação.

Por outro lado, enquanto o consumo conspícuo resultava de uma motivação constante no homem, o desejo de se distinguir, sendo como tal localizável em diversas situações sociais e em épocas bem distintas, a diferenciação marginal é industrialmente alimentada, comercialmente necessitada, sistematicamente estimulada pela propaganda. Noutras palavras, é um mecanismo institucionalizado pelas necessidades de certo tipo de sistema social. É parte integrante de uma sociedade que,

burocraticamente, enfatiza o consumo, pois dele depende econômica e ideologicamente. Ninguém mais insuspeito para dizê-lo do que Galbraith: “O indivíduo serve o sistema industrial, não para abastecê-lo com a poupança e o capital dela resultante; ele o serve pelo consumo de seus produtos. Em nenhum outro assunto, religioso, político ou moral, está a comunidade tão elaborada, perita e dispendiosamente instruída. Especificamente, de modo paralelo à produção de bens, são feitos esforços enérgicos e não menos importantes para garantir o seu uso. Estes esforços enfatizam a saúde, a beleza, a aceitação social, o sucesso sexual — a felicidade, em resumo — que resultarão da posse e do uso de um determinado produto. Esta comunicação, combinada diariamente com o esforço em prol de inumeráveis outros produtos, torna-se, no conjunto, um argumento ininterrupto das vantagens do consumo. Por sua vez, inevitavelmente, este fato afeta os valores sociais. O padrão de vida de uma família torna-se o indicador de suas realizações, ajudando a garantir que a produção e, *pari passu*, o consumo de bens sejam a primeira medida de realização social” (24, pp. 45-6).

O consumo é estimulado em seus diversos níveis, desde o geral — compra de enlatados, de detergentes, de eletrodomésticos, geladeiras e automóveis — até o mais sofisticadamente diferenciador. Cobrindo esta área, funciona a mesma lei da *variação periódica*. Trata-se não só de incentivar o consumo, mas de agir de maneira que ele se renove com regularidade. Isso é mantido quer pelo prazo de vida estipulado industrialmente para os produtos — o qual não está na dependência do processo tecnológico propriamente dito —, quer pela duração de vida artificialmente decretada pela propaganda. Em quaisquer dos casos, a propaganda desempenha função essencial. Ela que, ironia involuntária, já foi chamada a poética do século XX converte-se na peça que lubrifica o bom funcionamento da engrenagem. É o *meta-medium* por excelência, que “fala” por qualquer um dos *media* e se formula de acordo com a linguagem particularizada de cada qual.

Neste último parágrafo, por conseguinte, identificamos a mediação social da cultura de massa pela sociedade de consumo, assim como os resultados sociais no sistema constituído por essa modalidade cultural. Tendo-se em conta, porém, o que já foi dito — lidarmos com um sistema que apresenta duas mediações — isso não significa pretender que a totalidade dos traços específicos da CM tenham sido captados. Não fizemos mais do que particularizar o *mediador social* e não o

*mediador do específico*. Sem uma indagação contextual, o condicionante — mediador social — escapa. A maneira, contudo, como o mediador social vai atuar depende da natureza e do grau de complexidade que apresente o mediador do específico, ou seja, a linguagem de cada *mass medium*. O mediador social não influi de maneira indiferenciadamente igual se atua sobre um meio sem tradição ou de elaborada tradição. Não age tampouco de modo semelhante sobre meios apoiados sobre materialidades distintas, digamos as artes plásticas e a literatura, embora do mesmo período e sofrendo as mesmas pressões do condicionamento social. Essa resistência própria à linguagem de cada meio provoca a necessidade de uma indagação autônoma, a semiológica, a qual não será aqui desenvolvida já por questão de espaço, já porque o caráter atual das pesquisas nessa área ainda não permite a sua teorização suficiente. De qualquer maneira, conclusão importante deriva das considerações anteriores: só pela junção de dois modelos analíticos, o contextual e o semiológico, alcançamos uma visão, ao mesmo tempo, compreensiva e operacional de fenômenos da natureza da cultura de massa. Acrescentemos ainda: a análise contextual é de ordem conjuntural, a segunda de ordem estrutural. Ao assim designarmos a segunda, temos condições de melhor verificar a armadura interna realizada por este ensaio: do mesmo modo como subordinamos a indagação histórica e a sociológica a um esquema antropológico, subordinamos agora a análise sociológica da linguagem à análise do sistema próprio da linguagem ou das linguagens (esquema que se repetirá na ordem dos textos a seguir solucionados).

#### CONCLUSÕES

Dos desenvolvimentos efetuados por esta introdução, deduzimos como propriedades da cultura de massa:

a) Em relação direta com o aparato tecnológico da sociedade em que fermenta, já porque pressupõe a existência de uma rede de *mass media*, em si mesmos tecnificados, já por ajustar sua conduta aos padrões de produção e comportamento desta sociedade. Assim considerando, nos perguntamos se a CM pressupõe a obrigatória presença da sociedade de consumo. Historicamente, a pergunta sequer tem sentido, pois só houve CM com sociedade de consumo. À medida porém

que recusamos análise historicista, a resposta do historicamente conhecido não satisfará. Podemos, com efeito, levantar a hipótese de uma “cultura de massa” não mediada por constituição social semelhante à sociedade de consumo. Caso isto se dê, entretanto, será “cultura de massa” não idêntica àquela que, entre nós, reconhecemos. O que não podemos, sequer hipoteticamente, conceber é uma CM que não esteja fundamentada pelo desenvolvimento tecnológico prévio, o qual permita a produção em escala vertical. A partir dessa primeira propriedade, distinguimos, por conseguinte, entre um elemento invariável — a natureza tecnológica da produção cultural convencionalmente chamada “de massa” — e um elemento variável ou conjuntural —, *i.e.*, nascido de certa conjuntura — a sociedade de consumo, que, no Ocidente, tem servido como seu mediador social.

b) Em oposição às modalidades culturais destacadas em períodos históricos passados, a cultura de massa supõe camadas e camadas de heterogeneidade. Heterogeneidade interna de seus produtos — quer considerando os formulados e/ou transmitidos por um mesmo veículo, quer considerando os que, tratando de um mesmo tema ou evento, se diferenciam ao serem “tocados” pela distinta materialidade da linguagem de veículos diversos (um crime abordado em página policial de jornal, num curta-metragem ou numa história em quadrinhos adquire tonalidades diferenciadas de “realismo”). Heterogeneidade externa, mais bem dita, por comparação com seu pólo de correlação, resultante da análise de sua temática/formulação/linguagem em face da temática/formulação/linguagem dos produtos de “cultura superior”, tomados ainda quer de veículo a veículo correspondente — quando tal correspondência seja possível —, por exemplo, revista de atualidade e revista especializada, jornal e livro, quer de bloco para bloco.

Mas a heterogeneidade não se encerra no plano assinalado. Temos ainda a considerar a heterogeneidade de nível entre os pólos de comunicação. No âmbito da CM vigora, como regra geral, a diferença de nível entre produtores e consumidores de seus produtos, regra oposta à referente ao âmbito da cultura superior, em que a homogeneidade mais ou menos constante da comunicação resulta da especialização necessária a qualquer um de seus setores.

Não se conclua, entretanto, conforme já advertimos no início desta abordagem, que entre cultura de massa e cultura superior exista

uma perfeitamente recortada linha de demarcação. A amostragem do fato talvez já tenha sido bastante, isto não nos isenta, contudo, de melhor precisarmos agora a base metodológica em que nos apoiamos.

Havíamos dito (§ 2º) que a qualidade ou valor associado a uma modalidade de cultura nada tinha ver com uma formulação mediante critérios objetivos, analíticos, capaz de verificação, experimentação, confirmação ou desmentido; que a qualidade, em suma, era maneira de estabelecer distinção com outra modalidade de cultura, diversamente *qualificada*, sendo a distinção opositiva assim travada um recurso pelo qual o homem dá sentido ao fenômeno em pauta — a valorização fazendo-se a partir da desvalorização do elemento associado e vice-versa. Este juízo, criado dentro do âmbito do estruturalismo, necessita mostrar agora sua raiz.

#### b1) *Oposição e inconsciente*

Em ensaio datado de 1926, “Como escrever versos”, Maïakovsky reunia conselhos e fatos de sua experiência de poeta. Um deles aqui nos interessa. Ele mostra como, ao querer escrever versos de amor, descobrira que o melhor modo de chegar às palavras consistia em tomar uma condução e fazê-la dirigir-se a um caminho esburacado, cujos incômodos causados ao passageiro nada tinham de semelhante à experiência amorosa. Sem se dar conta da teoria que jazia implícita, Maïakovski está-nos dizendo que o criador necessita contar com uma distância quanto ao material a ser praticado, a fim de, pela *diferença*, mais bem ser ele percebido. O amor só tem *sentido* porque nem tudo é amor; as coisas só têm sentido para o homem pela *diferença* que as separa e distingue doutras coisas.

Na *Apologie pour l'histoire*, M. Bloch, noutro contexto, oferece-nos exemplo de mesmo significado. Refere-se à formação tardia do conceito de Idade Média. Originalmente, *medium aevum* designava o interregno entre a dissolução da Lei Antiga e o Advento do reino do Senhor. A dessacralização do conceito é realizada em fins do século XVII, por “*un modeste faiseur de manuels*”. O novo sentido, continua Bloch, não passa ainda de uma etiqueta a cobrir o período milenar que se estendia desde as invasões bárbaras até o Renascimento. A etiqueta desaparece quando, no século XIX, o termo passa a conter uma carga valorativa negativa, antagônica à carga de sentido positivo com que a

Renascença já se investira. Estava soldado o par de opostos, em que, inconscientemente, o individualismo burguês valorizava seus antecipados próximos, os empresários e governantes renascentistas, e lançava a pecha condenatória sobre os antepassados do poder aristocrático e religioso, ainda seu inimigo. Bloch já era capaz de medir a argamas-sa que unia os conceitos de Idade Média e Renascimento, como mostra ao dizer que o segundo constituía o “*pendant presque nécessaire*” (6, p. 91) do primeiro.

De igual ao exemplo anterior, tornamos a encontrar a oposição como mecanismo doador de sentido. Ilustrações semelhantes então se multiplicam se recorreremos às obras de G. Bachelard sobre a vida do imaginário. Baste-nos, porém, uma única, retirada da *Poétique de l'espace* (25). Bachelard analisa a oposição entre o claro e o escuro e a carga simbólica de que se reveste, marcando partes da moradia. “Com efeito, quase sem comentário, pode-se opor a irracionalidade do telhado à irracionalidade do sótão. [...] Rumo ao telhado todos os pensamentos são claros. Na água-furtada, vê-se a desnudo, com prazer, a forte ossamenta das vigas. Participa-se da sólida construção do carpinteiro. O sótão será, sem dúvida, considerado útil. Racionalizar-se-lhe-á enumerando suas vantagens. Mas, antes de tudo, é o *ser obscuro* da casa, o ser que participa dos poderes subterrâneos. Sonhando com ele, acercamo-nos da irracionalidade do profundo” (25, pp. 51-2).

Ricas como são as ilustrações desta envergadura, elas, no entanto, não revelam a lógica sistêmica que, ao mesmo tempo, antecede e se realiza mediante as oposições. Este salto só será dado pela obra de Lévi-Strauss e, a partir dela, pelos autores direta ou indiretamente influenciados.

Em Lévi-Strauss, a oposição aparece como o mecanismo por excelência a serviço da vocação estruturalizante portada pelo inconsciente humano. Oposição e inconsciente aparecem assim como peças básicas para a *démarche* antropológica. Ouçamos brevemente o autor justificar o papel do inconsciente: “O risco trágico que sempre espreita o etnógrafo, lançado nesta empresa de identificação, é o de ser a vítima de um *mal-entendido*; ou seja, que a apreensão subjetiva à qual chegou não apresente com a do indígena nenhum ponto comum, fora de sua própria subjetividade. Esta dificuldade seria insolúvel, sendo as subjetividades, por hipótese, incomparáveis e incomunicáveis, se a oposição entre o eu e o outro não pudesse ser sobrepujada sobre um

campo, que é também aquele em que o objetivo e o subjetivo se reencontram, queremos dizer o inconsciente. De uma parte, com efeito, as leis da atividade inconsciente estão sempre fora da apreensão subjetiva (podemos dela tomar consciência, mas como objeto); de outra, porém, são elas que determinam as modalidades desta apreensão” (26, p. XXX). Ou seja, o caminho da objetividade nas ciências sociais confunde-se com a penetração na via do inconsciente, pois “o inconsciente seria assim o termo mediador entre o eu e o outro” (26, p. XXXI).

É pela obra do próprio Lévi-Strauss, ademais, que conseguimos melhor instrumentalizar a idéia. O inconsciente não se restringe a ser aquilo que escapa à transparência (o que a confundiria com o princípio da não-consciência de Bourdieu). É sim o campo onde verdadeiramente se estrutura o sentido de um fenômeno, texto ou instituição, pelas oposições que são relevantes menos pelos termos que separam do que pelo tipo de relações que estabelecem: “Apenas as relações são constantes, não os elementos” (27, p. 73). Isso significa dizer: universais não são os conteúdos — a ilusão junguiana — mas sim as relações opositivas e complementares, de que lança mão o indivíduo. Daí ainda se deduz que, para ver como os esquemas são preenchidos, *i. e.*, para *escutar* o que está sendo oposto, a análise lógica deve-se desdobrar em análise do contexto, dando-se a passagem do antropológico ao sociológico e ao histórico.

Apliquemos então essa informação metodológica ao que foi apresentado neste ensaio.

Como o leitor já terá compreendido, utilizamos a idéia estruturalista de oposição para diferenciar comunicação — que está para a quantidade estatisticamente apreensível — e cultura de massa — que surge mediante a modificação das modalidades culturais anteriormente vigentes no plano do inconsciente comunitário. Aproximando então a justificação metodológica apresentada e seu uso nesta introdução, podemos dizer: permanente no campo da cultura é apenas a relação que opõe A a B, relacionamento doador de sentido para ambos os pólos compreendidos na junção. Particular, historicamente localizada, contextualmente explicada é a nomeação que recebe a oposição cultural, a saber CM/CS, que substitui a anteriormente em vigência: CF/CS. Isso explica por que temos dito que essa oposição só se mostra na etapa presente da sociedade capitalista ocidental. Falar em CM a respeito da China contemporânea revela-se um absurdo, por mais lacunosos

que sejam os dados de que dispomos para análise, desde que aprendemos a não definir uma modalidade cultural senão diante doutra modalidade, socialmente carregada de valor contrário.

Fora o círculo estruturalista, contudo, ainda encontramos elemento para corroborar nossas premissas de método e, ao mesmo tempo, ampliá-las.

Em sua crítica à teoria psicológica da indução de Hume, K. Popper assinala: “Em vez de explicar nossa propensão em esperar regularidades como resultado da repetição, proponho explicar a repetição para nós como o resultado de nossa propensão em esperar regularidades e em buscá-las. [...] Sem esperar passivamente que as repetições imprimam ou imponham regularidades sobre nós, devemos tratar ativamente de impor regularidades ao mundo. Devemos tratar de descobrir similaridades no mundo e interpretá-las em função das leis por nós inventadas. Sem esperar o descobrimento de premissas, devemos saltar para conclusões. Estas talvez tenham de ser logo descartadas se a observação mostra que são erradas. [...] (Por tal teoria torna-se possível) *compreender por que nossos intentos em impor interpretações ao mundo são logicamente anteriores à observação de similitudes* (28, pp. 57-8).

Ou seja, Popper estabelece a anterioridade de expectativas de regularidade à observação mesma das regularidades, lei do mecanismo psíquico humano que estabelece a ponte entre a experiência comum do mundo e a experimentação científica. Mas, desligando-nos de uma fidelidade estrita ao autor, isso não significa dizer que a experiência científica seja um prolongamento refinado da experiência comum. Não, o que há de idêntico é o uso de um mesmo mecanismo de que o nosso inconsciente é dotado. Pois as “leis por nós inventadas”, anteriores à observação de regularidades, não são explicadas sem levarmos em conta a disposição em “grille” trazida pelo cérebro humano. Ciência e experiência comum fazem uso deste instrumento, do mesmo modo como cientistas e homens comuns usam de igual seus braços, olhos e pernas. Mas o uso já não é comum. As leis naturais, ou seja, as expectativas de regularidade, são meras propostas de leis. Por isso mesmo dizíamos que as modalidades culturais que estudamos não são objetivas — isto é, não são dotadas de uma qualificação intrínseca. Já as leis científicas se propõem como expectativas de regularidade sujeitas à experimentação. Enquanto aquelas são fechadas, estas são

transitivas; aquelas não se esclarecem a si mesmas, pois só são compreendidas à medida que por meio delas estas transitam. Assim, sem o conhecimento da *démarche* antropológica estrutural, utilizando caminho diverso, Popper ratifica a lógica do inconsciente e melhor nos ajuda a compreender sua praticabilidade.

Supor, portanto, como usualmente se declara, que a quantidade estabelece a qualidade, será recorrer, embora sem se ter disso noção, à velha teoria de Hume. O ponto de vista aqui defendido, ao invés, afirma que as quantidades, em nosso caso, os *mass media*, pressionam inconscientemente as pessoas, estabelecendo *expectativas de regularidade*, que se exprimem por esta espécie de lei natural, a modalidade cultural. Agora, como tal expectativa de regularidade não se confunde com a regularidade objetivamente comprovada ou comprovável (lei não mais natural, porém, científica), resulta a diferença e, tantas vezes, a discordância entre o valor concedido à modalidade cultural e o valor afirmado ou recusado mediante a análise. Mais ainda: a discordância pode atingir ponto extremo, negando a própria linha de separação entre modalidades tomadas como distintas. (Lembre-se a propósito a demonstração de Lévi-Strauss sobre a falácia contida no que se chamava totemismo.) Será este o caso quanto às culturas “de massa” e “superior”? Não o acreditamos, mas, de toda maneira, só pela continuada análise de seus objetos alcançaremos resposta de rigor. Desde logo, os elementos já aqui apresentados permitem-nos afirmar que a distinção abissal entre as duas modalidades pertence meramente ao campo da expectativa de generalidade inconsciente. É ela estabelecida, portanto, mediante um procedimento mítico e não mediante distinção científica. Formulada em termos de oposição simples, vista quanto a seu par distintivo, a cultura de massa não passa de um mito (não se entenda, porém, que mito significa mentira e falsidade). A cultura de massa é, na verdade, um dos grandes mitos do século XX. É como mito, em consequência, que deve ser encarada a sua determinação opositiva. Como em todo mito, aí encontraremos uma concepção de mundo, uma ideologia e uma linguagem. Só a partir desses três novos elementos, enunciados da análise em vias de conclusão, o analista poderá enfocar, com precisão, as relações entre os dois pólos da dicotomia. Elucidemos, para este fim, por enquanto apenas almejado, o papel dos três termos. Quanto à concepção de mundo, é de se supor que ela apresenta menos variações na cultura de massa do que na escolarizada. Não que haja

unanimidade na primeira — pensamento em que parecem assentar as reflexões de um Adorno. As crianças neuróticas de Charles Schultz, no *Peanuts*, descerram a existência de um mundo sombrio e caótico que nada tem de comum com a concepção europeizante e ainda colonizadora de um *Tintin* ou com a concepção antiimperialista e de liberdade para os povos risonhamente difundida pelos gauleses de *Astérix*. As mutações, contudo, são bem menos intensas do que na ficção correspondente na modalidade “superior”, onde, se não há tantas concepções de mundo quanto autores de gênio, há a tendência de existirem tantas variantes de idêntica concepção quanto criadores de alto relevo.

Quanto ao segundo elemento, a ideologia, a observação que aqui faremos é mais provisória. Na cultura de massa, ela é diretamente declarada, seus embustes mais imediatamente perceptíveis, mais rápida a descoberta de sua “consciência parcial”. Não que a cultura superior faça parte de um reino isento dos compromissos de classe, como, por mais estranho que pareça, já se afirmou. Apenas — e como resultante do elemento estudado — está mesclada a elementos, preocupe-se com uma materialidade textual que torna improvável ser ela confundida com a comunicação ideológica. Em qualquer um dos casos, porém, deve-se levar em conta a observação de Bourdieu: tentar estabelecer o que o texto diz procurando-se decifrá-lo em termos de mera ideologia — antes de procurar saber qual o sistema que constitui — tem representado uma excelente maneira para erros frequentes. Bastenos a prova do que tem sucedido com Nietzsche: tantas vezes foi acusado de preparador do nazismo que muitos são tomados de surpresa com o que seus últimos intérpretes nele descobrem. Quanto à linguagem, seremos ainda mais breves, pois sua exploração exigiria outra introdução de idêntico tamanho. Podemos entretanto dizer: tendencialmente, a diferença entre os dois pólos, CM/CS, se declara pelos dois princípios que almejam cumprir. O *make it new*, de que E. Pound falava, converte-se no verdadeiro emblema para a arte, à medida que a experimentação se torna constante em seus produtos contemporâneos. A ele se contrapõe a marca do *make it easy*, procurado pelos *mass media*. Note-se, entretanto, que nem o novo procurado se confunde com o novo realizado, nem tampouco que a leitura fácil é, por princípio, antagônica ao novo. Sirva de prova a linguagem da história em quadrinhos. São comportamentos, ambos de possibilidades experimentais, que se especificam pelo tratamento tendencial de suas respec-

tivas linguagens, as quais se distinguem já pela presença distinta do condicionante social — diretamente implicada nos produtos de cultura de massa, mesmo por se tratar de uma forma de indústria, mediatamente presente no caso dos produtos da cultura superior.

De passagem, acrescenta-se ainda: por mais fácil que seja a linguagem de um produto de massa, mesmo por mais redundante que seja a sua facilidade, aplicar-lhe os métodos da chamada “análise de conteúdo” desenvolvidos pela sociologia da comunicação norte-americana será, previamente, impossibilitar-se de saber do que se fala. B. Berelson, por exemplo, um dos mestres dessa sociologia para gerentes, escreve: “Em geral, então, a análise de conteúdo deve lidar com materiais de comunicação relativamente denotativos e não com materiais relativamente conotativos” (29, p. 265). Ora, a mínima informação sobre os estudos lingüísticos nos faz observar que, se a pretexto de rigor científico, limitamo-nos a colecionar as incidências denotativas de um texto, dele poderemos extrair no máximo tabulações estatísticas sobre um conjunto cuja realidade continuamos a desconhecer. Seria o mesmo que levantarmos o número de pernas apresentadas pelas aranhas sem que soubéssemos simplesmente para que as aranhas precisam de pernas.

3) Enquanto a cultura das épocas proximamente anteriores era enfaticamente verbal, privilegiando assim a língua entre as linguagens possíveis, escrita, literária, linear e unidirigida, da cultura de massa resulta, utilizando a passagem de McLuhan, uma galáxia de efeitos, o envolvimento de todo o corpo, não mais só o olho, como meio receptor, o encobrimento individual e comunal numa rede de mensagens heterogêneas, que comunicam independentemente da atenção ou do descaso do expectador, tendendo a converter-se seu descaso noutra forma de atenção. Em consequência, quanto mais maciça a concentração dos *mass media* tanto mais descartada a possibilidade de um cotidiano próprio e indiferenciado. Em troca, os *mass media* doarão um simulacro de vida íntima. Seus aparelhos oferecem uma aparência de *horas desligadas*, que, na verdade, são outras tantas *horas ligadas* aos controles da opinião pública.

4) A essa galáxia de efeitos corresponde uma galáxia de formas da linguagem, que exigem o estudo da cultura de massa transformar-se, em determinado estágio seu, em estudo de semiologia, tal como principia hoje a ser feito, principalmente na Europa.

Restaria assinalar um aspecto cuja importância é bem maior que o tratamento que aqui incluímos. Não basta dizer como fizemos que, globalmente, no século XX, a oposição CM/CS substituiu a anterior CF/CS. Tal afirmação necessita ser submetida a provas de mais rigor, que vise determinar qual a extensão social na qual ela é verdadeira. Que este cuidado não se tenha dado na Europa ainda pode ser compreensível, sendo esperável certa homogeneidade de expectativas entre as classes sociais dos países de industrialização não regionalmente concentrada, tais como a França, a Alemanha e a Inglaterra. Mas, entre nós, em uma nação que sincronicamente vive uma pluralidade de tempos históricos — bastando uma simples viagem Rio-Petrópolis para percebê-lo — supor a distribuição regular de expectativas de cultura entre as classes sociais e mesmo na mesma classe localizada, porém, em espaços regionais diversos, seria forçar um universo de fachada. Levanta-se então o problema: para quais classes sociais brasileiras a oposição CM/CS é um fato? Notemos, desde logo, que o modelo clássico — tecnologia avançada, sociedade de consumo, cultura de massa — seguido, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa, pela cultura de massa, aqui não se reproduz. País onde a desigualdade de rendas faz com que a um décimo da população corresponda 40% da renda nacional e onde o desequilíbrio continua a ser acusado mesmo no interior desse um décimo, de modo que 20% da renda nacional corresponde a 1% daquele décimo (30, p. 38), não pode conter uma sociedade de consumo, mas sim, e apenas, bolsões, ilhas resumidas a círculos restritos nas poucas metrópoles. Isso, entretanto, não significará dizer que a cultura de massa simplesmente inexistiu no Brasil? Não, apenas ela não segue seu modelo clássico. A questão assim se explica: as condições necessárias para que a cultura de massa faça sua aparição na História — às quais corresponde o modelo clássico — não são de idêntica obrigatoriedade para que ela se expanda. Na verdade, o modelo trifásico antes montado dizia respeito à situação originária de sua implantação. Depois, entretanto, que esta se verificou, o caráter inconsciente da oposição de que se alimenta a cultura de massa permite que ela se expanda a contextos que, parcialmente, desconhecem os dois primeiros requisitos de seu modelo originário. Basta assim a existência de uma ilha socioeconomicamente industrializada

para que, e com o auxílio das mensagens disseminadas pelos aparelhos de comunicação de massa, o termo CM se implante paulatinamente sobre seu antepassado, a cultura folclórica ou popular. Tal implantação, contudo, só se realizará para as classes sociais que, diretamente, recebem o impacto dos *mass media* e o correlacionam a uma modalidade antagônica de cultura. Ora, já por essa dedução verifica-se quão ilógico seria supor que os dois aludidos pressupostos — recepção dos *mass media* e correlacionamento com outra modalidade qualquer de cultura — funcionem de maneira proporcionada para grupos sociais distintos como, por exemplo, o dos operários não-especializados, pequenos comerciantes e profissionais liberais.

Que conclusão daí tirar? Que a oposição CM/CS funciona apenas para as classes média e alta. Só estas realizam os dois pressupostos indicados, pois só elas, estando no circuito dos meios de massa, já haviam introjetado a imagem da cultura superior, seja sob a forma mais rotineira de escalar para vida menos sacrificada.

A resposta, contudo, antes agrava que resolve a questão. Pois o que se dirá dos outros segmentos sociais? Haveremos de afirmar que a cultura de massa não existe propriamente para eles porque se comportam como seus meros consumidores? Ou seja, porque sua vinculação é epidérmica, assentando basicamente na participação em programas de auditório, em que bacalhaus, jantares e promessas costumam ser distribuídos?

Resposta precisa só poderá surgir depois de iniciados os trabalhos de campo, com os quais este ensaio não contou. Em sua falta, levantemos a seguinte hipótese: a) ou a cultura de massa se põe como um dos termos de uma relação cujo segundo pólo não se identifica com a cultura superior, ou b) não existe tal alternativa, o que vale dizer, a cultura não forma um universo integrado, não é *deflagradora de sentido*; os produtos culturais são manipulados, até cantarolados, mas são ouvidos sem uma marca própria, como objetos quaisquer, consumidos sem maior efeito do ponto de vista de escala de valores.

Ambos os termos da alternativa são, como hipotéticos, plausíveis e a resposta não será obrigatoriamente excludente,

Para o primeiro termo da alternativa parecem se inclinar os setores proletários de média ou alta especialização que, alcançada certa ascensão social, aspiram para seus filhos um padrão de educação superior, entendida como sinal aprovado de melhoria socioeconômica. Por

efeito indireto, estes podem adotar os signos e símbolos que lhes parecem identificados com o “superior” (a “ceia” na sala de jantar, uma enciclopédia em fascículos, gravações de cadência lentamente nobre).

Para a segunda, ao invés, parecem se dispor camadas como o campesinato e os subempregados, aos quais chegam as mercadorias de massa mais desprezíveis, sem que, no entanto, elas se ponham como termo antitético a qualquer coisa de outro. Ou este outro, no caso das massas rurais, poderia ser preenchido pela tradicional cultura de base folclórica? Embora estudo de Octavio Ianni (31, p. 219 e ss.) indiretamente leve a assim pensar, resposta conclusiva em contrário já apresentava *Os parceiros do Rio Bonito* de Antônio Cândido. Nele se mostra a desagregação da cultura rústica do caipira ao contato com os centros urbanos e industrializados. A cultura das cidades, diz o autor, “vai absorvendo as variedades culturais rústicas e desempenha cada vez mais o papel de cultura dominante, impondo as suas técnicas, padrões e valores” (32, p. 179). Mostra-se ainda que, no caso de reação do homem interiorana, esta se confunde com a regressão a valores incompatíveis com a nova situação enfrentada: “Sem planejamento racional, a urbanização do campo se processará cada vez mais como um vasto traumatismo cultural e social, em que a fome e a anemia continuarão a rondar o seu velho conhecido” (32, p. 181).

Ou seja, desagrega-se a cultura de extração popular, tradicional, que então deixa de servir como ponto de referência e valoração quanto a modalidade distinta, ou seja, a indústria cultural.

Não se pode, no momento, mais do que enunciar as premissas de um trabalho, sem o qual não se poderá talvez desenvolver o estudo sério, e já não mais “badalativo”, da comunicação de massa no Brasil.

Rio, janeiro-março, julho de 1969

#### NOTAS E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Cito de acordo com a tradução para o inglês *A Cultural History of the Modern Age*, vol. 3., Knopf, Nova York, 1954.

2. Em *Scritti di sociologia della letteratura*, trad. italiana, Sugar Editore, Milão, 1964.

3. “What are Historians trying to do?” In *Methods in Social Science*, editado por Stuart A. Rice, 1931, republicado em *The Philosophy of History in our Time*, seleção e edição de Hans Meyerhoff, Doubleday Anchor Books, Nova York, 1959.

4. Embora Foucault reclame (com razão) contra os que o chamam estruturalista, é, entretanto, de clara procedência Lévi-Straussiana a idéia que enuncia: “*Je m’efforce [...] de montrer que la discontinuité n’est pas entre les événements un vide monotone et impensable, qu’il faudrait se hâter de remplir (deux solutions parfaitement symétriques) par la plénitude morne de la cause ou par l’agile ludion de l’esprit; mais qu’elle est un jeu de transformations spécifiées, différentes les unes des autres (avec, chacune, ses conditions, ses règles, son niveau) et liées entre elles selon des schémas de dépendance*”, “Réponse à une question”, em revista *Esprit*, Paris, maio de 1968, p. 858. (Sobre o não-estruturalismo de Foucault, ver de Umberto Eco, *La Struttura Assente*, cap. V, Bompiani, Milão, 1968.)

5. Recorde-se o depoimento de Lévi-Strauss sobre o ensino que recebeu: “... os nossos professores (mais ocupados, sem dúvida, em meditar o *Ensaio sobre os dados imediatos da consciência* que o *Curso de Lingüística Geral* de F. de Saussure)...”, *Tristes trópicos*, trad. brasileira, Anhembi Limitada, São Paulo, 1957, p. 53.

6. *Apologie pour l’histoire ou métier d’historien*, Armand Colin, Paris, 1964.

7. Em “Introduction — Épistémologie et méthodologie”, de *Le métier de sociologue*, Mouton-Bordas, Paris, 1968.

8. *De la culture populaire aux 17<sup>e</sup> et 18<sup>e</sup> siècles*, Éditions Stock, Paris, 1964.

9. A idéia que desenvolvemos deve sua primeira formulação a Roland Barthes. Ver sua intervenção no colóquio de Royaumont, sobre “os intelectuais e a cultura de massa”, em revista em *Communications*, 5, Éditions de Seuil, Paris, maio de 1965, pp. 33-6.

10. “Um filólogo italiano, Branca, que estudou os códices do *Decamerone* de Boccaccio descobriu que o *Decamerone* não era considerado pela sociedade do tempo como um fato cultural ou artístico; o *Decamerone* nasceu em plena oposição à cultura de seu tempo e representava na época, guardadas as proporções, o que hoje se chamaria “arte de massa”, intervenção de E. Sanguinetti no debate travado a propósito de sua comunicação “Sociologia da vanguarda” (aqui incluído), em *Littérature et société, problèmes de méthodologie en sociologie de la littérature*, Université Libre de Bruxelles, Bruxelas, 1967, pp. 26-7.

11. Arnold Hauser, *The Social History of Art*, vol. 1., Routledge and Kegan Paul, Londres, 1962.

12. "In 1339, Edward III's campaign against France was financed by two largest Florentine banking houses, the Bardi and the Peruzzi, who early in the century had controlled between them the whole financial administration of England and had large investments in that country. The failure of the campaign, the impoverishment of the country, the king's inability to settle his debts (1.365.000 florins) brought about the bankruptcy of the London branches of the two firms, and this, in its turn, led in 1343-46 to the failure of the parents houses themselves", Frederick Antal, *Florentine Painting and its Social Background*, Routledge and Kegan Paul, Londres, 1948.

13. "Machiavelli e Guicciardini, e l'ambiguità del Rinascimento", cap. V de *Miti e storia*, Giulio Einaudi Editore, Turim, 1964.

14. "Imagination plastique, vision théâtrale et signification humaine", cap. I da 3.ª parte de *La réalité figurative*, Éditions Gonthier, Paris, 1965.

15. Cap. "Por um novo modelo de humanidade". Cito de acordo com a trad. italiana *La crisi della coscienza europea*, Giulio Einaudi Editore, Turim, 1946.

16. "L'audience des Lumières sous la Révolution. Jean-Jacques Rousseau et les classes populaires", in *Utopie et institutions au XVIII<sup>e</sup> siècle*, textos recolhidos por P. Francastel, Mouton & Co., Paris-Haia, 1963.

17. *Life against Death*, Vintage Books, Nova York, 1959.

18. *Historia económica general*, tradução em espanhol, Fondo de Cultura Económica, México, 1956.

19. Ver Trotski, em especial cap. "A cultura e a arte proletárias" de *Literatura e revolução*, trad. brasileira, Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 1969.

20. Vejamos a respeito as duas seguintes passagens de Braudel: "Entre 1745 et 1760, une première révolution routière s'esquisse le prix des transports baisse, plus encore 'une lignée de petits capitalistes spéculateurs' en profite ils annoncent le changement des temps", p. 325. "Il n'y aura 'déroute de l'espace', comme le dit Ernst Wagemann, qu'à partir de 1857 avec la pose du premier câble maritime intercontinental. Le chemin de fer, le bateau à vapeur, le télégraphe, le téléphone inaugureront très tard les véritables communications de masse à l'échelle du monde", p. 316, *Civilisation matérielle et capitalisme*, Librairie A. Colin, tomo 10, Paris 1967.

21. Haroldo de Campos, "Galáxias", em revista *Invenção*, 5, Edições Invenção, São Paulo, dez. 1966 — jan. 1967.

22. *The Lonely Crowd*, Yale University Press, New Haven, 1965.

23. *Histoire de la folie à l'âge classique*, Union générale d'éditions, Paris, 1964.

24. *O novo estado industrial*, trad. brasileira, Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1968.

25. Cito de acordo com a tradução para o espanhol, *La poetica del espacio*, Fondo de Cultura Económica, México, 1965.

26. "Introduction à l'oeuvre de Marcel Mauss", prefácio a *Sociologie et anthropologie* de M. Mauss, PUF, Paris, 1966.

27. *La pensée sauvage*, Librairie Plon, Paris, 1962.

28. *El desarrollo del conocimiento científico*, tradução para o espanhol, Paidós, Buenos Aires, 1967.

29. In Bernard Berelson and Morris Janowitz, *Reader in Public Opinion and Communication*, The Free Press, Nova York, 1966, 2.ª ed.

30. Celso Furtado, *Um projeto para o Brasil*, Editora Saga, Rio, 1968.

31. *Raças e classes sociais no Brasil*. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1966.

32. *Os parceiros do Rio Bonito*. José Olympio, Rio de Janeiro, 1964.

DOUTRINAS SOBRE A  
COMUNICAÇÃO DE MASSA

*Abraham A. Moles*

## COMENTÁRIO

Abraham A. Moles fez-se conhecido por sua aplicação da teoria da informação ao campo da arte. Sua obra fundamental a respeito é a *Théorie de l'information et perception esthétique* (1958, trad. bras, de 1969). Na mesma linha, como abordagem informacional das linguagens se inclui a obra, que organizou juntamente com B. Vallancien, *Communication et langages* (1963). O texto incluído pertence a *Sociodynamique de la culture* (Mouton, Paris, 1967), livro de caráter menos técnico, em que o autor procura desenvolver uma teoria geral da cultura no mundo presente, mediante a utilização de meios modernos de mensuração informativa e catalogação. A primeira vantagem da análise que traduzimos consiste na explicitação de concepções que, embora reinantes na manipulação dos *mass media*, se mantêm, entretanto, em cautelosa reserva, não sendo enunciadas, mas, ao contrário, disfarçadas. É o que precisamente se dá com as concepções demagógica e totalitária, sob as quais os *mass media* são, em escala mundial, controlados. Não satisfeito, porém, com o que lhe mostra a realidade presente, Moles procura a seguir destacar concepções que, parcialmente latentes, poderiam se realizar: a culturalista e a sociodinâmica. Elas em comum se apresentam como corretivos de uma informativa empobrecida pelo dirigismo seja dos monopólios industriais, seja do monopólio partidário. As duas concepções, por sua vez, se distinguem pela ati-

tude de passividade receptiva ou agressividade ativa que, respectivamente, assumem quanto à cultura existente; uma, a culturalista, fazendo dos *mass media* simples canal de distribuição e expansão de um acervo elaborado externa e previamente; a outra, a sociodinâmica, convertendo os *mass media* no próprio meio de elaboração de novos textos e formas culturais. Implicitamente, portanto, Moles acusa a situação de fato, a face presente da opção de sistemas em que os *mass media* mergulham e se fraudam. Implicitamente ainda se comporta como quem procura corrigir desvios mais flagrantes que entorpecem o uso possível do aparato industrial. A correção, porém, à diferença doutros autores aqui presentes, tem uma diretriz meramente técnica. Ou seja, ainda subjacentemente Moles declara que os desvios observados podem ser remediados mediante o conhecimento de técnicas mais bem elaboradas, a exemplo das que ele mostra. Aproximando-se de Merton (texto nº 2), Moles, entretanto, é mais radical na adoção de uma postura estática. Para Merton seria o próprio sistema econômico — no caso, o capitalismo norte-americano — que não deveria ter interesse em manter meios de comunicação que despolitizam as comunidades, baixam o nível do gosto etc. Moles simplesmente recusa-se a pensar em termos globais. Como ele mesmo declara, cogitar, neste contexto, de uma “visão de conjunto” “não passa de pura metafísica”. O problema existente é assim de natureza técnica: acelerar ou frear um veículo que, independentemente, de nossa vontade e previsão, já se encontra em movimento. E para qualquer um dos casos nomeados há uma solução a apresentar. Não custa desse modo perceber que seu texto ultrapassa a intenção primeira pela qual foi escolhido: a explicitação das doutrinas reais ou possíveis que regem os *mass media* na atualidade. E o possível fica contaminado pela “teoria” que o preside. Pois de fato a visão de Moles representa a posição meramente tecnocrática sobre o fenômeno. É assim que sua sociodinâmica poderá ser também chamada a teoria tecnológica (crática) da cultura de massa.

LCL

## 1

# DOCTRINAS SOBRE A COMUNICAÇÃO DE MASSA

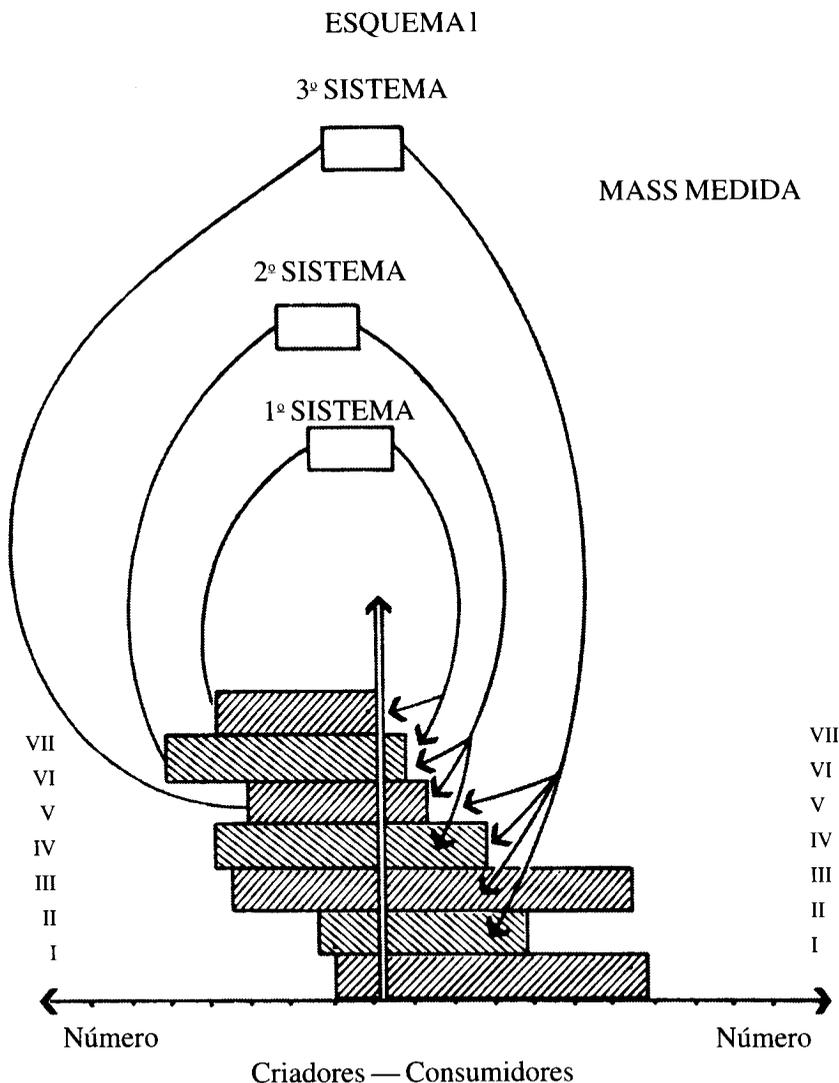
*Abraham A. Moles*

## 1. A DOCTRINA DEMAGÓGICA DOS PUBLICISTAS

A primeira doutrina que o exercício da radiotransmissão nos propôs teve um caráter eminentemente *demagógico*. Emergindo em um país de livre concorrência após a euforia da descoberta da comunicação a distância — Honolulu trazida ao quarto do estudante — rapidamente ela foi pensada como sistema de conexão entre um indivíduo e o campo social e como elemento desse campo social. Seu aspecto técnico passou a segundo plano: quanto a seu papel social, dispositivos como a radiodifusão por fio (*Rundspruch*) se confundem simplesmente com o rádio.

O primeiro uso daquela conexão foi definido como a imersão do indivíduo no campo publicista (Maletzke): o rádio é um sistema destinado a fornecer ao indivíduo motivações econômicas inextrincavelmente mescladas com o prazer. O rádio é um componente dos espaços mortos da duração; ao mecanismo das radiodifusões privadas num país capitalista cabe manter o equilíbrio permanente entre o coeficiente de atração do programa e as mensagens publicitárias fabricadas pelos engenheiros da emoção.

Assim se define a política imediata de uma cadeia de radiodifusão: como alcançar e manter o maior índice de audiência durante o maior período possível? É o coeficiente *horas-audiência* que mede o



Esquema I — O sistema da difusão de massa baseado na pirâmide cultural

A figura acima representa a pirâmide cultural, dando à direita a repartição dos consumidores em centenas de milhões, e à esquerda a repartição dos criadores de mensagens novas ou de idéias novas, em centenas de milhares.

Uma grande cadeia de radiodifusão ou um grande sistema de comunicação de massa, como um truste de imprensa, pode-se dar como meta satisfazer cada um dos níveis de consumidores com um certo tipo de programa adaptado exatamente a este nível. O aparelho de difusão se

valor do sucesso. Resta saber qual deve ser a política a longo prazo. Nela, o processo correntemente adotado é o da influência da opinião ou do estudo do comportamento; a soma dos fatores: (sucesso de certas produções), mais (correspondência dos ouvintes), mais (reação dos anunciantes) dá lugar a uma espécie de “quadro clínico” permanente do sistema, segundo o mecanismo indicado na figura.

A maior satisfação do maior número, tal é o critério do que chamaremos a *doutrina demagógica*. Ela é aquela que será adotada todas as vezes que o rádio for considerado como um auxiliar técnico do campo publicista, a mesmo título, por exemplo, que as páginas de anúncios ou os cartazes publicitários. A essência da Rádio-TV é imprimir um certo número de mensagens estereotipadas no interior do cérebro dos ouvintes ou dos telespectadores, solicitando seus olhos ou seus ouvidos a partir de *features*, de elementos de distração, escolhidos para agradar o maior número. Cataclismos, revoluções, sinfonias pastorais ou energia atômica são apenas manchas de cor, mais ou menos vivas sobre o quadro audiovisual. O padrão real é a estrutura publicitária que é a única *Gestalt* em grande escala permanente ao longo do tempo e que deve, realmente, ser transmitida do emissor ao receptor.

Bem entendido, essa doutrina é uma doutrina *limite*, nunca presente em sua pureza em nenhum dos responsáveis das cadeias de comunicação e que sempre se mistura, em certa medida, com outras preocupações, outros elementos do quadro de valores, apresentado no Capítulo IV. Parece ser nos EUA que encontramos essa doutrina levada a seu extremo nas cadeias de radiodifusão particulares, cujos objetivos são estritamente econômicos. Mas existem na Europa também numerosos exemplos.

Aqui o rádio empresta ao quadro sociocultural fatores de retenção segundo uma técnica não totalmente elucidada pelos detalhes, mas que comporta algumas regras simples:

apresenta então com uma série de sistemas, mais ou menos isolados entre si, ligando tal nível de criadores e tal nível de consumidores. É, por exemplo, a política seguida por certas cadeias de rádio que possuem 3, 4 ou 5 programas distintos, cada um endereçado a um nível cultural diferente, o último podendo, por exemplo, ser uma cadeia confidencial para uso exclusivo dos intelectuais, ou seja, do micromeio. Esta política é encontrada nas empresas de imprensa nacionalizadas a serviço de um Estado totalitário. Encontra-se, também, na decomposição dos cinemas em salas de exclusividade, cinema de arte e de ensaio, sala de grandes estréias, cinema de bairro, cada uma passando gêneros de filmes diferentes.

1. Situar sempre o nível do que é dito em uma taxa de inteligibilidade correspondente a um cociente intelectual de, aproximadamente, 10 pontos abaixo do cociente médio do nível social que se quer atingir.
2. Não solicitar do ouvinte nenhum esforço de memória ou de tenacidade.
3. Dispor a produção de tal modo que não importa quem possa nem quando possa se conectar com ela numa fração inferior à da memória instantânea (6 a 8 segundos).

Daí resulta que qualquer programa será, por fim, um mosaico de microidéias simples, brilhantes, dispostas em 6 a 10 segundos no máximo, conectadas de modo frouxo, na qual a estrutura em grande escala (*Fernordnung*) é uma *forma frágil* em relação à estrutura de pequena escala.

Os modos de conexão empregados serão os mesmos sugeridos pela cultura-mosaico tal como a definimos:<sup>1</sup> associação, contigüidade, semelhança etc. Exemplos: se o tema B é vizinho do tema A, isso significa que A é causa de B, se a letra N se assemelha à letra M é porque existe uma ligação entre elas.

Todos esses modos de pensamento correspondem, em seu conjunto, a um tipo de *sistema de logos*, a uma “infralógica”. As estruturas em grande escala subsistentes não se estendem por espaços de tempo muito consideráveis, pois que, de qualquer maneira, devem ser colocadas nos intervalos separados por manchetes do ou dos principais temas publicitários que devem se repetir com uma frequência imposta pelas leis de psicologia da aprendizagem; isto é, particularmente assinalável nas produções de TV americana.

É natural assim que a ação cultural dessas cadeias de radiodifusão seja inteiramente oposta a toda criação. De fato, os criadores só fazem um uso extremamente limitado — pelo menos em princípio — no seu próprio domínio, mas, por outro lado, sabemos que a criação intelectual é, em grande parte, um sistema de utilização de formas mentais *transpostas* de um domínio para o outro, de modo artificial. Chegar-se-á assim ao caso em que indivíduos criadores extraíam uma

1. Por “cultura mosaico”, Moles entende a “resultante de um conglomerado aleatório de elementos díspares”, sendo, como tal, oposta à cultura clássica, “que repousa sobre uma trama coerente e ordenada dos conceitos de base” (*Socio-dynamique de la culture*, Mouton, Paris, 1967, p. 68).

idéia, original no seu domínio, a partir de mensagens de outro domínio, onde ela é perfeitamente banal: esse é um dos aspectos positivos da cultura mosaico.

Assim lembremos no domínio musical, o artifício de John Cage ao fazer um concerto com a ajuda de alguns instrumentistas e de dezesseis receptores de rádio, todos ligados em estações diferentes e inseridos no momento oportuno (?) pelo dirigente. Encontramos aí a analogia das colagens e descolagens de Schwitters e dos dadaístas. Mas, de qualquer maneira, aqui, e é o que convém sublinhar, a mensagem sonora intencional do rádio acha-se completamente desviada de seu objetivo, ficando subordinada ao estado de matéria-prima.

Ainda outra maneira de *explorar* esses “programas demagógicos” consistirá para o criador em servir-se deles, a modo de um artista que utiliza um *bric-à-brac* num antiquário, quer dizer, em isolar um certo elemento particular, esquecendo-se do resto, em reestruturá-lo, em lhe oferecer um quadro e uma coloração novas, servindo-se depois dele para seus próprios objetivos. É a transfiguração do “mercado de pulgas” de cultura!

De qualquer maneira, essas modalidades criadoras de utilização têm como caráter essencial desviar o sistema dos *mass media* de seu objetivo deliberado por um artifício e um esforço originais do criador; eles, entretanto, não correspondem aos fins perseguidos e o seu rendimento é, afinal, muito fraco; são meros subprodutos: as sinfonias de música moderna, inspiradas nos programas de canções de sucesso das emissões de “atualidades”, e inscritas no repertório de obras de arte, são raras e sem real importância artística para a evolução da música.

## 2.A DOCTRINA DOGMÁTICA

Uma segunda doutrina que nos sugere o estudo das cadeias de radiodifusão é a que chamaremos *doutrina dogmática*. O sistema de comunicações está nas mãos de um conselho de direção, que possui um quadro de valores categórico e preciso, mas diferente da idéia de suporte de um mercado econômico, quer dizer, de um aprendizado de *slogans* publicitários. A radiodifusão aqui pertence a um partido político, a uma doutrina religiosa, a um Estado que pretende refazer o mundo segundo uma ideologia definida.

De fato, esse sistema não passa de uma variante importante da precedente. Aqui também o quadro de valores é fixado *a priori*, mas não está fixado por critérios econômicos. O sistema de radiodifusão aí não tem por única finalidade ser escutado pelo maior número e no máximo de tempo possível, nem tem como principal recurso o dinheiro recebido dos anunciantes para imprimir nos cérebros motivações econômicas definidas.

A esse limite é levado o sistema nos Estados totalitários; é o sistema da *propaganda*. Ainda aí há uma composição de forças entre os diferentes objetivos e, se o quadro de valores comporta essencialmente elementos de propaganda, comporta também elementos culturais ou sociais que concorrem em cada uma das decisões elementares. Assim, na Holanda, as cadeias de radiodifusão são partilhadas pelas principais religiões existentes no país e devem obedecer a certo número de imperativos comuns.

Um dos *métodos limites* que empregará a radiodifusão propagandista se relacionará com os métodos de publicidade mediante a simples substituição dos *slogans* publicitários por *slogans* dogmáticos. Pode-se imaginar finalmente um rádio calcado sobre os processos demagógicos e utilizando sua taxa de atração sobre o público para inserir, a cada dez minutos, em vez de um *slogan* sobre “a felicidade oferecida pelos refrigeradores X” ou sobre “o poder nutritivo do açúcar”, um outro *slogan* sobre “Deus salvador dos homens” ou “o poder da idéia malásia na União dos povos transafricanos”.

Parece ter sido essa maneira de ver que provocou, efetivamente, o amadurecimento de certas doutrinas da radiodifusão totalitária em país ocupado durante a última guerra. Essas doutrinas, contudo, na razão mesma de sua coerência, não podem ser levadas até o extremo sem meios consideráveis, que até o presente não permitiram sua plena realização: a alma coletiva, que se sente livre ao ser confrontada com uma dúzia de *slogans* relativos às virtudes das sardinhas em conserva, da margarina, do sabão ou dos automóveis, *slogans* cuja relação interna ela não percebe, bem depressa capta a coerência profunda dos *slogans* relativos às virtudes do partido da situação e se lhes torna pouco permeável, exigindo, portanto, a partir daí o emprego de instrumentos mais consideráveis. Logo, não é pela via da “publicidade do dogma” que as doutrinas dogmáticas procederão de preferência, mas sim pela utilização de *fenômenos culturais subliminares*, quer dizer, situados

abaixo do limiar da percepção ou da consciência de cada indivíduo receptor: é a idéia tendenciosa (*bias*) ou de polarização.

O mecanismo real das doutrinas dogmáticas, à medida que são eficazes, repousa diretamente sobre a *esquerdização* do quadro sociocultural, no sentido mesmo da geometria do espaço: deriva de um paralelo entre a “censura” no sentido político e a “censura” no sentido psicanalítico, ou seja, da combinação da repressão *estatística* de um certo número de elementos e da promoção de um certo número de outros. O que é importante aqui, e não foi sublinhado claramente até agora, é que esse aspecto estatístico resulta do mecanismo cumulativo de pequenos desvios, orientados sempre no mesmo sentido, em vez de resultar de ações deliberadas e conscientes. “*Honesty is the best policy*”: é sempre mais lucrativo ser honesto quanto aos fatos do que suprimi-los deliberadamente, porque, logo depois, é necessário reconstruir a imagem do real etapa a etapa, a partir daquela omissão inicial, coisa que exige uma coerência acima das forças humanas. As experiências feitas por Hovland nos EUA são conclusivas a respeito, pois revelam que, num meio possuidor de informações muito diversas, é sempre preferível difundir um quadro geral da *totalidade* dos itens de informações disponíveis, em vez de eliminar alguns cuja ausência então arriscaria ser notada.

Em resumo, a “doutrina dogmática” do rádio age estabelecendo um filtro seletivo e progressivo dos itens que vai difundir. Esses itens, digam respeito a acontecimentos ou sejam culturais, serão *todos* apresentados nas mensagens. A *polarização* das mensagens, na direção desejada, realizar-se-á por meio de diferentes acentuações, com frequências bastante sutis, conforme o item considerado aja no sentido do dogma adotado ou contrariamente a este. Assim, uma radiodifusão religiosa desejará ser bem informada, completa, eclética etc. Difundirá todos os itens que lhe chegarem, mas com uma *frágil* polarização, que deve ser tão frágil a ponto de estar abaixo do *limiar da sensibilidade semântica* do receptor médio, polarização esta que afetará a totalidade ou uma porcentagem importante dos elementos. Estes, dispersando-se na massa, influenciam, discretamente, o conjunto dos criadores da mensagem, que vão recolher nos assuntos de que dispõem temas ligeiramente afastados do que se proporia uma “cultura objetiva”. Estes, por seu lado, serão estatisticamente difundidos com a mesma polarização anterior, e o processo se torna cumulativo.

Possuímos, na história dos modos de comunicação, numerosos exemplos dessa maneira, a qual se manifesta por ocasião de todos os grandes acontecimentos políticos, ocupações e guerras: parece que este tenha sido um dos sistemas mais constantes e mais eficazes das culturas religiosas.

Nesta esquerdização generalizada do ciclo sociocultural pelos modos de comunicação de massa, a reação da massa sobre os criadores e sobre os difusores desempenha um papel menor do que no precedente. Na realidade, essa reação da massa é *controlada* pelos organizadores dos sistemas de difusão, serve-lhes de *feedback* para determinar a noção essencial do limiar da sensibilidade média do receptor, abaixo do que eles devem, numa política coerente, sempre se situar. O quadro sociocultural que resultará dos meios de comunicação de massa será, em resumo, a cada instante, uma imagem reduzida, completa, mas levemente deformada, da cultura global.

Um dos inconvenientes desse sistema — que tem sido amplamente experimentado, pois é um tipo de exploração dos fenômenos subliminares — é que exige uma extrema coerência do difusor, quer se trate da imprensa ou do rádio, ao mesmo tempo que um conhecimento bastante preciso das reações, exigindo deste sistema difusor uma organização interna bastante arrojada, ao mesmo tempo que discreta. O sistema deve perseguir no seu conjunto uma verdadeira política cultural, política que o sistema pode legitimamente pretender e demonstrar, por cima do mercado, ser imparcial, pois enuncia todos os aspectos e todos os elementos do problema.

Aqui, o público receptor não será obrigatoriamente de número maior: o sistema, ao dispor de outros recursos, pode-se permitir o luxo de não satisfazer totalmente seu público na proporção mesmo em que não os frustra totalmente. Em particular, terá interesse em levar seu esforço, na pirâmide cultural, às várias camadas distintas e, sobretudo, às camadas superiores, em que, principalmente, são recrutados os criadores, pelo interesse que o sistema manifesta por todos aqueles que sejam sensíveis à *coloração* que dá às suas mensagens.

Estas camadas superiores da pirâmide cultural pertencem ao micromeio e influenciam diretamente o resto da sociedade cultural de forma desproporcional a seu número. Sendo o objetivo perseguido uma influência difusa sobre o conjunto da sociedade, é proveitoso para os *mass media*, utilizados a serviço de um dogmatismo qualquer, explorar

o condensador de amplificação formado pelo micromeio, pois que este acrescenta sua ação à dos canais de difusão de massa, enquanto, no caso da propaganda econômica, por exemplo, o micromeio tende a se retrair a tal ação. Os intelectuais talvez aceitem ser pagos por uma fábrica de sabão por uma tarefa definida passível de realização por força de um contrato. Mas é bastante difícil conseguir que acreditem na propaganda mais ou menos hábil que são capazes de realizar, no exercício de seu talento profissional; ou que, por simples entusiasmo, o poeta industrial, que, fora de suas horas de trabalho, colabora na redação de uma revista de vanguarda, desabafe em suas colunas seu otimismo pelas virtudes do sabão X. Ao contrário, o jovem jornalista, membro ele de um partido político ou de uma religião, é bastante mais aderente a suas crenças e não existe nenhuma descontinuidade entre a atividade em sua profissão e fora dela; será então sensível aos argumentos dos *mass media* que se lhe encaminham e que ele tornará a pôr em circulação ao amplificá-los pelos canais de difusão que lhes são próprios, contribuindo assim a uma ação bastante mais eficaz.

Ademais, os *mass media*, funcionando segundo a doutrina dogmática que acabamos de expor, podem-se permitir uma certa taxa de afastamento por parte do grande público, pois que sua ação é, a longo prazo, cumulativa, convergente, e seus encarregados estão certos de, a qualquer momento, recuperar a fração que se desgarrou.

Vemos emergir nesse processo a possibilidade, pelo modo de comunicação, de recortarem-se faixas, cada uma delas correspondendo a uma *camada* definida da sociedade cultural; noutros termos, vemos aqui a possibilidade de vários ciclos culturais paralelos correspondentes a mecanismos de isolamento das camadas da pirâmide cultural, segundo o mecanismo exposto no esquema 1, ponto que retomaremos em seguida.

### 3. A DOUTRINA ECLÉTICA OU CULTURALISTA

A exploração do princípio fundamental da circulação da cultura por intermédio dos micromeios e dos *mass media* pode então levar, em reação aos precedentes, a uma terceira doutrina cultural, que seria legítimo qualificar de doutrina *eclética ou culturalista*.

É a própria noção do quadro de conhecimentos, e de cultura humana, em seu sentido amplo, que vai servir de base a essa doutrina; ela utilizará o quadro da cultura universal, tal como o apreendemos no primeiro capítulo<sup>2</sup> e no qual, o que chamamos “a memória do mundo”, não passa do traço material.

Se se admite ser possível, mediante uma análise estatística, represar, pelo menos parcialmente, a partir do conjunto dos acontecimentos culturais e dos materiais que servem de sustento ao conhecimento, a estrutura deste conhecimento, poder-se-á, legitimamente, propor como objetivo conceder ao indivíduo, membro da sociedade, um mobiliário mental, uma cultura individual, que seja de algum modo um reflexo não distorcido, uma imagem reduzida, uma “boa” amostragem, no sentido estatístico, dessa cultura humana mais geral, da qual os filósofos parecem pensar que contém o próprio sentido da aventura do homem: a conquista do mundo pelo poder das idéias.

Isso significaria dizer que o indivíduo se encontraria, em sua vida, num contato então direto com o universo dos conhecimentos; que, em princípio, ele não sofreria distorções notáveis nessa redução maciça da imensa rede dos conhecimentos à modesta rede apreensível pelo cérebro humano; e que este, precisamente, seria o papel dos *mass media*, ou seja, realizar tal função. Noutros termos — e se desprezamos as polarizações inevitáveis que a criatura introduz em sua percepção, a partir do fluxo de mensagens que lhe chegam de seu meio — o quadro sociocultural seria a própria imagem reduzida do conjunto da cultura do mundo, num determinado momento. Satisfaria o ideal de uma boa comunicação entre o homem e o seu meio, social, estético e material; em outras palavras, ofereceria uma adequação do ser às próprias condições de sua vida.

Encontramos aqui, sob sua forma estatística, o ideal frequentemente anunciado da “informação objetiva”, de uma cultura que seria ao mesmo tempo uma educação adulta permanente, a qual permitiria saber a cada momento tudo o que existe no mundo, no sentido do movimento das idéias e dos conhecimentos, e que o faria saber precisamente a importância que cada uma destas tem, de fato, no futuro do universo cultural.

---

2. O primeiro capítulo aludido trata da noção de cultura. Trad. de Amrah de Araújo Cardoso e Maria Helena de Oliveira Torres (Rev. de LCL)..

Isso tornaria a identificar *cultura e valor*, a admitir que não existe outro valor senão a própria cultura, que esta secreta espontaneamente o sentido da vida ou ao menos da vida social: o ser em sociedade não tem outro significado senão seu papel no progresso coletivo da humanidade. Sua vida individual é uma “flutuação” em relação ao desenvolvimento social, podendo esta flutuação atingir taxas consideráveis e representando uma liberdade individual ilimitada, “ortogonal” quanto ao futuro social.

Essa doutrina capta, em princípio, o objetivo que se atribuiu à educação, como às comunicações de massa: imprensa, livros etc., na época democrática e liberal, mas que estes nunca seguiram de fato, por motivos resultantes de seu mecanismo técnico e que, já em data recente, foram claramente enunciados (Mills). À medida que ela afirma a cultura humana secretar seu próprio quadro de valores, independentemente dos valores morais cuja arbitrariedade e importância só foram nitidamente delineados no decorrer dos séculos (Bentham — Nietzsche — Marx — Sartre), poder-se-ia dizer que ela é um *mito permanente* da humanidade, uma ética culturalista. As noções enunciadas por Kant sobre os imperativos categóricos tiram seu valor não de uma transcendência que a cultura recusa, mas do simples fato de que eles são, em um certo momento da evolução histórica, os “conceitos-chave” de uma doutrina de comportamento para uma parte notável do gênero humano, suscetíveis de análises freqüenciais, mas, ao mesmo tempo, passíveis de se tornarem peremptas ao curso de uma evolução que ultrapassa o indivíduo, mas se limita à humanidade.

Pode-se esquematizar essa doutrina culturalista — que deve encontrar seu campo de aplicação numa política dos meios de comunicação de massa considerados como os determinantes modernos do indivíduo e da sociedade — ao nos indagarmos *em que medida uma enciclopédia universal secretará seu próprio quadro de valores*, determinando o comportamento estatístico dos seres que a leriam em razão da importância quantitativa dos diversos elementos de conhecimento que ela contivesse. É, em verdade, bem exato que o comportamento dos homens é em grande parte determinado pela integração em sua memória de sua experiência passada e do fluxo permanente de conhecimentos que recebem de seu meio. Uma tal ética culturalista não diferirá essencialmente de uma ética transcendental, a não ser pela intro-

dução de fatores objetiváveis, quantitativos, resultantes dos progressos do conjunto dos conhecimentos a cada momento.

No sentido histórico, pode-se perguntar em que medida a *Enciclopédia* do século XVIII continha uma “moral”, e se o fato de que, após Cook e Bougainville, um escritor nos refira certo aspecto particular da sexualidade no Taiti não se propõe em si a substituir a dicotomia do Bem e do Mal, sugerida pelos sistemas morais explícitos da época, por uma “ética do mais freqüente”, que difere fundamentalmente de uma ética do conformismo, já que introduz, com o conceito de freqüência, o conceito de *desvio*, aceito como fenômeno natural.

Concebe-se em todo caso, que uma tal “ética culturalista” possa seduzir por sua falta total de transcendência, pelo menos a algumas porções da sociedade, precisamente aos micromeios intelectuais.

Essa doutrina supõe certo número de postulados. Primeiramente, admite que é efetivamente possível conhecer a rede da cultura universal mediante o processo de sedimentação que apresenta a memória do mundo. Mas supõe ainda que todo item, todo átomo de cultura, é assimilável pelo ser humano em razão exclusivamente de sua importância fundamental e *não* em razão de sua dificuldade de apreensão; noutras palavras, que os meios de comunicação de massa, coincidindo aqui com os meios de educação permanente, sejam capazes de *tornar apreensível não importa o quê, não importa a quem*, visto que este não importa o quê tenha uma importância suficiente, quer se trate da distinção sutil entre “velocidade de grupo” e “velocidade de fase” nas ciências da natureza, quer se trate do valor do claro-escuro na renovação da pintura italiana.

De fato, esses postulados não são jamais verdadeiramente satisfeitos como tampouco os referentes à absorção pelo indivíduo das mensagens do quadro sociocultural, sem distorções apreciáveis. O que há de novo nesse domínio é que graças à psicologia social conhecemos muito melhor a natureza e o funcionamento dessas distorções.

Antevemos, ademais, a possibilidade, embora apenas de princípio, de regular-se à vontade a acessibilidade das mensagens. Seria essa a tarefa dos “engenheiros da comunicação”. Os nossos vulgarizadores dela nos apresentam uma pálida idéia. A teoria do nêutron ou a dialética marxista da alienação poderiam ser tornadas tão simples e acessíveis quanto os dilemas sentimentais das estrelas internacionais. A

questão é, supomos, antes da ordem dos *meios*, ou seja, dependente da vontade, do que da ordem mesmo da possibilidade.

Em todo caso, concebe-se que tal doutrina pode servir como política de ação quanto aos meios de comunicação de massa, elementos do campo de percepção de que a rádio-televisão é um dos mais importantes aspectos.

Do ponto de vista prático, finalmente, a que levaria tal doutrina? Ela, no fundamental, implicaria o retorno ao estado em que o quadro sociocultural se apresenta como uma “boa amostragem” do *crescimento* do quadro dos conhecimentos; ou seja, em que a freqüência dos principais temas, domínios ou assuntos nos *mass media* fosse representativa de suas freqüências no crescimento dos conhecimentos e, ao mesmo tempo, fôssemos nós capazes de aprendê-las. Uma de suas conseqüências práticas seria a diminuição do papel que desempenham, no quadro sociocultural, os *acontecimentos* em relação aos *atos de cultura*.

O quadro sociocultural aparece então como o elemento principal que caracteriza os atos do sistema de comunicação, o que foi bem evidenciado, por exemplo, pelos trabalhos de Silbermann sobre a sociologia do rádio. O quadro sociocultural é, por assim dizer, a derivada em relação ao tempo da cultura, exprimindo seu crescimento constante.

O quadro sociocultural é o indicativo do conteúdo dos programas; permite-nos discernir as linhas gerais das tendências e organizá-las segundo uma cultura que é a política efetiva. A doutrina eclética aproxima, na medida do possível, o conteúdo desse quadro do conteúdo da própria cultura, numa época dada, ou seja, cuida no sentido de que cada um desses elementos esteja presente no sistema difusor à massa social numa quantidade (*i. e.*, com uma importância) proporcional à freqüência relativa ou à ponderação do item correspondente na cultura global daquele instante histórico, conformemente ao que tenha sido revelado por uma análise semelhante àquela já neste livro feita (Capítulo I), análise que conduz aos repertórios de cultura que chamamos “memória do mundo” ou “enciclopédia universal”, produtos da logosfera, da atividade “da sociedade” como fabricante dos signos.

Para resumir o mecanismo da doutrina culturalista das comunicações de massa, suponhamos então um item cultural, que apareça sob a forma de publicação científica no micromeio e, ligado a um *acontecimento*, como mensagem nas

notícias das agências. O item, depois de certo prazo de amadurecimento, por função de sua natureza, será analisado e avaliado quanto a seu grau de originalidade, sua taxa de abstração, a frequência de sua situação (por cópia, comentário e citação entre outros) no micromeio, sua taxa de importância para o cidadão etc. Depois deste exame, entrará num sistema de valores,  $x_1, x_2, \dots, x_n$  que o situará no espaço dimensional de um tempo  $t$ . Em razão de sua posição neste espaço, será afetado de um coeficiente de transmissão, que caracterizará o lugar que deverá ocupar nos meios de comunicação de massa, pela ação dos *mediadores* ou dos *intercessores* (Lazarsfeld), cujo papel será transformar algumas de suas coordenadas, em particular as relativas à acessibilidade, à redundância, ao interesse humano etc. Este mecanismo, muito esquematizado, equivale a uma teoria matemática bastante simplificada da produção cultural. O conjunto desses itens transformados constituirá, após a análise de conteúdo, o esquema abstrato do novo quadro sociocultural no tempo  $t + t$ .

Notemos que essa atividade do sistema de comunicação acaba por se inserir numa pequena parte da logosfera, da memória do mundo, no sentido em que já a definimos: trata-se de um processo *cumulativo*, regido no plano matemático por um sistema de equações integrais, porquanto a produção cotidiana é a derivada ponderada de uma função global; um exemplo dessa função de derivada, a “fonoteca”, coleção dos registros de cada cadeia de radiodifusão, periodicamente enriquecerá o fundo comum das fonotecas nacionais ou internacionais, ou seja, acrescentar-se-á àquela enciclopédia universal dos signos, dos sons e das imagens, a cuja estrutura latente chamamos precisamente cultura. No setor musical, a análise dos elementos mais importantes nesse domínio servirá então para orientar os programas musicais.

Em suma, a doutrina eclética ou informacional acaba por transformar o conjunto dos programas num reflexo da cultura, no qual os acontecimentos desempenham um papel relativamente secundário. O instrumento essencial é, então, o próprio quadro sociocultural, guia dos engenheiros da comunicação. Isso, por conseguinte, conduziria à criação, no sentido próprio do termo, de um serviço sociocultural, encarregado da análise do conteúdo global das produções, sob o ângulo estatístico, e encarregado, ademais, de definir o que chamamos, de modo enfático, a “cultura universal”, que, na verdade, se reduz a um estudo muito mais modesto dos eixos principais do pensamento da sociedade.

Convém, em seguida, observar que o sistema que descrevemos existe, de fato, de modo difuso e fragmentário. A maior parte dos meios de comunicação de massa, seja o rádio ou os jornais, tem pretensões culturais; presume, bem ou mal, representar o reflexo da atividade universal do espírito e o que chamamos imperativo cultural no organograma dos quadros dos valores. Isto quase equivale à doutrina informacional que acabamos de definir.

Mas, por um lado, aquelas pretensões culturais são antes impulsos aleatórios e não parte integrante de uma política coerente; a noção de análise de conteúdo escapa à maioria dos produtores ou dos diretores de programas; quanto à noção de estrutura geral dos conhecimentos humanos, em cada momento, está ela acantonada em setores particulares: a dos signos impressos, de um lado, a dos signos da música, de outro, a da mensagem científica doutro nada em setores particulares: a dos signos impressos, de um lado, alguns indivíduos de ampla cultura, que freqüentemente desempenham o papel de eminências pardas na maior parte daqueles organismos, têm uma idéia de conjunto do equilíbrio geral que se deve realizar e desempenham um papel nesse sentido, aliás irregular e a curto prazo.

Doutra parte, os responsáveis pelos meios de comunicação de massa se desviam sistematicamente dessa política cultural, a qual, entretanto, e de modo confuso, julgam como desejável, em nome entre outras coisas da *acessibilidade* das mensagens. Na maior parte das radiodifusões dos países que funcionam segundo o axioma do “*laissez-faire, laissez-passer*” herança do capitalismo do século XIX — as preocupações que regem a escolha das produções e sobretudo suas realizações são, por sua vez, regidas por fatores de curtíssimo prazo, e por preocupações muito imediatas do *menor esforço* da parte dos produtores. Ainda, se considere que a seleção por eles efetuada, em relação ao quadro geral da cultura, em suas produções, é guiada, de fato, quase exclusivamente, de um lado, por sua especialização própria — os produtores, músicos, homens de letras e cientistas agindo cada um de sua parte — e, de outro, pela escolha do assunto *mais fácil de tratar* e que requeira o mínimo de informações, pela escolha, enfim, dos assuntos de *mais fácil entendimento* que não levantem problemas particulares quanto à sua forma. Isso elimina, por exemplo, de modo seletivo a maioria das questões científicas ou técnicas que, realmente, regem o mundo atual, constituindo talvez uma das maiores razões por que os

*mass media* são tão absolutamente infiéis à sua missão informacional, mesmo quando pretendem, ao menos implicitamente, pagar tributo à doutrina eclética, que se considera deva contrabalançar as doutrinas dogmática ou publicista.

É certo que o mundo atual está regido principalmente pela aventura científica, e a análise do conteúdo das bibliotecas basta para demonstrá-lo. Entretanto os produtores — em vez de procurar o que é importante e de conceber sua tarefa como a de alcançar o nível de lisibilidade ou auditibilidade conveniente à camada cultural que representa seu público, tal como ela é definida pelos fatores técnicos (horas de acesso ao rádio, entre outras) — buscam seletivamente o que é de mais fácil acesso para eles e o que é mais fácil de apresentar. Não existem atualmente engenheiros em psicologia da educação, nem engenheiros em educação adulta ou em vulgarização científica, musical ou literária.

Rádio é aquilo que os produtores fazem; este organismo fundamental, que é o “conselho dos programas” aceita ou recusa os projetos de produção que lhe são trazidos, mas não exerce praticamente nenhuma ação positiva no sentido de exigir — por exemplo, como o faria no âmbito de uma ética social dos meios de comunicação — que seja apresentado tal ou qual item fundamental da música moderna ou tal descoberta recente sobre a não conservação da paridade (*parité*) em microfísica, considerando que a tarefa do produtor será *precisamente* a de vencer, quanto a ele no início, quanto aos outros em seguida, as dificuldades de acesso aparentes destes itens e tornar atrativa à ampla massa a música de Mahler, Webern ou Boulez, ou a noção de “*spin*” do nêutron. Ora, no mundo atual, esses conhecimentos têm seguramente um valor de dinâmica cultural pelo menos tão grande quanto as fábulas de Florian ou certa doce música renascentista italiana, que constituem o prato especial dos produtores de rádio mais preocupados com sua função cultural.

O axioma que enunciamos, baseado em recentes trabalhos da teoria da informação, segundo o qual qualquer conhecimento pode ser acessível a qualquer membro da sociedade, sob a condição de que sejam feitos, nesse sentido, os esforços necessários, permanece, no mundo atual, ou pelo menos no Ocidente, uma pura afirmação de princípio, que não recruta na sociedade intelectual — a qual também é guiada pelo princípio do máximo resultado aparente com o menor esforço — indivíduos suficientes para transformar esse axioma em

prática corrente. A pesquisa dos “engenheiros de comunicação” e dos técnicos em comunicações culturais nunca deu lugar a um início de sistematização. Os psicólogos e os homens de grande cultura, que seriam os primeiros designados para se interessar por essas tarefas, estão, na prática, ocupados com outros problemas mais ligados ao fluxo cotidiano da evolução de suas ciências.

Em resumo, a doutrina eclética ou informacional dá como objetivo deliberado aos meios de comunicação de massa constituir, por sua produção, um *reflexo* permanente de uma cultura global; ela se mostra, de modo difuso e quase inconsciente, na base das motivações de todos os sistemas de rádio ou de imprensa que recusam a doutrina demagógica ou a doutrina dogmática. Os instrumentos essenciais de que necessita são os seguintes:

- análise das características estatísticas dos *culturemas* num espaço abstrato de configuração,
- levantamento do quadro sociocultural,
- emergência de linhas diretrizes desta cultura de base, à qual se refere,
- técnicas que permitam, por modos apropriados, a acessibilidade de qualquer item importante a qualquer camada social,
- indivíduos sabedores e desejosos de se utilizarem dessas técnicas.

Todos esses meios só existem em estado de fragmentos mais ou menos rudimentares, de esboço ou mesmo de afirmações teóricas, das quais somente algumas se mostraram possíveis mediante experimentações efetuadas.

Apesar de tudo, parece que está seja a doutrina que anima, de modo difuso, muitas cadeias estatais de rádio, nos países com pretensões democráticas ou, de modo mais nítido, as cadeias culturais, tais como as rádios universitárias nos EUA, os programas de noite na Alemanha, o chamado terceiro programa da BBC na Inglaterra, o quarto programa na França. Estes resolvem a dificuldade fundamental de *acessibilidade* mais ou menos acentuada das coisas importantes de um modo bastante parcial, dirigindo-se deliberadamente a uma *fração* do público, que se reputa possuidor de um nível de educação elevado e, portanto, capaz, em princípio, de se interessar e de compreender suas

transmissões. Logo, todas contam com a colaboração ativa dos receptores, com o dom de sua atenção e de sua inteligência. Esta solução é, aliás, apenas uma indicação, apenas uma tendência, ainda totalmente rudimentar.

Por exemplo, no domínio científico, a defasagem entre ciência e sociedade, que diminuiu largamente nos últimos 20 anos, ainda permanece enorme; é preciso admitir com Conant como princípio diretor que, “de um modo geral, a ciência foi considerada como um objeto à parte e não integrada em nossa cultura”. Ainda não se conhecem, na época atual, emissões de rádio ou televisão consagradas a explicar ao grande público as conseqüências práticas que pode provocar, na técnica, o fenômeno da “ressonância magnética nuclear”, embora nunca tenha sido demonstrado ser impossível explicá-lo de um modo simples, bem como de que não haveria no público pessoas suscetíveis de se interessar pelo assunto, desde que o compreendessem.

#### 4. A DOUTRINA SOCIODINÂMICA

Todo o conjunto das três doutrinas principais que analisamos precedentemente como aplicação da existência nos circuitos culturais, pertence ao que será conveniente denominar *socioestática* da cultura. Cada uma destas doutrinas define:

- a) um estado de coisas cultural
- b) um quadro de valores ou um princípio de base

e, depois, daí pretende deduzir princípios de ação, visando à realização destes valores.

Sendo a cultura, entretanto, um processo cumulativo, vai haver, pelo simples fato da existência desses circuitos, um certo efeito dinâmico de evolução da sociedade, uma variação em razão do tempo numa direção definida. Os criadores, imersos no campo da difusão, reagem, consciente ou inconscientemente, pensando outras criações que se vão incorporar pelos diversos caminhos que descrevemos, no campo global e que, por sua vez, reagem sobre outros criadores etc.

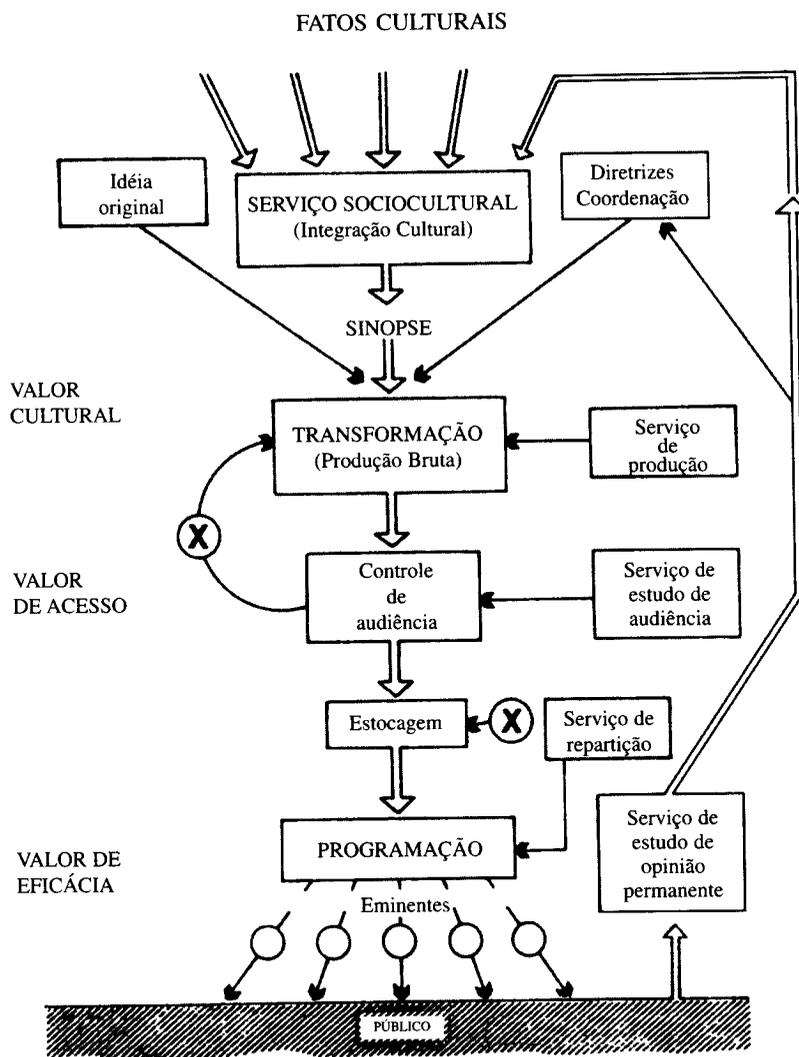
Um exemplo desse processo é a influência do surrealismo que foi outrora o movimento cultural revolucionário nas tendências artísticas

e se incorporou tão bem no espírito dos criadores, sejam eles músicos, pintores, poetas ou jornalistas, que não existe praticamente no mundo atual objeto estético que não revele, quando analisado, uma pequena quantidade de surrealismo, a qual, freqüentemente, é possível de ser dosada mesmo nos cartazes, por exemplo. É, de início, por uma reação sobre o micromeio (circuito curto), depois sobre o meio de massa (circuito longo) que se produziu o processo de incorporação da atitude surrealista no pensamento do homem ocidental.

Há, portanto, em suma, mesmo nessas doutrinas de caráter estático, em que os quadros de valor são fixados pelo tempo, um *processo dinâmico* nos resultados, uma evolução cumulativa. Mas é possível, a partir da doutrina precedente, tal como foi resumida pela idéia de reflexo de uma cultura de base, discernir uma outra atitude, ainda menos passiva, na qual é o próprio quadro de valores que é sujeito à discussão, em nome da orientação de seus elementos quanto ao *passado* (conservação) ou quanto ao *futuro* (evolução).

Noutros termos, é possível sugerir uma *sociodinâmica*, que representa uma ação não sobre a evolução da sociedade cultural, mas sim uma ação sobre a *própria* cultura. Como esta varia de conteúdo a cada momento e a cada época, não é então sobre os elementos de conteúdo — a idéia de Deus, a idéia da Pátria, a idéia de Frigidaire — que se poderia fundar uma tal dinâmica. Ela, entretanto, pode-se referir à própria evolução, de conformidade com as duas atitudes fundamentais que o próprio ser é capaz de assumir diante de uma evolução: desejar que ela se *acelere* ou que se *abrande*. O circuito cultural—criador, difusor, consumidor e seu retorno — oferece precisamente aos homens ou, pelo menos, aos *gate-keepers* a possibilidade de agir sobre a evolução, segundo as duas atitudes que podem tomar a seu respeito, sem, de modo algum, prejudicar a orientação dessa evolução. Elas constituem as duas atitudes fundamentais de uma “política”, no sentido etimológico do termo, a atitude *progressista*, que visa acelerar a evolução, a atitude *conservadora*, que tende a diminuir o ritmo dessa evolução.

Retomando uma imagem de Huxley, se o homem está encerrado numa viatura cujo volante está bloqueado — coisa a que chama a antiquilha da civilização — os únicos recursos que lhe restam são empurrar ou o freio ou o acelerador, para finalmente conseguir seja a sensação do prazer de ver o desfile mais rápido do mundo, seja a sensação de conforto de não se sentir ultrapassado por seu envoltório. Convém acentuar, no contexto dessa imagem, que, *de qualquer modo*,



ESQUEMA 2 — O organograma possível de uma cadeia de radiotelevisão conforme a doutrina sociocultural.

A doutrina sociocultural se propõe como objetivo oferecer à massa, por intermédio do rádio, uma amostra tão correta quanto possível do conjunto do quadro sociocultural da sociedade em um determinado momento. A cadeia de rádio repousa, portanto, sobre um “serviço sociocultural”, que coleta os fatos importantes que aparecem a cada momento na sociedade. Este serviço daí retira uma *sinopse* que é uma rede dos temas de programas ponderados em

não se trata absolutamente de que o condutor tenha uma visão de conjunto do rumo da estrada em que se encontra e, em consequência, toda doutrina baseada nessa destinação não passa de pura metafísica.

Numerosos trabalhos de psicossociologia (Likert, Laswell, Lazarsfeld, Osgood, Stagner) mostraram que esse duplo pólo dialético — expresso por diferentes fórmulas de oposição: progressista-conservador, ativo-passivo numa direção dada, radical-reacionário — constitui um dos fatores fundamentais de explicação das atitudes humanas. No sentido da teoria da análise fatorial, dá conta de uma parte bastante notável da variância das atitudes, seja em escala individual — reação de um indivíduo diante do mundo material que o cerca —, seja na escala das opiniões públicas, seja na escala das opiniões religiosas etc. Todo item, todo culturema pode ser situado numa dimensão universal de valores, “orientado rumo ao passado — orientado rumo ao futuro”.

Ora, a existência de encruzilhadas nos circuitos culturais, de pontos críticos nos percursos desses circuitos, torna possível a um número ínfimo de homens, precisamente os *criadores* e os *condutores dos mass media*, situados em pontos estratégicos do circuito cultural, exercer sobre eles uma ação decisiva. É isso que justifica o interesse operacional de uma análise da cultura e foi a propósito de tal poder — detido, por exemplo, por um conselho de programas, por um conselho de redação de um grande jornal ou por um conselho de leitura de uma grande editora — que notávamos o quanto seus detentores são titulares de uma força, da qual, muitas vezes, não têm clareza de como poderão se servir. Diante da confusão dos meios e dos fins, da complexidade do mercado cultural e à medida que aquela parcela ínfima não procura *exclusivamente* ganhar dinheiro — coisa mais freqüente do que o público tende a imaginar — ela *busca uma doutrina* relativa à sua

função do seu valor. Coleta então para cada um dentre eles idéias originais permitindo apreender cada um dos temas (modo de apresentação, anedotas, idéias filosóficas subjacentes etc.). A *sinopse* é então transformada em uma produção bruta. Esta é filtrada, controlada quanto à sua acessibilidade ao público em função das capacidades deste último, conhecidas através de estudos psicossociológicos. A produção é então *estocada* até sua utilização. Cabe ao serviço de repartição estabelecer a programação em conjunto destes temas, em função da disponibilidade material ou temporal do público, ou dos seus diferentes níveis. Um serviço permanente de opinião controla as reações do público que são em si um fenômeno cultural entre outros, daí retirando as diretrizes de coordenação.

ação possível, e assim reconhece que é importante, embora nem sempre saiba em quê.

Os dirigentes de um sistema de rádio podem precisamente, fora de qualquer quadro de valores dogmáticos, e à medida que seu sistema atinge uma massa importante da sociedade, se perguntar *em que* podem agir sobre o futuro, e aqui uma só opção lhes é oferecida: retardar ou acelerar o devir, sem prejudicar o futuro.

Uma doutrina sociodinâmica, partindo da doutrina culturalista precedente, dará então um passo a mais, afetando cada item de seu quadro de partida de um coeficiente positivo ou negativo, mais ou menos grande, que se poderia chamar coeficiente de evolução, e escolherá um valor “conservador” ou “progressista”. De acordo com esse valor, será conduzida a selecionar, promover ou censurar, de modo *estritamente estatístico*, um número mais ou menos grande de itens orientados em cada sentido, sabendo que o mecanismo cumulativo da sociedade global terá como papel reforçar, ampliar essa ação inicial. Exercerá então um papel de *freio* ou de *acelerador* da evolução.

No fluxo dos acontecimentos, que de qualquer modo ocupam uma certa parcela no material dos *mass media*, é freqüentemente possível discerni-los em razão de uma atitude prospectiva face a face dos acontecimentos passados ou dirigidos ao futuro, que acabam por se fundir naquela escolha polarizada, que é o fundamento de uma doutrina dinâmica do rádio.

Trata-se, em suma, de uma atitude perfeitamente perceptível em certos países onde o amor sentimental pela época de 1900 ou pelos baús Henrique II, inerente ao coração do homem, é compensado por uma acentuação sistemática das virtudes conquistadoras das profundezas do átomo, do espaço ou da complexibilidade dos organismos.

Pode-se entretanto perguntar se a idéia de base da natureza humana, que serve de ponto de partida aos engenheiros da comunicação dos países novos que se esforçaram nesse sentido, não será um pouco simplista e se, ao se recusarem a penetrar nos profundos domínios psicológicos do amor pelas coisas velhas, não condenam, por isso mesmo, seu ponto de partida a uma certa ineficácia, criadora de frustrações.

## 5. O ASPECTO PRÁTICO DAS DOCTRINAS SOCIOCULTURAIS

As doutrinas de base cultural que acabamos de descrever, quer se trate da dogmática, da eclética ou sociodinâmica no sentido em que definimos este termo, repousam *todas* na idéia de um quadro sociocultural, em oposição à doutrina demagógica que repousa essencialmente na sondagem das audiências; implicam então a existência de um certo número de instrumentos associados aos *mass media*, dos quais cada uma fará um uso ligeiramente diferente. Entre esses instrumentos da política cultural convém mencionar: *os serviços socioculturais, as indústrias de transformação das mensagens, os controles de produtos acabados*. Notemos que, de fato, nenhuma dessas quatro doutrinas, que nitidamente isolamos por necessidade de exposição, é apresentada em estado puro, em nenhum dos sistemas de comunicação de massa: nenhum canal de televisão se arriscaria a ser integralmente publicista ou demagógico. Todos os sistemas apresentam de fato uma mistura das quatro doutrinas expostas, em proporções variáveis. Por outro lado, eles possuem, sob formas diversas, um certo número dos mecanismos enunciados correspondente a serviços tais como os que enumeramos anteriormente.

Tais serviços serão fixados em cada um dos canais de comunicação (rádio, imprensa, televisão, cinema etc.) ou, no interior desses canais, em cada uma das empresas de comunicação, à medida que estas sejam independentes ou, mesmo eventualmente, competitivas. Esses serviços terão um papel consultivo, mas determinante, a partir do momento em que serão eles que explicitarão o quadro sociocultural do canal particular estudado sob uma forma quantitativa, mediante uma análise freqüencial permanente do conteúdo.

Poder-se-ia dizer que representam as estações meteorológicas do clima cultural, encarregados de nos fazer conhecer o que existe para determinar o que vai existir.

Tecnicamente, sua tarefa repousa:

- a) sobre a análise do conteúdo, sobre um inventário tão exato, se não tão completo quanto possível, dos “culturemas” de uma sociedade;
- b) de outro lado, sobre o esclarecimento do valor cultural que os acontecimentos assumem a cada instante.

Relembremos que todas as doutrinas socioculturais repousam, em suma, numa comparação ponderada em razão de um quadro de valores particulares entre a representação do que o canal de comunicação difunde e o inventário da bagagem intelectual latente da sociedade, tal como é ela condensada na “memória do mundo”.

Visto sob essa forma, poder-se-ia pensar que este papel dos circuitos culturais é uma mecânica bastante artificial e aquela demografia permanente do conhecimento não pode de maneira alguma existir na realidade. O fato, entretanto, é que existem numerosas aproximações, constituindo uma função *latente* da sociedade. Essa latência, por sua vez, significa que a sociedade não é consciente da existência dela, mesmo quando a usa.

Existe com efeito um número enorme de instituições ou de organismos que se preocupam com a análise permanente do conteúdo cultural de uma sociedade. Assim, as sociedades comerciais de informações gerais, tais como as que se chamam na França “SVP”, que têm precisamente por finalidade efetuar um inventário permanente da curiosidade do mundo, a fim de lhe poder responder por meios financeiros. Esses organismos, tipicamente modernos, que exploram comercialmente a mercadoria cultural, estão ligados à necessidade de informações, que teriam sido inimagináveis há quarenta anos.

O sistema conhecido na França sob o nome de “SVP” é um organismo criado em meados de 1936 por um ministro de Estado, Georges Mandel, que havia notado a necessidade demonstrada por muitos dos meios comerciais, financeiros, industriais ou intelectuais de dispor de um meio de responder às questões mais heterogêneas, sem que, eles próprios, necessitassem pagar o pesado ônus da pesquisa. Mandel pensava responder a tal necessidade mediante um serviço telefônico de informações gerais para uso do público. Sua idéia tomou depois na França uma amplitude considerável e serviu de protótipo aos organismos de venda ao público de *Informações*, sob a forma mais geral.

Para vender a informação, é preciso tê-la, e um tal serviço deveria então estabelecer uma rede racionalizada de fontes de informação; o que nos interessa é que ela deverá ser racionalizada em *função* das necessidades de conhecimentos no sentido mais amplo. O conjunto dos fichários de tais organismos representa então um tipo de *inventário da curiosidade* do público, já que ele é construído com a função de responder-lhe.

Uma análise do conteúdo e da estrutura das perguntas revelará então os fatores de desenvolvimento desse apetite de conhecimentos que é polarizado pelas aplicações concretas, pois a resposta a tais perguntas implica, segundo as modalidades bastante sutis, uma retribuição

financeira. A análise fatorial das questões propostas a estes organismos nunca foi feita — se bem não haja dificuldades fundamentais — mas sabe-se, por exemplo, que o reflexo que ela oferece das necessidades de informação do público está bem mais próximo da evolução cultural do que estão, por exemplo, as agências de notícia que alimentam os *mass media*. Por elas ainda se verifica que os “acontecimentos” desempenham um papel bem menor que os “conhecimentos”. Mais precisamente, os indivíduos se dirigem a tais organismos justamente para ter acesso a um fenômeno cultural, a algo permanentemente retido pela sociedade, a um conhecimento no sentido próprio do termo. Os indivíduos só retêm os “acontecimentos” — ou seja, os acidentes históricos do contínuo espaço-temporal — no que eles têm de permanente, ou de previsível, ou de repetitivo, quer dizer, *por aquilo que os inscreve* na cultura, por serem estes os dotados de recursos para a ação. Acresce ainda que os acontecimentos, em geral de caráter histórico, portanto transitórios, só constituem uma parte reduzida da atividade de todo sistema de documentação, enquanto, por outro lado, formam a parte principal dos meios de comunicação de massa.

Em resumo, a análise dos canais de radiodifusão nos demonstrou o seguinte:

1. A radiodifusão, como todo sistema de comunicações de massa, necessita, em certo nível, de uma *doutrina* relativa ao fim que visa. É esta doutrina que vai determinar sua estrutura técnica, contrariamente ao que se passou no início de sua história.
2. Pode-se discernir quatro doutrinas principais dos *mass media*, segundo elas levam mais ou menos em conta os valores culturais, doutrinas aplicadas pelos dirigentes desses meios de comunicação de massa, supostamente “de boa vontade”.
3. A *doutrina demagógica* visa fazer que o indivíduo imerja num campo publicista e aí se mantenha o maior tempo possível por um apelo constante à sua tendência ao menor esforço. Procura condicioná-lo neste campo a aderir a um certo número de *valores* que constituem, para ele, motivações permanentes: os valores da sociedade de consumo. Considera a cultura um ele-

mento de atração “decorativa”, que se ligará à vontade a qualquer elemento disparatado do campo de valores.

4. A *doutrina dogmática* procura também colocar o indivíduo num campo de influências orientado; seus valores são permanentes e hierarquizados, pertencendo a abstrações sociais como o Estado, a religião ou a virtude. São estes valores que vão deformar, de modo discreto e subliminar, os *culturemas* escolhidos. Pela reação estabelecida entre o público e criadores, este processo se torna *cumulativo* e pode modelar, ao fim de um certo tempo, a própria face de uma civilização.
5. A *doutrina eclética* ou informacional se propõe como uma reação às doutrinas precedentes; procura basear-se na própria existência dos ciclos socioculturais, e, conseqüentemente, sobre o funcionamento dos meios de comunicação de massa. Pretende então substituir todos os valores extrínsecos por valores tirados da própria noção de cultura, ou seja, por uma espécie de “enciclopedismo”, visando elevar o indivíduo ao nível da cultura da sociedade em que vive. Pode-se dizer que ela propõe como *valor único, a adequação do homem a seu meio cultural*. Essa doutrina pretende alcançar tal objetivo, dispondo dos canais culturais de tal modo que, analisando as diversas transferências do quadro de conhecimentos para o mobiliamento do cérebro — o qual, de um ponto de vista estatístico, é um reflexo sem muitas distorções do precedente —, o indivíduo se mostraria como um microcosmo da sociedade constituindo seus conhecimentos, interesses e valores, uma “boa” amostragem dos presentes nesta época e nesta sociedade.
6. Isso implica a possibilidade de que qualquer culturema pode-se tornar *convenientemente condicionado* a qualquer indivíduo, o que, por sua vez, implica a existência de uma doutrina da educação adulta e uma nova espécie de engenheiros em comunicação social, capazes de aplicá-lo e suficientemente numerosos para assim procederem.
7. A teoria culturalista terá como primeira conseqüência desvalorizar o aspecto de acontecimento (*évenementiel*) ou histórico da vida cotidiana, em proveito de um aspecto propriamente

intelectual, ou seja, valorizar as idéias em lugar dos fatos, insistindo na integração dos fenômenos históricos pelo espírito.

8. A doutrina culturalista não é realizada de modo extensivo na sociedade atual, principalmente em razão da falta de “engenheiros em comunicação” que sejam suscetíveis de realizar seus pressupostos de forma adequada; essa falta se traduz por uma certa necessidade potencial, muito mal atualizada. Mas essa doutrina culturalista não é ignorada em meios de comunicação de massa como o rádio, e dela já existem numerosos fragmentos de realização. Em todo caso, de um modo latente, ela já vale para os micromeios alimentados por canais especializados, funcionando num “circuito” curto de cultura. As radiotelevisões universitárias ou estatais, especialmente nos estados socialistas, dela constituem abordagens mais ou menos conscientes.
9. Além desta função específica que seria a tomada de consciência explícita do quadro de conhecimento, a cada momento extraído da memória do mundo, a doutrina culturalista requer a análise do quadro sociocultural, das técnicas de condicionamento dos itens e seu controle. Ela, enfim, exigiria uma integração sistemática de todo o conjunto dos canais de comunicação, para que todos participem de uma ação comum. Assim, não será possível, num plano prático, definir uma política cultural de um meio particular de comunicação de massa, como a radiotelevisão, sem levar em conta todos os outros: há mensagens que encontram espontaneamente, e algumas vezes quase necessariamente, seu lugar num canal particular, antes que noutro qualquer. É o que se dá especialmente com as mensagens estéticas; não se pode substituir uma fita de cinema por sua descrição, do mesmo modo que não se poderia substituir uma obra sinfônica por sua partitura. Esta especificidade dos canais, contribuindo a uma ação comum, vai então condicionar as partes do quadro cultural de que cada indivíduo se responsabilizará. Assim, por exemplo, relembremos a relação entre o *rádio*, retransmissor de notícias, e a *imprensa*, que nos oferece um suporte material que permite, sobretudo, o retorno a uma fonte, que não é mais fugitiva e que integra os acontecimentos inesperados, tanto

quanto os seus próprios prazos. Modo de acesso e modo de retenção são os elementos essenciais do sistema.

10. Mais além da doutrina culturalista, porém nela baseada, pode-se delinear uma *quarta doutrina dinâmica* que acresce à idéia culturalista do reflexo da sociedade sobre um indivíduo, como condição de adequação deste último a seu meio, o vetor fundamental de *tomada de posição* do ser de uma sociedade em seu conjunto diante de sua própria evolução: *acelerar* ou *retardar* esta evolução, já que se deve admitir que não é possível e é talvez pouco desejável orientar qualitativamente tal evolução, ou seja, prever seu objetivo e que tudo que essa sociedade pode fazer é agir sobre a velocidade de sua própria evolução.
11. Para atingir o objetivo precedente, uma política dos *mass media*, derivada da política culturalista, procurará *atribuir* a cada culturema um novo coeficiente provido de um signo que se poderia chamar *vetor de evolução*, orientado tanto para o passado quanto para o futuro, e o canal de comunicação filtrará o fluxo de culturemas com uma escolha preferencial *seja para o futuro* (atitude progressista), *seja para o passado* (atitude conservadora). Sendo o ciclo cultural de natureza cumulativa, essa filtragem poderá ser extremamente discreta e frágil, já que sua ação se acrescenta a si mesma em cada ciclo, cabendo aos criadores reagir aos materiais intelectuais que seu meio lhes oferece.

## COMUNICAÇÃO DE MASSA, GOSTO POPULAR E A ORGANIZAÇÃO DA AÇÃO SOCIAL

*Robert K. Merton e Paul F. Lazarsfeld*

## COMENTÁRIO

Robert K. Merton é, juntamente com Talcott Parsons, o sociólogo norte-americano mais celebrado. Paul F. Lazarsfeld, de sua parte, forma com B. Berelson, Nathan Leites, Leo Lowenthal e H. Lasswell a equipe dos mais influentes pesquisadores da sociologia da comunicação de orientação americana.

O texto selecionado fez inicialmente parte do livro *The Communication of Ideas* (Harper & Brothers, 1948), sendo depois incluído na antologia realizada por B. Rosenberg e D. M. White, *Mass Culture, The Popular Arts in America* (The Free Press, 1957). O ensaio portanto é anterior ao estudo mais conhecido que Merton dedicaria ao tema em sua obra capital, *The Social Theory and Social Structure* (The Free Press of Glencoe, Illinois, 1949).

Pela abordagem, o leitor tem condições de aferir a prática funcionalista, empreendida por um de seus principais elaboradores. Pertencendo a uma geração que já conta com os frutos dos primeiros grandes funcionalistas, basicamente antropólogos sociais como Malinowski e Radcliffe-Brown, Merton tem a vantagem de poder retificar o funcionalismo ainda ingênuo das formulações prévias. É assim que no capítulo de abertura de *The Social Theory* (“Manifest and Latent Functions”) passa criticamente em revista o conceito de função e os artigos de fé do primeiro funcionalismo, procurando desfazer a sinonímia

entre funcionalismo e teoria ideologicamente conservadora, mediante a introdução de conceitos operacionais como o de disfunção e pela diferença entre funções manifestas (as “consequências objetivas que contribuem para o ajuste ou adaptação ao sistema, que são intencionais e reconhecidas pelos participantes no sistema”) e latentes (“aquelas que não são nem intencionais nem reconhecidas”).

Embora levemente anterior, o ensaio aqui traduzido já dispõe e manipula esse aparato conceitual. Sua leitura, porém, antes infirma do que confirma as pretensões de Merton. E, por ser extensa a influência dos dois autores nos estudos norte-americanos sobre o significado dos *mass media*, somos levados a dizer: seus pontos fracos se reproduzem muito além da área assinada por seus nomes. Pois, como tanto já se repetiu, o método de análise *determina* o objeto analisado. Sumarizemos então por que é insuficiente a abordagem funcionalista.

Introduzindo o conceito de disfunção, Merton sem dúvida se afasta da mera transposição do conceito biológico — em que um órgão é encarado pela função de equilíbrio e “irrigação” que desempenha quanto ao todo orgânico — freqüente nos funcionalistas anteriores. Assim acontece porque a disfuncionalidade em um contexto de indagação funcional supõe que no “organismo” social são relevantes tanto os elementos de equilíbrio quanto os de perturbação. Mas a vantagem é débil e relativa. É o que se percebe mediante a indagação lógica comparativa dos conceitos de disfunção e contradição, notando-se que o segundo não aparece no arsenal funcionalista. A disfunção se define por antítese à função e esta significa o papel integrativo — consciente ou inconsciente — quanto ao sistema social. Contradição, por sua vez, supõe a existência de um desequilíbrio estrutural, não podendo sua natureza ser esclarecida mediante a simples recorrência ao elemento antitético: o equilíbrio ou ajuste. Daí deduzimos: ao utilizar o conceito de disfunção, o analista fica metodológica e instrumentalmente preso à imagem de seu oposto, seja a ordem efetiva que funciona, sejam princípios gerais que o sistema teria interesse em ver funcionar (já veremos que o estudo de Merton se inclina pela segunda alternativa). Inversamente agora, ao utilizar o conceito de contradição social, o analista necessita sobrepor a idéia de estrutura, de brecha ou ruptura estrutural, à idéia de função. Pois a contradição supõe um desequilíbrio estrutural — não na simples organização social —, *i.e.*, a tensão de estruturas antagônicas, uma dominante, outra dominada, uma formu-

lada como sistema, a outra como anti-sistema. Num caso, o instrumental leva a um objeto monovalente, pois, como vimos  $\text{Disf} \rightarrow \text{F}$ . No outro, o instrumental impõe a revelação, em nível mais profundo, de uma bivalência em choque. Essa bivalência não se confunde com o plano em que se situam as funções manifestas e latentes: são determinantes que não se esgotam sob a nomenclatura de funções. Desta reflexão, chegamos à segunda conclusão: por sua própria teoria, o funcionalista é levado a enfatizar estrutura de superfície, não importa o papel que assegure às funções latentes. Daí compreendermos as debilidades em que este ensaio recai. Confirma-se lendo o que escrevem os autores acerca da terceira consequência social dos *mass media*. Tomam-na como disfuncional “supondo-se que não seja do interesse da complexa sociedade moderna ter uma grande parcela da população politicamente apática e inerte”. Qual a cientificidade da suposição? Por que o politicamente apático não seria de alta funcionalidade para o sistema considerado se o apático é um integrado passivo nos valores do *establishment*, ou seja, seu não contestador? A afirmação só tem sentido numa estrutura de superfície onde é obviamente absurdo querer manter apolitizada a comunidade. Mas já não terá se indagamos a razão por que os sistemas atuais preferem este rumo. O apático só é um peso morto do ponto de vista da contestação, pois implicitamente é uma reserva de que o *establishment* dispõe, seja para não perturbar nos tempos de “paz”, seja para ser mais facilmente capturado em tempos de emergência. Ora, tal mudança de consideração exige ir-se além do funcional e suas variáveis dependentes. É a teoria que postulam, ademais, a explicar por que os autores não consigam descobrir a especificidade da cultura de massa. Utilizando uma lógica monovalente, CM é para eles definida como a disfunção de CS. CM é o que degrada o gosto, o que reitera o redundante etc. Como CM se define? A partir de leis formuladas quanto ao sistema social. Ou seja, CM não é um sistema próprio, mas o reflexo — funcional ou disfuncional — de um sistema macrosocial. Conclusão que irmana funcionalistas e marxistas de linha reflexológica, Coincidência explicável pelo uso do mesmo tipo de lógica.

LCL

## COMUNICAÇÃO DE MASSA, GOSTO POPULAR E A ORGANIZAÇÃO DA AÇÃO SOCIAL

*Robert K. Merton e Paul F. Lazarsfeld*

Os problemas que ocupam a atenção dos homens mudam, não de uma forma arbitrária, mas, geralmente, de acordo com as demandas em mudança da sociedade e da economia. [...] Como um grande número de conferências, livros e artigos atualmente indica, o papel do rádio, imprensa e filme na sociedade vem-se tornando um problema de interesse para muitos e uma fonte de preocupação para alguns. Esse deslocamento do interesse público parece ser decorrente da soma de várias tendências sociais.

### A PREOCUPAÇÃO SOCIAL COM OS MASS MEDIA

Muitos se preocupam com a ubiqüidade e poder em potencial dos *mass media*. Sente-se, geralmente, que os *mass media* contêm um poderoso instrumental que poderá ser utilizado para o bem ou para o mal e que, na ausência de controles adequados, a última possibilidade apresenta-se como a mais provável. Os *mass media* são os veículos da propaganda, e os americanos têm medo, um medo estranho do poder da propaganda. Como o observador britânico William Empson recentemente comentou sobre nós: "Eles crêem na máquina mais apaixonadamente do que nós; e a moderna propaganda é uma máquina cien-

tífica; parece-lhes, portanto, óbvio que um simples homem racional não possa enfrentá-la.” Tudo isto se resume numa atitude singularmente infantil, contra qualquer pessoa que esteja fazendo propaganda: “Não deixe que aquele homem se aproxime! Não deixe que ele tente, porque senão na certa cairei.”

A ubiqüidade dos *mass media* nos leva prontamente à crença, quase mágica, em seu enorme poder. Mas existe outra base, talvez mais realista, para esta ampla preocupação com o papel social dos *mass media*. Referimo-nos aos diversos tipos de controle social que poderosos grupos de interesse exercem na sociedade. Cada vez mais, os principais grupos de poder, entre os quais o mundo do negócio organizado (*organized bussiness*) ocupa a posição de maior destaque, vêm adotando técnicas para manipular o público de massa (*mass public*) pela propaganda, ao invés de empregar meios mais diretos de controle. As organizações industriais não mais obrigam à criança de oito anos estar a serviço de uma máquina durante 14 horas por dia. Ao invés disto, preocupam-se com requintados programas de “relações públicas”; colocam extensos anúncios de grande impacto nos jornais do país; patrocina numerosos programas radiofônicos; organizam competições à base de prêmios, sob a orientação dos conselheiros de relações públicas; estabelecem fundações de beneficência e apóiam as causas meritórias. O poder econômico parece ter reduzido a exploração direta, voltando-se para um tipo mais sutil de exploração psicológica alcançada em grande parte pela propaganda disseminada pelos *mass media*.

Essa mudança na estrutura do controle social merece um cuidadoso exame. As sociedades complexas são sujeitas a formas diversas de controle organizado. Hitler, por exemplo, utilizou-se da forma de controle mais visível e direta: a violência organizada e a coerção da massa. Nos Estados Unidos, a coerção direta tem-se minimizado. Se as pessoas não adotam as crenças e atitudes pleiteadas por um grupo qualquer de poder — digamos, a Associação Nacional de Manufatureiros —, não serão eliminadas ou postas em campos de concentração. Aqueles que pretendem controlar as opiniões e crenças de nossa sociedade utilizam-se cada vez menos da força física, e cada vez mais da persuasão em massa. Os programas de rádio e o anúncio institucionalizado substituem a violência e a coerção. A preocupação manifesta quanto às funções dos *mass media* deve-se, em parte, à observação válida de que

estes meios tomaram para si a tarefa de conformar o público de massa ao *status quo* social e econômico.

Uma terceira fonte de ampla preocupação com o papel social dos *mass media* se encontra em seus efeitos supostos sobre a cultura popular e o gosto estético de seu público. Tem-se afirmado que, à medida que a assistência aumenta, o nível de gosto estético tem decaído. Teme-se que, propositadamente, os *mass media* acatam tais gostos vulgarizados, assim contribuindo para uma decadência cada vez maior.

Parece provável que esses pontos constituem os três elementos, organicamente relacionados, de nossa preocupação com os *mass media*. Em primeiro lugar, muitos temem a ubiqüidade e o poder em potencial desses meios. Temos sugerido que isto se assemelha ao medo indiscriminado de um fantasma, e provém de uma posição social insegura e de valores tenuamente mantidos. A propaganda mostra-se ameaçadora.

Existe, em segundo lugar, a preocupação com os atuais efeitos dos *mass media* sobre seu enorme público e, mais especificamente, com a possibilidade de que seu contínuo assalto leve à entrega incondicional da capacidade crítica do público a seu inconsciente conformismo.

Finalmente, existe o perigo de que esses instrumentos de comunicação de massa, tecnicamente avançados, levem a séria deterioração dos gostos estéticos e dos padrões culturais populares. Temos também sugerido que existem razões significativas para a preocupação com os efeitos sociais imediatos dos *mass media*.

Examinar o atual estado do conhecimento corrente relativo ao papel social dos instrumentos de comunicação de massa e a seus efeitos na comunidade norte-americana de hoje é um trabalho ingrato, pois o conhecimento digno de confiança e respeito é impressionantemente pequeno. Pouco mais pode-se fazer além de examinar a natureza dos problemas empregando métodos que, no decorrer de muitas décadas, nos fornecerão o conhecimento que buscamos. Apesar desse preâmbulo ser pouco animador, dá-nos o contexto necessário para avaliar a pesquisa e as conclusões provisórias daqueles que se preocupam profissionalmente com o estudo dos *mass media*. Um reconhecimento do terreno localizará o que precisamos saber e localizará os pontos estratégicos que requerem pesquisas posteriores.

Procurar os “efeitos” dos *mass media* na sociedade é focalizar um problema mal definido. Será útil distinguirmos três facetas do problema e considerarmos cada uma separadamente. Primeiramente, vamos inquirir sobre o que sabemos dos efeitos desses meios em nossa sociedade. Em segundo lugar, devemos investigar os efeitos da estrutura de propriedade e operação peculiares aos *mass media* deste país, estrutura esta que tanto difere daquela encontrada noutros lugares. E, finalmente, devemos considerar aquele aspecto do problema que lida mais diretamente com a política e as táticas determinantes do uso desses meios para fins sociais definidos: o nosso conhecimento dos efeitos do conteúdo específico difundido pelos meios de comunicação de massa.

#### O PAPEL SOCIAL DA MÁQUINA DOS *MASS MEDIA*

Que papel social pode-se atribuir aos *mass media* em virtude de sua existência? Quais são as implicações de uma cidade como Hollywood, de um cinema-teatro como Radio-City, ou de uma empresa como Time-Life-Fortune quanto à nossa sociedade? Estas perguntas somente podem ser discutidas em termos especulativos gerais, uma vez que nenhuma experimentação ou estudo comparativo rigoroso é possível. As comparações feitas com outras sociedades que não possuem esses instrumentos são muito rudimentares para que obtenhamos resultados decisivos, e comparações com épocas anteriores da sociedade norte-americana resultariam em afirmações muito gerais, em vez de fornecerem demonstrações precisas. Neste caso, a concisão é o caminho mais indicado, e as opiniões devem ser cautelosas. Provisoriamente, julgamos que o papel social representado pela mera existência dos *mass media* tem sido grandemente superestimado. Quais são as razões para este julgamento?

É evidente que os *mass media* atingem uma vasta platéia. Aproximadamente 70 milhões de americanos vão semanalmente ao cinema; a circulação de nossos jornais diários é de mais ou menos 46 milhões de exemplares; aproximadamente 34 milhões de lares americanos possuem rádio, sendo que, nestes, o americano médio o escuta durante umas três horas por dia. Apesar desses dados serem impressionantes, apenas nos fornecem cifras de oferta e consumo, e não os dados sobre os efeitos dos *mass media*. Focalizam o que as pessoas fazem, e

não o impacto social e psicológico deste meio. O fato de se conhecer o número de horas que as pessoas utilizam o rádio nada nos indica sobre os efeitos daquilo que ouvem. O conhecimento dos dados de consumo no campo dos *mass media* dista muito de seus efeitos totais sobre o comportamento, as atitudes e as perspectivas.

Conforme indicamos anteriormente, não podemos utilizar experimentações comparativas, com ou sem os *mass media*, na sociedade norte-americana atual. Provisoriamente, porém, podemos comparar os seus efeitos sociais com os do automóvel, por exemplo. Provavelmente a invenção do automóvel e seu desenvolvimento como comodidade cuja propriedade é possível para a massa tem um efeito significativamente maior na sociedade do que a invenção do rádio e seu desenvolvimento como meio de comunicação de massa. Considerem-se os complexos sociais atingidos pelo automóvel. Sua mera existência tem exercido pressão para melhores estradas e, com estas, a mobilidade aumentou enormemente. A forma dos aglomerados urbanos foi significativamente afetada pelo automóvel. E, aventuramo-nos a dizer, as invenções que ampliam o raio de movimento e ação exercem maior influência sobre a perspectiva social e a rotina diária do que aquelas que estimulam as novas idéias — idéias estas que podem ser evitadas pelo retraimento, contornadas pela resistência e transformadas pela assimilação.

Admitamos, por um momento, que os *mass media* ocupam um papel maior na formação de nossa sociedade. Então, por que são objeto de tanta crítica e preocupação popular? Por que tantos se afligem com os problemas criados pelo rádio, o cinema e a imprensa — e tão poucos se preocupam com os problemas criados pelo automóvel e o avião, por exemplo?

Ao somarmos as fontes de preocupação antes notadas, observamos que existe uma base psicológica inconsciente para aquela preocupação, a qual deriva de um contexto sócio-histórico. Muitos fazem dos *mass media* alvo de crítica hostil porque se sentem logrados pelo rumo dos acontecimentos.

As mudanças sociais atribuídas aos “movimentos de reforma” são cumulativas, embora lentas e aparentemente insignificantes. Os fatos que se apresentam na superfície são bastante conhecidos. A semana de 60 horas reduziu-se à semana de 40 horas; o trabalho de menores aos poucos vem sendo eliminado; a educação gratuita universal, mal-

grado todas as suas deficiências, tem-se institucionalizado progressivamente. Estes e outros ganhos demonstram uma série de reformas vitoriosas. As pessoas têm agora mais tempo livre e, aparentemente, maior acesso ao acervo cultural. Mas o que fazem desta disponibilidade, para eles conquistada com tanto sacrifício? Ouvem rádio e assistem cinema. Os *mass media* assim parecem ter roubado aos reformadores os frutos de suas vitórias. A luta pela liberdade, o lazer, a educação popular e a previdência social foram levados avante na esperança de que as pessoas, uma vez livres de seus grilhões, viessem a se valer da importante herança cultural de nossa sociedade — Shakespeare ou Beethoven ou talvez Kant. Ao invés disso, voltam-se para Faith Baldwin, Johnny Mercer ou Edgar Guest.

Muitos sentem-se lesados com semelhante recompensa. A situação assemelha-se à primeira experiência de um rapazola no difícil campo do amor adolescente. Profundamente apaixonado por sua amada, economiza sua mesada durante semanas e semanas para, finalmente, lhe comprar uma bela pulseira. E a “eleita”, de tão maravilhada com seu presente, que logo marca um encontro com outro, a fim de exibilo. As nossas lutas sociais se encontram no mesmo pé de igualdade. No decorrer de muitas gerações, os homens lutaram para que as pessoas tivessem mais horas de folga e elas agora são gastas em escutar uma estação de rádio, ao invés de serem usadas em frequentar, por exemplo, uma universidade.

#### ALGUMAS FUNÇÕES SOCIAIS DOS *MASS MEDIA*

Ao continuarmos o nosso exame do papel social atribuído aos *mass media* simplesmente pelo fato de “existirem”, abstraímos-nos provisoriamente da estrutura social em que eles se inserem. Não consideramos, por exemplo, os efeitos diversos dos *mass media* sobre os sistemas multiformes de propriedade e controle — um importante fator estrutural que discutiremos subsequente.

Os *mass media* preenchem, indubitavelmente, muitas funções sociais que bem se podem tornar objeto de prolongadas pesquisas. Entre estas, focalizaremos apenas três.

*Função de Atribuição de Status:* Os *mass media* atribuem *status* às causas públicas, às pessoas, às organizações e aos movimentos

sociais. A experiência cotidiana, assim como a pesquisa, atesta que a posição social das pessoas ou que um programa político é favorecido quando repercute positivamente nos *mass media*. Em muitos lugares, por exemplo, o fato do *Times* apoiar um candidato para um cargo político, ou apoiar um programa de âmbito público, é tomado como fator significativo; esse apoio é considerado uma vantagem para o candidato ou para o programa. Por quê?

Para alguns, as opiniões dos editoriais do *Times* representam o julgamento ponderado de um grupo de especialistas, exigindo, portanto, o respeito dos leigos. Mas esse é somente um elemento na função de atribuição de *status* dos *mass media*; o *status* mais valorizado é atribuído àqueles que apenas são citados pelos *media*, independentemente de qualquer apoio editorial.

Os *mass media* conferem prestígio e crescem a autoridade de indivíduos e grupos, *legitimando seu status*. O reconhecimento pela imprensa, rádio, revistas ou jornais falados atesta que uma nova personalidade despontou; um “alguém” de opinião e comportamento bastante significativos para atrair a atenção do público. O mecanismo desta função de atribuição de *status* é patente na propaganda-padrão com testemunhos em que “pessoas importantes” endossam um determinado produto. No largo âmbito da população (embora não em certos estratos sociais selecionados), tais testemunhos não somente destacam o prestígio do produto mas também canalizam prestígio para a pessoa que testemunha. Eles atestam publicamente que o grande e poderoso mundo do comércio a considera possuidora de *status* suficientemente elevado para que sua opinião pese para muitas pessoas. Em suma, seu testemunho é um testemunho de seu próprio *status*.

A personificação ideal, ainda que simplista, que engloba esse modelo circular de prestígio é encontrada na série de anúncios de Lord Galvert\* focalizando os “Nen of Distinction”. A firma comercial e sua testemunha comercial empenham-se numa interminável série de recíprocas “pancadinhas nas costas”. Com efeito, um “homem distinto” cumprimenta um uísque de classe, o qual, por intermédio do produtor, cumprimenta esse “homem distinto” pelo fato de sua “distinção” merecer uma solicitação do testemunho à classe do produto. O funcio-

\* Marca de uísque. (N. do T.)

namento dessa “sociedade de admiração mútua” pode ser tão ilógico quanto eficiente. O público dos *mass media* aparentemente é adepto da crença circular: “Se você realmente é importante, estará no foco de atenção da massa, e se você está no foco de atenção da massa, então com certeza você é realmente importante.”

A função de atribuição de *status* penetra dessa forma na ação social organizada, legitimando certos programas, pessoas ou grupos que, por sua vez, recebem o apoio dos *mass media*. Teremos ocasião de observar o mecanismo detalhado dessa função em relação à utilização máxima dos *mass media* para fins sociais determinados. Tendo considerado a função da atribuição do *status*, passaremos a considerar uma segunda: o emprego dos *mass media* como reforço das normas sociais.

#### OS MASS MEDIA COMO REFORÇO DAS NORMAS SOCIAIS

Expressões como “o poder da imprensa” (e doutros *mass media*) ou “o brilho da publicidade” se referem, presumivelmente, a essa função. Os *mass media* podem iniciar uma ação social organizada, “expondo” condições que estão em desacordo com a moral pública. Mas não se deve presumir apressadamente que essa função é de apenas tornar públicas essas discordâncias. Temos algo a aprender quanto a esse relacionamento nas observações feitas por Malinovski, entre seus queridos habitantes da ilha Trobiand. Ali, explica ele, nenhuma ação organizada é exercida quando o comportamento é discordante de uma norma social, a menos que haja uma declaração pública da discordância. Isso não se reduz apenas a fazer com que os indivíduos do grupo tomem conhecimento dos fatos do caso. Muitos podem ter tido conhecimento particular dessas divergências, por exemplo, do incesto entre os Trobianders, assim como da corrupção política ou comercial, da prostituição, do jogo entre nós, mas não pressionarem para uma ação pública. Entretanto, uma vez que as divergências do comportamento tornaram-se também de conhecimento público, estabelecem-se tensões entre o “tolerável particularmente” e o “aceito publicamente”.

Esse mecanismo de exposição pública parece obedecer ao seguinte processo: muitas normas sociais constroem os indivíduos na sociedade, pois contrariam a gratificação de desejos e impulsos. Desde que muitos consideram essas normas opressivas, há uma certa medida de

tolerância na sua aplicação, tanto para si próprio como para os outros. Daí a emergência do comportamento divergente e da tolerância particular para com ele. Essa tolerância, porém, só ocorrerá quando o indivíduo não estiver opinando publicamente a favor ou contra as normas. A publicidade, ou seja, o reconhecimento reforçado por membros do grupo de que essas divergências ocorreram, exige que cada indivíduo assuma uma posição clara. Ele deve ou se colocar ao lado dos não-conformistas, proclamando assim seu repúdio às normas do grupo e, conseqüentemente, também afirmando que está fora do enquadramento moral, ou, independentemente de suas predileções particulares, deve-se enquadrar apoiando as normas. *A publicidade elimina o hiato existente entre as “atitudes particulares” e a “moralidade pública”*. A publicidade exerce pressão para que haja uma moralidade única em vez de uma moralidade dual, impedindo a contínua evasão do problema. Suscita a reafirmação pública (embora esporádica) e a aplicação da norma social.

Numa sociedade de massa, essa função de desmascaramento público está institucionalizada pelos *mass media*. Imprensa, rádio e jornal expõem divergências relativamente bem conhecidas do público e, como regra, essa revelação obriga a certo grau de ação pública contra o que particularmente foi tolerado. Os *mass media* podem, por exemplo, introduzir pressões severas quanto à discriminação ética velada, chamando a atenção pública para estas práticas discordantes das normas de não-discriminação. Por vezes esses *media* podem organizar as atividades de desmascaramento público em forma de “cruzada”.

O estudo das cruzadas empreendidas pelos *mass media* muito auxiliaria na resposta a questões básicas sobre as suas relações com a ação social organizada. É essencial saber, por exemplo, até onde a cruzada serve de centro organizatório para indivíduos que, de outra forma, seriam não-organizados. A cruzada pode operar de forma diversa nos diferentes setores da população. Às vezes, seu maior efeito pode ser não tanto incitar os cidadãos apáticos quanto alarmar os malfeitores, levando-os a medidas extremas, que, por sua vez, afastam o eleitorado. A publicidade, assim, pode de tal modo encabular o culposo que este escapará, como aconteceu no caso de alguns dos principais adeptos do *Tweed Ring*, após o seu desmascaramento feito pelo *New York Times*. Os chefes da corrupção podem também temer a cruzada somente pelo suposto efeito que terá sobre o eleitorado — como foi o caso de *Boss Tweed*. Este, numa avaliação surpreendentemente realista do compor-

tamento de comunicação de seu eleitorado, assim comentou irritadamente as caricaturas irônicas de Thomas Nast no *Harper's Weekly*: "Nada me importam seus artigos nos jornais: meus constituintes não sabem ler, mas não podem deixar de ver suas detestáveis caricaturas".<sup>1</sup>

A cruzada pode afetar o público diretamente. Pode despertar e dirigir a atenção de uma cidadania apática, até então indiferente à corrupção reinante por demais familiar, para alguns casos que sejam dramaticamente simplificados. Como Lawrence Lowell uma vez observou, de forma geral: a complexidade geralmente inibe a ação de massa. As questões públicas devem ser definidas em alternativas simples, em termos de branco e preto, para possibilitar a ação pública organizada. Esta apresentação de alternativas simples é uma das principais funções da cruzada. A cruzada pode ainda envolver outros mecanismos. Se um governo municipal não é inteiramente honesto, raras vezes, porém, é de todo corrupto. Alguns membros administrativos e judiciários escrupulosos geralmente se encontram misturados a seus colegas corruptos. Finalmente, uma cruzada bem-sucedida pode exemplificar um processo circular, auto-sustentador, no qual o interesse dos *mass media* com questões públicas venha a coincidir com seu próprio interesse particular. A cruzada triunfante poderá alcançar, ou melhor, realçar, o poder e o prestígio dos *mass media*, tornando-os, por sua vez, mais poderosos nas cruzadas subseqüentes, que, se também forem bem-sucedidas, poderão aumentar ainda mais o seu poder e prestígio.

Sejam quais forem as respostas a essas questões, os meios de comunicação de massa servem notadamente para reafirmar as normas sociais, expondo os desvios destas normas ao público. O estudo da classificação particular das normas então reafirmadas possibilitaria um índice claro do grau de relacionamento dos *mass media* com os problemas periféricos ou centrais da estrutura de nossa sociedade.

#### A DISFUNÇÃO NARCOTIZANTE

A função de atribuição de *status* e de reafirmação de normas sociais são evidentemente bem reconhecidas pelos agentes dos meios

1. James Bryce, *The American Commonwealth*, vol. 2, Macmillan and Co., 1898.

de massa. Estas funções, bem como outros mecanismos psicológicos e sociais, têm diversas formas de aplicação. Conhecer tais funções significa *poder*, o qual oferece a oportunidade de ser usado para interesses gerais ou específicos.

Uma terceira conseqüência social dos *mass media* tem passado largamente despercebida. Pelo menos tem recebido poucos comentários específicos e, ao que parece, não tem sido sistematicamente usada com objetivos planejados. A ela podemos chamar a disfunção narcotizante dos *mass media*. É denominada disfuncional em vez de funcional, supondo-se que não seja do interesse da complexa sociedade moderna ter uma grande parcela da população politicamente apática e inerte.

Como opera esse mecanismo não planejado? Diversos estudos têm mostrado que os americanos estão-se dedicando cada vez mais aos produtos oferecidos pelos *mass media*. Com variações distintas, em diferentes regiões e entre camadas sociais os lançamentos dos produtos de massa presumivelmente permitiram que o americano do século XX acompanhasse os acontecimentos mundiais. Supõe-se, entretanto, que esse vasto fluxo de comunicações suscita apenas uma preocupação superficial com os problemas sociais, e essa superficialidade freqüentemente encapa a apatia da massa.

O estar exposto a essa avalanche de informações poderá servir para narcotizar o leitor ou o ouvinte mediano, em vez de estimulá-lo. Assim como uma maior parte de tempo é dispendida em ler e ouvir, temos uma menor parcela disponível para a ação organizada. O indivíduo lê descrições de questões e problemas, inclusive até discute linhas de ação alternativa. Mas esta ligação remota com a ação social organizada, de certa forma intelectualizada, não é ativada. O cidadão interessado e informado pode contentar-se com seu elevado grau de interesse e informação e negar-se a ver que se absteve de decisão e ação. Em suma, ele toma seu contato secundário com o mundo da realidade política, pela leitura de sua condição e de seu pensar, como uma ação indireta. Confunde assim o fato de conhecer os problemas cotidianos com o fato de atuar sobre eles. Sua consciência social permanece imaculada. Está preocupado; está informado; tem toda sorte de idéias acerca do que deve ser feito. Mas, depois de terminado seu jantar e após escutado seu programa de rádio predileto e depois de lido seu segundo jornal diário, já é hora de ir para a cama.

Por essa razão peculiar, as comunicações de massa podem-se incluir entre os mais respeitáveis e eficazes narcóticos sociais. Elas

podem ser de tal forma ineficazes que impeçam o viciado de reconhecer sua própria doença.

É fato evidente que os *mass media* elevaram o nível de informação das grandes populações. Sem intenção consciente, porém, o aumento de dosagem das comunicações de massa pode estar transformando, inadvertidamente, as energias dos homens, levando-os de uma participação ativa a um mero conhecimento passivo.

A ocorrência dessa disfunção narcotizante é evidente, resta, porém, determinar-se os seus limites operacionais. Pesquisas sobre esse problema constituem uma das muitas tarefas que ainda se levantam para o estudioso das comunicações de massa.

#### A ESTRUTURA DE PROPRIEDADE E DE OPERAÇÃO

Até agora, temos considerado os *mass media* distintamente à parte de sua incorporação numa particular estrutura econômica e social. Mas é evidente que os efeitos sociais dos *media* vão variar de acordo com o sistema de propriedade e controle. Então, considerar os efeitos sociais dos *mass media* americanos é lidar somente com os efeitos desses *media* como empresas privadas, sob uma administração que visa ao lucro. É sabido que essa circunstância não é inerente à natureza tecnológica dos meios de massa. Na Inglaterra, por exemplo, para não citar a Rússia, o rádio é, para todos os efeitos e propósitos, propriedade do governo, controlado e operado por ele.

A estrutura de controle é inteiramente diferente neste país. Sua característica notável deriva do fato de que, exceto para filmes e livros, não é o leitor de revista nem o ouvinte de rádio, nem, em grande parte, o leitor de jornal que sustenta o empreendimento, mas sim o anunciante. São os grandes negócios que financiam a produção e distribuição dos *mass media*. E, sem segundas intenções, aquele que paga é quem manda mais.

#### CONFORMISMO SOCIAL

Como os *mass media* são sustentados pelos interesses das grandes firmas que se engrenam no presente sistema econômico e social, os *media* contribuem para a manutenção desse sistema. Essa contribuição

não se encontra apenas na propaganda efetiva do produto patrocinado. Surge, mais precisamente, da presença típica de algum elemento de confirmação e aprovação da atual estrutura da sociedade em histórias de revistas, programas de rádio e colunas de jornais. E essa continuidade da reafirmação reforça o dever de aceitar.

A extensão da influência que os meios de comunicação de massa têm exercido sobre sua platéia deriva não somente do que é dito porém, mais significativamente, do que não é dito. Pois esses meios não somente continuam a afirmar o *status quo*, mas, na mesma medida, deixam de levantar questões essenciais sobre a estrutura da sociedade. Portanto, levando ao conformismo e fornecendo pouca base para uma apreciação crítica da sociedade, os *mass media*, patrocinados comercialmente, restringem indireta mas efetivamente o desenvolvimento consciente de uma visão genuinamente crítica.

Não se deve ignorar os artigos de jornal ou programas de rádio ocasionalmente críticos. Essas exceções, no entanto, são tão raras que ficam perdidas na esmagadora inundação de materiais conformistas. O dr. Lyman Bryson, por exemplo, tem transmitido um programa de rádio semanal de avaliação crítica e racional de problemas sociais em geral, assim como da instituição do rádio em particular. Mas estes 15 minutos em que o dr. Bryson se ocupa de tais questões, por meio de uma cadeia, constituem uma gota infinitamente pequena na inundação semanal de materiais de quatro cadeias maiores, de 570 ou mais estações não afiliadas, de centenas de revistas e de Hollywood.

Como nossos *mass media*, comercialmente patrocinados, promovem de modo amplamente irrefletido a submissão à nossa estrutura social, não podemos contar com eles para realizar mudanças, nem sequer mudanças menores, nessa estrutura. É possível enumerar alguns desenvolvimentos contrários mas, após uma inspeção mais apurada, eles se mostram ilusórios. Um grupo comunitário tal como o *Parent Teacher Association* (PTA) pode solicitar ao produtor de um seriado de rádio que coloque o tema tolerância racial em seu programa. Se o produtor achar que esse tema é seguro, que não antagonizará nenhuma parte substancial de sua platéia poderá concordar; mas à primeira indicação de que é um tema perigoso pois poderá afastar consumidores potenciais — o recusará, ou logo abandonará o experimento. Os objetivos sociais são consistentemente expulsos dos *media* ao entrarem em conflito com sua rentabilidade. Contribuições dotadas de visão “progressista” são de pouca

monta, já que são incluídas somente por graça dos patrocinadores e somente sob a condição de que sejam suficientemente aceitas a ponto de não distanciar parte apreciável da audiência. A pressão econômica contribui para o conformismo, omitindo as questões sensíveis.

#### O IMPACTO SOBRE O GOSTO POPULAR

Uma vez que a maior parte de nossos programas de rádio, cinema, revistas e uma considerável parte de nossos livros e jornais se dedica ao “entretenimento”, isso nos obriga a considerar o impacto dos *mass media* sobre o gosto popular.

Caso fôssemos perguntar ao americano médio, com alguma preensão ao cultivo da literatura ou da estética, se as comunicações de massa tiveram alguma influência sobre o gosto popular, ele responderia, sem dúvida, com uma enfática afirmativa. E mais, citando numerosos exemplos, insistiria que os gostos — estético e intelectual — foram corrompidos pelo fluxo de produtos de fórmula trivial da imprensa, das estações de rádio e dos estúdios de cinema. As colunas de críticas contêm diversas dessas queixas.

Num certo sentido, isso não é passível de discussão. Não há dúvida de que as mulheres que se deliciam diariamente com umas doze novelas padronizadas e consecutivas, durante três ou quatro horas, exibem uma lamentável falta de julgamento estético. Tampouco é esta impressão modificada pelo conteúdo de certas revistas (*pulp and slick magazines*) ou pela abundância desanimadora de filmes de enredo estereotipado, repletos de heróis, heroínas e vilões que se movem numa trama de sexo, pecado e sucesso.

E, ainda, a menos que localizemos esses padrões em termos históricos e sociológicos, poderemos condenar confusamente sem entender, ou criticar com fundamento, porém de maneira irrelevante. Qual é o *status* histórico desse nível notoriamente baixo de gosto popular? Será um pobre resquício de padrões que já foram significativamente mais altos? Um surgimento relativamente mais novo, no mundo dos valores, e amplamente desvinculado dos padrões mais altos de onde presumivelmente vieram? Ou um fraco substituto que bloqueia o caminho ao desenvolvimento dos padrões superiores e a expressão de elevado sentido estético?

Se os gostos estéticos devem ser considerados em seu cenário social, precisamos reconhecer que a efetiva platéia da arte se transformou historicamente. Alguns séculos atrás, essa platéia se restringia a uma elite aristocrática selecionada. Relativamente poucos eram literatos. E muito poucos possuíam os meios de comprar livros, assistir peças de teatro e viajar para os centros artísticos. Não mais do que uma pequena fração, possivelmente não mais do que 1% ou 2% da população, compunha o público efetivo da arte. Esses poucos felizardos cultivavam seus gostos estéticos e sua demanda seletiva deixou uma marca na forma de padrões artísticos, relativamente altos.

Com a ampliação extensiva da educação popular e com a emergência de novas tecnologias de comunicação de massa, desenvolveu-se um mercado enormemente ampliado para a arte.

Algumas formas de música, drama e literatura agora praticamente alcançam a todos em nossa sociedade. Claramente essa é a razão por que falamos de *mass media* e de *Mass Art*. Ora, as grandes platéias dos meios de comunicação de massa, embora alfabetizadas, não são culturalmente refinadas. Mais ou menos metade da população, de fato, encerrou sua educação formal após o término do *grammar school*.\*

Com o surgimento da educação popular, parece ter havido um declínio no gosto popular. Grande número de pessoas adquiriu o que poderia ser denominado “capacidade de leitura formal”, ou seja, uma capacidade de ler, compreender conteúdos elementares e superficiais, assim como uma correlativa incapacidade de absorver o sentido global do que leram.<sup>2</sup> Em suma, desenvolveu-se uma marcante brecha entre a capacidade de leitura e a compreensão. As pessoas lêem mais e com-

---

\*. *O Grammar school* é equivalente ao nosso ginásio. N. do T.

2. Idem, parte IV, capítulo LXXX. James Bryce percebeu esse aspecto com sua peculiar clarividência: “*That the education of the masses is nevertheless a superficial education goes without saying. It is sufficient to enable them to think they know something about the great problems of politics: insufficient to show them how little they know. The public elementary school gives everybody the key to knowledge in making reading and writing familiar, but is has not time to teach him to use the key, whose use is in fact, by the pressure of daily work, almost confined to the newspaper and the magazine. So we say that if the political education of the average American voter be compared with that of the average voter in Europe, it stands high: but if it to be compared with the functions which the theory of the American government lays on him, which its spirit implies, which the methods of its party organization assume, its inadequacy is manifest*”. *Mutatis mutandis* o mesmo pode ser dito sobre a defasagem entre a teoria do conteúdo cultural superior nos *mass media* e os níveis correntes da educação popular.

preendem menos. Maior número de pessoas lê, proporcionalmente, contudo, menos assimilam criticamente o que leram.

Nossa formulação do problema deve ser agora evidenciada. É enganador falar-se simplesmente de declínio do gosto estético. As platéias de massa provavelmente incluem uma proporção maior de pessoas com padrões estéticos desenvolvidos, porém ela é tragada pela grande massa que constitui a nova e inculta platéia de arte. Enquanto a elite ontem constituía praticamente o total da platéia, ela é hoje uma fração diminuta do conjunto. Em decorrência, o nível médio dos padrões estéticos e de gosto da audiência decresceu, embora o gosto de alguns setores da população, indubitavelmente, se apurou e a soma geral de pessoas expostas aos conteúdos da comunicação tenha aumentado de modo sensível.

Essa análise, entretanto, não responde de frente à questão dos efeitos dos *mass media* sobre o gosto popular. Esta, na verdade, é uma questão tão complexa quanto inexplorada. A resposta poderá advir unicamente da pesquisa disciplinada. Poder-se-ia desejar saber, por exemplo, se os *mass media* privaram a elite intelectual e artística das formas de arte que, doutra forma, ter-lhes-ia sido acessível. E isso provoca indagar-se sobre a pressão exercida pela platéia de massa sobre indivíduos criativos no sentido de que estes atendam ao gosto da massa. Em todas as épocas existiram mercenários das letras. É, entretanto, de importância saber-se se a eletrificação das artes fornece energia para uma proporção significativamente maior de fracas luzes literárias. Acima de tudo, seria essencial determinar se os *mass media* e os gostos da massa estão necessariamente ligados num círculo vicioso de padrões em decadência ou se uma ação apropriada por parte dos diretores dos *mass media* poderia levar ao aperfeiçoamento cumulativo do gosto de suas platéias. Mais concretamente: os agentes dos *mass media* comercializados estarão presos numa situação da qual não podem, quaisquer que sejam suas preferências particulares, elevar de forma radical os padrões estéticos de seus produtos?

Deveria de passagem ser observado que muito resta a ser aprendido a respeito de padrões apropriados para a arte popular. É possível que padrões de formas artísticas produzidas por um pequeno grupo de talentos criadores para uma platéia restrita e selecionada não sejam aplicáveis às formas de arte produzidas por uma indústria gigantesca para a

população em geral. As investigações iniciais quanto a esse problema são suficientemente sugestivas para merecer estudos subsequentes.<sup>3</sup>

Experimentos esporádicos, e por conseguinte não conclusivos, encontraram profunda resistência da platéia de massa quanto à elevação de padrões. Ocasionalmente, estações de rádio e cadeias tentaram suplantam a novela com programas de música erudita, ou comédias padronizadas por discussões a respeito de questões públicas. Em geral, as pessoas que se supunha serem beneficiadas por essa reformulação dos programas simplesmente se recusam a ser beneficiadas. Elas deixam de escutar. A audiência minguou. Pesquisas mostraram, por exemplo, que programas radiofônicos de música erudita tendem mais a preservar do que a despertar novos interesses nesse tipo de música e que os interesses recém-emergentes são tipicamente superficiais. A maioria dos ouvintes desses programas já haviam antes adquirido interesse em música clássica; os poucos cujo interesse foi despertado pelos programas foram atraídos por composições melódicas e passaram a pensar em música erudita exclusivamente em termos de Tchaikowsky, Rimsky-Korsakov ou Dvorak.

As soluções propostas para estes problemas provavelmente surgirão mais da fé do que do conhecimento. O aprimoramento do gosto popular pelo aprimoramento dos produtos de arte popular não é uma questão tão simples como gostaríamos de crer. É possível, evidentemente, que um esforço concludente não tenha sido feito. Por um esforço de imaginação sobre a atual organização dos *mass media* pode-se conceber uma rigorosa censura em todos os *media*, tal que nada fosse permitido na imprensa, no rádio ou nos filmes, salvo “o melhor que já foi pensado e dito no mundo”. O fato de uma mudança radical no suprimento da *Mass Art* vir a reformar, no decorrer do tempo, os gostos da platéia de massa permanece questão aberta à especulação. Décadas de experimentação e pesquisa são necessárias. No momento, torna-se evidente o pouco que sabemos sobre os métodos de aprimoramento dos gostos estéticos e reconhecemos que alguns dos métodos sugeridos são ineficientes. Temos consciência dos fracassos. Fosse esta dis-

3. Cf. o capítulo XVI de *The Communication of Ideas*, Harper and Brothers, Nova York, 1948.

cussão reaberta em 1976, poderíamos talvez relatar com igual confiança nosso conhecimento de realizações positivas.

Nesse ponto, façamos uma pausa para recapitular o que foi dito. Como introdução, consideramos as causas aparentes da ampla preocupação com a posição dos *mass media* em nossa sociedade. Em seguida, examinamos primeiramente o papel social atribuído à mera existência dos *mass media*: sua função de atribuição de *status*, sua função em reforçar a aplicação de normas sociais, e sua disfunção narcotizante. Posteriormente, apontamos o efeito repressivo de uma estrutura de propriedade e controle comercializados sobre os *mass media* como agentes de crítica social e como portadores de altos padrões estéticos.

Dirigimo-nos agora para o terceiro e último aspecto do papel social dos *mass media*: as possibilidades de utilizá-los em favor de tipos de objetivos sociais definidos.

#### PROPAGANDA COM OBJETIVOS SOCIAIS

Essa questão final é talvez de interesse mais direto do que as já discutidas. Representa de certa forma um desafio para nós, uma vez que fornece meios de resolver o aparente paradoxo a que nos referimos previamente: a afirmação de que a significação da simples existência dos *mass media* foi exagerada, assim como as múltiplas indicações de que os *media* exercem, com efeito, influência sobre suas platéias.

Quais são as condições para o uso efetivo dos *mass media*, ou seja, da “propaganda com objetivos sociais”? A promoção, digamos, de relações raciais não-discriminatórias, ou de reformas educacionais, ou de atitudes positivas quanto ao trabalho organizado. Pesquisas indicam que pelo menos uma ou mais de três condições devem ser satisfeitas para que essa propaganda se mostre efetiva. Essas condições podem ser designadas sumariamente como: (1) monopolização, (2) canalização ao invés de mudança dos valores básicos, e (3) contatos face a face suplementares. Cada uma dessas condições merece certa discussão.

*Monopolização* — Essa situação é atingida quando há pouca ou nenhuma oposição aos meios de comunicação de massa na difusão de valores, políticas ou imagens públicas. Em outras palavras, a monopo-

lização dos meios de comunicação de massa ocorre na ausência da contrapropaganda.

Neste sentido restrito, a monopolização dos meios de comunicação é encontrada em diversas circunstâncias. Ela é, sem dúvida, inerente à estrutura política da sociedade autoritária, onde o acesso aos meios de comunicação de massa está totalmente fechado àqueles que se opõem à ideologia oficial. Tudo indica que esse monopólio desempenhou um papel importante para que os nazistas mantivessem o controle sobre o povo alemão. Essa situação, porém, é quase semelhante em outros sistemas sociais. Durante a guerra, por exemplo, o governo norte-americano utilizou-se do rádio com algum êxito para promover e manter a identificação com o esforço de guerra. A eficácia deste trabalho no levantamento do moral foi em grande parte decorrência da ausência, quase completa, da contrapropaganda.

Situações semelhantes aparecem no mundo da propaganda comercial. Os meios de comunicação de massa criam ídolos do público. A imagem que o público fazia da atriz de rádio, Kate Smith, por exemplo, era de que era uma mulher que compreendia como nenhuma outra as mulheres americanas; que havia muita simpatia pelas pessoas simples; que era um tipo de guia espiritual e mentora; que era uma patriota cujos pareceres sobre assuntos públicos deveriam ser levados em consideração. Integrada nas virtudes americanas, a imagem pública de Kate Smith nunca foi sujeita à contrapropaganda. Não que ela não tivesse competidores no mercado radiofônico; acontece sim que não havia ninguém que a contestasse. Em consequência disso, uma animadora de programas de rádio, solteira, com uma renda anual na casa dos cem mil dólares, podia ser vista por milhões de mulheres americanas como uma mãe conhecedora da receita de equilibrar a vida, com um salário de 125 dólares mensais (1.500 dólares anuais).

Essa imagem de um ídolo popular teria muito menos aceitação se estivesse sujeita à contrapropaganda. Uma neutralização ocorre, por exemplo, como resultado das campanhas eleitorais primárias, realizadas pelos republicanos e democratas. Como um estudo recente demonstrou, a propaganda feita por cada um destes partidos neutraliza o efeito da propaganda de outro. Se ambos os partidos fossem fazer sua campanha somente mediante comunicações de massa, é muito provável que o efeito líquido fosse o de se manter a atual distribuição de votos.

Esse modelo foi descrito da seguinte forma por Kenneth Burke, em seu livro *Attitudes Toward History*: “Os homens de negócio competem tentando exaltar seu próprio produto mais persuasivamente que o de seus rivais, enquanto os políticos competem difamando seus adversários. Somando-se tudo, o que resta é uma grande soma de elogios para os negócios e uma enorme quantidade de calúnias para a política.”

Quando pelos meios de comunicação de massa as propagandas políticas opostas são contrabalançadas, o efeito líquido torna-se desprezível. Em essência, a monopolização dos *media* para fins sociais produzirá, ao contrário, efeitos muito visíveis na audiência.

*Canalização* — As crenças prevalescentes no enorme poder da comunicação de massa parecem provir dos bons resultados da propaganda monopolista ou da própria publicidade. Mas o salto da eficácia da publicidade para a eficácia suposta pela propaganda quanto às atitudes profundas e ao comportamento individual é tão pouco comprovado quanto perigoso. A publicidade é dirigida especialmente para canalizar padrões ou atitudes de comportamento preexistentes. Ela raras vezes procura incutir novas atitudes ou criar novos padrões de comportamento. “A publicidade paga” porque geralmente lida com situações psicológicas simples. Para os americanos que já foram socializados no uso da escova de dentes faz pouca diferença a marca da escova a ser usada. Uma vez que os maiores modelos de comportamento ou de atitudes genéricas tenham sido estabelecidos é fácil canalizá-los numa direção ou noutra. A resistência é pouca. Mas a propaganda de massa encontra normalmente uma situação muito mais complexa. Ela pode visar a objetivos que estão em desvantagem quanto a atitudes enraizadas. Ela pode procurar muito antes remodelar do que canalizar os sistemas correntes de valor. E o sucesso da publicidade apenas põe em foco o fracasso da propaganda. Muito da propaganda atual está destinado a eliminar os preconceitos éticos e raciais e ela parece ter tido muito pouco resultado.

Os meios de comunicação de massa, então, têm sido utilizados com muito bom resultado para canalizar as atitudes básicas, mas parecem existir muito poucas provas de que tenham servido para modificar estas atitudes.

*Suplementação* — A propaganda de massa, que não é nem monopolista nem canalizadora em seu tipo, pode, todavia, tornar-se eficaz

se responder a uma terceira condição: suplementação pelo contato direto (*face-to-face*).

Um exemplo a propósito ilustrará a interligação entre os meios de comunicação de massa e as influências do contato direto. O aparente sucesso propagandístico que o padre Coughlin conseguiu há alguns anos não parece, à primeira vista, ter-se primariamente originado do conteúdo da propaganda de suas palestras radiofônicas. Antes era o resultado dessas palestras-propaganda centralizadas e das amplas organizações locais que faziam com que seus membros o ouvissem, assim como as discussões que depois se estabeleciam entre eles, a respeito dos problemas sociais que o padre levantara. A combinação de uma central de propaganda (as palestras de Coughlin numa rede nacional) com a distribuição organizada de jornais e panfletos e discussões diretas entre grupos relativamente pequenos — esse complexo de reforço recíproco feito pelas comunicações de massa e pelas relações pessoais provocou um êxito espetacular.

Os estudiosos dos movimentos de massa repudiam a idéia de que a propaganda de massa em si mesma e por si mesma crie ou mantenha o movimento. O nazismo não atingiu seu breve período de hegemonia ao se apossar dos meios de comunicação de massa. Os *media* tinham um papel auxiliar, suplementando o uso da violência organizada, a distribuição organizada de prêmios pela conformidade e os centros organizados de doutrinação local. A União Soviética também tem-se utilizado muito dos meios de comunicação para doutrinar grandes populações com ideologias apropriadas. Mas os organizadores da doutrinação chegaram à conclusão de que os meios de comunicação não agem sozinhos; as “*red corners*”, as “*reading huts*” e as “*listening stations*” compreendiam pontos de encontro, onde grupos de cidadãos eram expostos, em comum, aos meios de comunicação de massa. As 55 mil salas de leitura e clubes que apareceram em 1933 permitiram às elites locais, muito bem formadas ideologicamente, discutir com os leitores o conteúdo das obras que liam. A relativa escassez de rádios nas casas particulares obrigava a formação de grupos e a discussão em grupo do que era transmitido. Nessas circunstâncias, a persuasão de massa incluía contatos diretos nas organizações locais como reforço do que os *mass media* transmitiam. A resposta individual ao que os canais de comunicação apresentavam mostrou que a propaganda não se torna eficaz pelo simples fato de sua exposição.

Em sociedades como a norte-americana, em que o modelo da burocratização ainda não se tornou tão persuasivo ou, pelo menos, tão claramente cristalizado, verificou-se que os meios de comunicação de massa provam ser muito mais eficazes trabalhando em conjunto com centros locais de contatos organizados e diretos.

Diversos fatores contribuem para a eficácia realçada na junção dos *media* com o contato direto e pessoal. Falando mais claramente: as discussões locais servem para reforçar o conteúdo da propaganda de massa. Tal mútua confirmação produz um “efeito reiterativo” (*clinch effect*). Em segundo lugar, os *media* centrais diminuem a tarefa do organizador local e as condições pessoais requeridas para tais auxiliares, num movimento popular, não necessitam ser tão rigorosas. Os auxiliares não precisam expandir o conteúdo da propaganda por sua própria conta; precisam apenas pôr o grupo em sintonia com a estação em que a doutrina está sendo exposta. Em terceiro lugar, o aparecimento de um representante do movimento numa rede nacional ou o fato de ser mencionado na imprensa nacional serve para simbolizar a legitimidade e a significação do movimento. Essa presença ou menção serve de prova de que não se trata de um empreendimento fraco e inconsequente. Os meios de comunicação, como vimos, conferem *status*. E o *status* de um movimento nacional reforça por sua vez o *status* das células locais, assim consolidando as prováveis decisões de seus membros. Nessa combinação entrelaçada, o organizador local garante uma audiência para o orador de âmbito nacional e este, por sua parte, confirma o *status* do organizador local.

Esse breve sumário da situação em que os meios de comunicação de massa encontram seu máximo efeito de propaganda pode resolver a contradição aparente surgida no início de nossa discussão. Os meios de comunicação de massa provam ser mais eficazes quando utilizados numa situação de virtual “monopólio psicológico” ou quando o objetivo é muito mais canalizar do que modificar as atitudes básicas ou então quando operam em combinação com contatos diretos. Raramente, porém, essas três condições são preenchidas na propaganda para fins sociais. À medida que o monopólio da atenção é raro, as propagandas opostas têm campo aberto numa democracia. E, de modo geral, as questões sociais básicas envolvem muito mais do que uma simples canalização de atitudes básicas preexistentes. Elas, na verdade, necessitam de mudanças substanciais na atitude e no comporta-

mento. Por fim, considere-se — o que é uma das razões mais óbvias — que a estreita colaboração dos *mass media* com centros localmente organizados para contatos diretos raramente tem sido obtida por grupos que lutam por mudanças sociais planejadas. Tais programas são caros. Ora, são precisamente esses grupos os que não dispõem dos recursos necessários para programas assim dispendiosos. Os grupos de vanguarda, à margem da estrutura de poder, normalmente não têm os amplos recursos financeiros acessíveis, pelo contrário, aos grupos instalados no centro do poder.

Como resultado dessa tríplice situação, o papel atual dos *mass media* está quase por completo limitado a assuntos sociais *periféricos* e os *media* não mostram o grau de potência social que normalmente se lhes atribui. Pela mesma razão e em vista da presente organização da propriedade e de controle dos *mass media*, estes têm servido para sedimentar a estrutura da sociedade norte-americana. Empresas organizadas conseguem o virtual “monopólio psicológico” dos canais de comunicação. Os anúncios de rádio e de jornal são, sem dúvida, baseados no chamado sistema da livre empresa. Além disso, o mundo do comércio está basicamente interessado em canalizar as atitudes básicas, em vez de modificá-las radicalmente. Ele busca tão só e apenas criar preferência por esta ou aquela marca de produto. Os contatos diretos, em combinação com os que já foram socializados em nossa cultura, servem, no fundamental, para reforçar os padrões de cultura prevaescentes.

Assim, as mesmas condições que agem em favor da máxima eficácia dos *mass media* operam em favor da manutenção da estrutura social e cultural vigente. Ou seja, trabalham muito mais para a manutenção dessa estrutura sociocultural do que para a sua modificação.

*Tradução de Carmen Dora Guimarães*

O TURNO DA NOITE

*David Riesman*

## COMENTÁRIO

Professor de ciências sociais, David Riesman distingue-se, porém, das tendências dominantes na sociologia norte-americana, enfaticamente voltadas para os estudos de pequenos grupos, pela tentativa de determinar linhas interpretativas das sociedades como um todo. Paralelamente, a abordagem microsociológica americana se caracteriza pela tentativa de formalização dos dados mediante quantitativos, como gráficos, tabulações e análise de levantamentos estatísticos. Também aqui é diversa a conduta do autor. Seus livros — *The Lonely Crowd* (1950), ao qual este texto pertence, e *Faces at the Crowd, Individualism Reconsidered* (1954) — revelam-no antes preocupado com a sociologia da cultura, cuja vertente praticada não o leva a procurar a formalização — a qual, a ser coerentemente opositiva aos métodos dominantes em seu país, haveria de recorrer a modelos de maior flexibilidade sistêmica do que os quadros quantitativos — de seus “*insights*”. As vantagens e desvantagens dessa conduta são evidentes. Riesman, por um lado, oferece trilhas de compreensão e aprofundamento impossíveis aos estudos de microgrupos; por outro, entretanto, suas afirmações são não trabalhadas de modo a permitir a verificação de sua validade. Noutras palavras, recusando a formalização de base empirista, não oferece, contudo *per se*, uma alternativa já suficientemente elaborada. Como ensaísta social, em vez de propria-

mente um cientista social, no sentido rigoroso do termo, as reflexões do autor exigem, mais do que qualquer outra, a entrada em cena doutros investigadores que, desdobrando e testando seus achados, cheguem a formalizá-los, permitindo sua posterior validação-verificação. (Acerca dos conceitos de autodirigido e alterodirigido aqui empregados, consulte-se a introdução a esta antologia.)

LCL

3

## O TURNO DA NOITE

*David Riesman*

*Não se deve, porém, supor que em meio às suas labutas, os que vivem em democracias se considerem dignos de lástima, pelo contrário. Não há homens mais ciosos da própria condição. A vida não teria atrativo para eles se os desafogassem das ansiedades que os assolam, e revelam maior apego aos seus cuidados do que as nações aristocráticas aos seus prazeres.*

Tocqueville, *De la démocratie en Amérique*

A única coisa que mudou desde que Tocqueville escreveu (mudança nada pequena, é verdade) foi que o âmbito dos prazeres transformou-se no âmbito dos cuidados. Muitos dos sofrimentos físicos das fronteiras mais antigas da produção e da terra sobreviveram em formas psicológicas alteradas, na mais recente, de consumo. Exatamente como vimos no capítulo anterior, que o turno do dia de disposição para o trabalho é invadido por atitudes de acolhimento cordial, e valores que provêm em parte do âmbito do ócio, do mesmo modo o turno da noite de disposição para o ócio é assediado pelos outros junto com os quais nos empenhamos visando a diversão.

Primeiro que tudo, com o surgimento da alterodireção assistimos ao fim dos consumidores ávidos e dos escapistas do período anterior. A paixão pela aquisição diminui quando a propriedade não mais possui sua estabilidade antiga e validade objetiva; a abstenção diminui pelo próprio fato de que o trabalho e o prazer estão entrelaçados. Podemos ver essas tendências novas no que talvez seja a sua forma mais extrema, as atitudes em relação à alimentação e à experiência sexual predominantes entre alguns grupos da alta classe média.

### I. MUDANÇAS NO SIGNIFICADO SIMBÓLICO DA ALIMENTAÇÃO E DO SEXO.

*Da tigela de trigo ao prato de salada.* Entre os tipos autodirigidos verifica-se, é claro, grande variação quanto ao interesse em alimentos. Na América — a história é diferente entre os povos apreciadores de alimentos do restante do mundo — puritanos e não puritanos do passado recente podem ter usado o alimento para exposição, com cardápios relativamente padronizados para reuniões sociais e para comer fora. O que se exibia era um peso escolhido de carne, uma mesa elegante e excelente cozinha. Tudo isso era um assunto em grande escala das mulheres e em muitos círculos a alimentação não constituía um tema decente para uma conversa à mesa. Ter a alimentação adequada era algo que emanava da própria condição social, da pretensão à responsabilidade e mais recentemente do conhecimento de higiene com as suas calorias e vitaminas. (Esta última forma não se espalhou para o Sul, onde prevaleceu uma tradição de apego cerimonial à alimentação mais antiga, mais vigorosa. As primeiras edições do *Boston cooking school cookbook* exalam esse ar de solidez, conservadorismo e preocupação com a nutrição.)

A pessoa alterodirigida da metade do século XX na América, ao contrário, exhibe o seu gosto e não diretamente a riqueza, respeitabilidade, capacidade cúbica ou acerto calórico. Já vimos no Capítulo IV como o rádio inicia o treinamento da pessoa alterodirigida com relação ao gosto na alimentação antes mesmo da ida da criança à escola, e quão seriamente ela encara as suas lições. Embora pais bem educados da alta classe média venham hesitando em ensinar às crianças a comer algo porque é bom para elas — receosos de que criem complexos orais — unem-se ao rádio na discussão do que seja “bom” em matéria de gosto. Amiúde,

de fato, isso disfarça meramente a emoção focalizada nos hábitos de alimentação da criança, quase tanta quanto seus pais concentraram no regime da limpeza escrupulosa dos pratos. A pessoa alterodirigida encontra-se assim preparada para a busca da diferenciação marginal não apenas naquilo que coloca diante de seus convidados como também na maneira de como discorrerá sobre eles juntamente com aqueles.

Havia anteriormente um pequeno círculo de gastrônomos: a fruição exigente de alimentos era um passatempo, entre outros, que poderia ser escolhido por pessoas autodirigidas. Hoje em dia, em largos círculos, muitas pessoas são e muito mais acham que devem ser gastrônomas. A fartura na América na fase de declínio incipiente de população é talvez o fator mais importante nesse progresso, estando os bons alimentos ao alcance de quase todos. As limitações estacionais e geográficas que no período anterior estreitavam as variações de alimentação para todos, à exceção dos muito ricos, foram agora sobrepujadas em grande parte pela rede de distribuição e das técnicas de preservação de alimentos — ambas legados da fase de crescimento transitório da população. A escolha de alimentos por parte do consumidor, portanto, não mais precisa ser feita na base da tradição ou de limites maltusianos.

Como resultado, são afetados a organização e o conteúdo da refeição. A falta de formalidade rompe a inibição puritana de conversar sobre comida e bebida, exatamente como as caçarolas mexicanas e as chaleiras de cobre substituem os panos de mesa brancos e a decoração clássica da mesa de classe média do século XIX. Mais importante ainda, a dona de casa não pode mais culpar a cozinha preferencial e limitada de uma empregada pelo fracasso dela própria em personalizar o seu gosto na comida. No período de declínio incipiente de população desaparecem os criados dos lares da classe média, e onde assim não sucede, não gozam de quaisquer prerrogativas tradicionais que lhes permita, em lugar dos anfitriões, controlar o cardápio e seu serviço estilizado. Não mais existem muros de isolamento, da posição social ou do ascetismo que protejam ou evitem que alguém demonstre gosto pessoal na alimentação e na decoração como um elemento na competição com os demais. O comensal tem o poder, ao contrário de Jiggs, de decidir que a carne enlatada com nabos é um prato interessante, podendo explorar a cozinha dos emigrantes ou seguir as sugestões da colunista de culinária Clementine Paddleford rumo ao exotismo. Somente nas reuniões convencionais ainda se pode encontrar um cardápio inva-

riável de bife ou galinha, batatas e *petit-pois*. E nos lares, em lugar do cardápio básico, a anfitriã de hoje tende a dar preferência à sua própria especialidade, tal como lasanha ou *rüstoffel*.<sup>1</sup> Os homens interessam-se tanto quanto as mulheres, quer seja na cozinha ou na churrasqueira do quintal.

O livro de receitas hoje em dia tido como mais popular é *The joy of cooking* e o número de livros especializados — étnicos, loquazes e atmosféricos — aumenta constantemente a fim de atender à procura de diferenciação marginal. A própria mudança em padrões tão objetivos de sucesso como os que guiaram a autodirigida: ela poderá ser perseguida pela idéia de que está perdendo o prazer que deverá sentir na comida ou na bebida. A hora das refeições deve ser agora “agradável”. O novo *Fireside cookbook* é dedicado a “pessoas que não se satisfazem apenas em considerar o alimento como algo que é transferido periodicamente do prato para a boca”. E se ainda se continua sem obter satisfação das receitas ali fornecidas, poderão ser consultados livros como *Spécialité de la Maison*, a fim de que se veja o que “outros” estão comendo — as “receitas favoritas” de gente como Noel Coward e Lucius Beebe. Fred MacMurray e Claudete Colbert proclamam as delícias de novas misturas tais como “Julepo, o ovo e eu”. “Nada há que se compare”, escreve MacMurray numa pequena coleção de suas receitas favoritas de ovo, “a um par de ovos fritos com os seus límpidos olhos dourados fitando-nos afetuosamente no centro de um prato de desjejum, enfeitado de tiras de *bacon* fresco ou salsichas, ou então escaldados, alegremente montados numa torrada.” A tradução mais popular de um velho livro de receitas francês, *Tante Marie*, é também extremamente loquaz, fator explicado em *The joy of cooking*, revelando-se que originariamente as receitas foram reunidas e escritas para a filha da autora, que por seu turno achou que “outras filhas” iriam apreciá-las. (Como hoje em dia as mães ensinam menos às filhas, estas precisarão recorrer aos ensinamentos de alguém de fora, se quiserem aprender a cozinhar.) Em resumo, a pessoa alterodirigida tanto ao considerar a comida como as suas batalhas sexuais encontra-se constantemente à procura de um elemento qualitativo que

1. Batatas fritas (N. do T.)

poderá fugir-lhe. Ela sofre do que Martha Wolfenstein e Nathan Leites chamam de “moralidade de diversão”.<sup>2</sup>

É claro que encarando as coisas dessa maneira ficam realçadas as desvantagens da mudança: inegavelmente, um número muito maior de pessoas hoje aprecia e gosta mais de falar sobre comida do que quando era notória a monotonia da alimentação americana.

Muitas pessoas, certamente, seguem os novos hábitos de alimentação sem serem alterodirigidas quanto ao caráter, exatamente como muitos diretores de pessoal na indústria são zelosos crentes autodirigidos, do acolhimento cordial. Ainda assim, se quiséssemos delinear as fronteiras da alterodireção na América, poderíamos encontrar na análise de cardápios um índice que não seria de todo inexato. À medida que saladas mistas com alho, molhos apurados, pratos em caçarolas, da revista *Gourmet*, vinhos e licores propagam-se a oeste de Nova York e a leste de São Francisco, à medida que os homens adotam períodos de duas horas para almoço e exibem seu gosto na comida e nos vinhos, à medida que o livro de receitas personalizado tende a substituir o tipo *Boston cooking school* — em todos esses sinais dos tempos surpreendemos os indícios do novo tipo de caráter. Recentemente, Russel Lynes, no seu artigo *High brow, lowbrow, middlebrow*,<sup>3</sup> procurou delinear o sistema social americano urbano contemporâneo em termos de índices de consumo similares. Desse modo, a salada mista é indício do intelectual, que também poderá ser classificado pelo gosto quanto aos carros, roupas e postura. O que vemos realmente surgir é um sistema social embrionário, cujos critérios de *status* são inconsistentes junto ao sistema mais tradicional de classes. Isso foi visto por Lloyd Warner, que, na verdade, define classe menos em termos de riqueza ou poder e mais em termos de quem é sociável com quem, e de estilos de conduta do consumidor. Esses observadores, entretanto, são excepcionais. Conforme veremos no Capítulo XI, a maioria dos americanos continua a encarar a sua estrutura social nos termos de uma mais antiga, baseada na riqueza, ocupação e posição no sentido de coluna social. Mas por baixo dessas velhas rubricas, acredito que uma estrutura muito mais amorfa está surgindo, na qual a liderança de opinião é cada vez mais importante, e na qual a hierarquia “intelectual-iletrado-mediano”

2. *Mouvies* (Free Press of Glericon, Illinois, 1950).

3. *Harper's* 198, 1949, 19.

entra em competição com as tradicionais baseadas na riqueza e posição profissional.

*Sexo: a última fronteira.* Numa era dependente da autodireção, o sexo podia ser inibido, como nas classes e áreas fortemente atingidas pela Reforma e Contra-Reforma. Ou a sua satisfação poderá ser presumida entre os homens e dentro de certos limites, como na Itália, Espanha, e os elementos não respeitáveis, como a “gente baixa” de cada população. Em ambos os casos, havia uma certa simplificação do sexo, de um lado pelos tabus, de outro pela tradição. Os problemas afins de subsistência e de poder, problemas de mera existência ou de “melhorar de vida” eram predominantes, o sexo relegado ao seu tempo e lugar “apropriado”: a noite, a esposa ou a prostituta, linguagem rude ocasional e devaneios. Somente nas classes superiores, precursoras dos tipos modernos alterodirigidos, as atividades amorosas adquiriam importância maior do que a consolidação de bens (como se alegava na França) e atingiam o *status* de uma ordem do dia. Nesses círculos o sexo era quase totalmente separado da produção e da reprodução.

Essa separação, quando vai além da classe superior e se espalha por quase toda a sociedade, constitui um sinal de que a sociedade, por meio do controle da natalidade e de tudo que ela implica, ingressou na fase de declínio incipiente da população, via industrialização. Nesta fase verifica-se não apenas um aumento de lazer, como também o trabalho se torna menos interessante e menos penoso para muitos; o aumento da supervisão e a subdivisão de tarefas transformam em rotina o processo industrial mesmo ainda além do que se verificava na fase de crescimento transicional da população. Mais do que antes, à medida que diminui a mentalidade de trabalho, o sexo passa a saturar as horas do dia, como também a consciência das horas de recreio. É encarado como um bem de consumo não apenas pelas antigas classes ociosas, como também pelas modernas massas ociosas.

A pessoa alterodirigida, que freqüentemente sofre de baixa receptividade, poderá empreender o que possa parecer um “culto da inércia” em muitas esferas da existência. Será capaz de acolher bem a transformação em rotina do seu papel econômico e da sua vida doméstica; as companhias de automóveis irão tentá-lo com janelas que se abrem sozinhas e mudanças automáticas; retirará a emoção da política. No entanto não poderá dirigir dessa maneira a sua vida sexual. Embora haja uma

tremenda insegurança acerca de *como* o jogo do sexo é efetuado, há pouca dúvida quanto a *se* deve ser efetuado ou não. Mesmo quando estamos conscientemente entediados com o sexo, ainda necessitamos obedecer ao seu estímulo. O sexo, portanto, proporciona uma espécie de defesa contra a ameaça de apatia total. Esta é uma das razões por que a pessoa alterodirigida canaliza para o sexo tanta excitação. Recorre a ele como uma reafirmação de que se encontra vivo. A pessoa autodirigida, conduzida pelo seu giroscópio interno e orientada para os problemas mais externos da produção, não necessitava desta prova.

Embora o ávido consumidor autodirigido pudesse perseguir as fronteiras sempre em recuo da aquisição material, para a pessoa alterodirigida elas perderam muito do seu atrativo. Como vimos no Capítulo III, esta última começa desde muito criança a saber como reage diante dos bens de consumo. Viaja extensamente, para acampamentos ou com a família. Sabe que o carro do homem rico é apenas marginalmente — se é o que chega realmente a ser — diferente do seu — na melhor das hipóteses uma questão de alguns cavalos de força a mais. De qualquer modo, sabe que o carro do próximo ano será melhor do que o deste. Mesmo que não tenha ido a boates, sabe como elas são, e assiste a televisão. Enquanto a pessoa autodirigida freqüentemente ansiava por posses como um objetivo cujo fascínio a riqueza na idade adulta não conseguia empanar, a pessoa alterodirigida dificilmente pode conceber um bem de consumo capaz de manter por qualquer espaço de tempo um domínio incontestado sobre a sua imaginação. Exceção talvez o sexo.

Pois o consumo do amor, a despeito de todos os esforços dos *mass media*, permanece oculto das vistas do público. Se alguém possui um novo Cadillac, a pessoa heterodirigida sabe o que aquilo é, e que é capaz de reproduzir a experiência, mais ou menos. Mas se alguém tem uma nova amante, não poderá saber o que isso significa. Os Cadillacs foram democratizados. Do mesmo modo o fascínio sexual, até certo ponto: sem a produção em massa de uma juventude bonita e bem vestida, o padrão americano da competição sexual não poderia existir. Existe, porém, uma diferença entre Cadillacs e parceiros sexuais quanto ao grau de mistério. E com a perda ou submersão da vergonha moral e das inibições, mas não completamente de uma certa inocência inconsciente, a pessoa alterodirigida não dispõe de defesas contra a sua própria inveja. Ela não é ambiciosa a ponto de bater os recordes quan-

titativos dos consumidores ávidos do sexo como Don Juan, mas não deseja perder, no dia-a-dia, as qualidades de experiência que para si mesma considera que os outros estejam tendo.

De certo modo esse progresso é paradoxal. Pois enquanto os livros de receitas se tornaram mais fascinantes na era da alterodireção, deu-se o contrário quanto aos livros de sexo. Os manuais mais antigos sobre o casamento, tais como o de Van der Velde (ainda popular, contudo), exalam um tom de êxtase; são os guias das alegrias do amor. Os mais novos, inclusive alguns manuais de sexo de nível ginásiano são prosaicos, incolores, e higiênicos — no estilo do *Boston cooking school*. Não obstante conquanto os jovens possam parecer estar ingerindo sexo de roldão com as suas vitaminas, a época continua sendo de competição e um núcleo de pesquisas, nunca inteiramente suprimido, do significado e resposta emocional da vida. A pessoa alterodirigida recorre ao sexo não como exibição, mas como um teste da habilidade dele ou dela de atrair, do lugar dele ou dela na escala de “graduação dos encontros” — e para além disso, com a finalidade de experimentar a vida e o amor.

Uma razão para a mudança é que as mulheres não são mais objetos para o consumidor ávido, e sim rivais umas em relação às outras. A esposa relativamente dependente e as amantes socialmente inferiores do autodirigido não eram capazes de desafiar seriamente a qualidade do seu desempenho sexual. Hoje em dia, milhões de mulheres, libertadas pela tecnologia dos afazeres domésticos, dotadas pela tecnologia de muitos “auxílios para o romance”, tornaram-se pioneiras, juntamente com os homens, na fronteira do sexo. À medida que se tornam consumidoras avisadas, também cresce a ansiedade dos homens, temerosos de não conseguirem satisfazê-las — mas ao mesmo tempo isso constitui um novo teste que atrai homens que, por seu turno, querem ser julgados por outros. A própria habilidade das mulheres em responderem de uma maneira que somente as cortesãs eram capazes numa era anterior significa, ademais, que as diferenças qualitativas da experiência sexual — o mistério impenetrável — podem ser investigadas noite após noite, e não apenas em visitas periódicas a uma amante ou a um bordel. Enquanto o padrão de uma era anterior consistia frequentemente em ridicularizar o sexo, seja no nível do café concerto ou nos *Contes drolatiques* de Balzac, o sexo hoje em dia leva uma carga psíquica demasiada para que seja realmente divertido para os alterodi-

rigidos. Mediante um ascetismo disfarçado, ele se torna ao mesmo tempo um negócio por demais ansioso e uma ilusão por demais sagrada.

Essa competição ansiosa no domínio do sexo tem muito pouco em comum com os antigos padrões de ascensão social. As mulheres ainda usam por certo o sexo como meio de alcançar *status* nas esferas controladas por homens. Podem realizar isso, no entanto, principalmente nas indústrias que ainda são competitivas nos padrões pré-monopolísticos.<sup>4</sup> Desse modo, até recentemente o teatro e o cinema eram controlados por *novi homines*, que nos fazem lembrar aqueles primitivos donos de fábricas ingleses do século XIX, que, antes dos *Factory acts*, recorriam às suas fábricas como a um harém.<sup>5</sup> E Warner, Havighurst e Loeb, em *Who shall be educated*, descrevem como professoras precisam ainda pontilhar de encontros sua ascensão nas hierarquias relativamente desprovidas de burocracias das organizações escolares locais. Esses, no entanto, são casos excepcionais; a procura de experiência na fronteira do sexo é, na era heterodirigida, destituída de outros motivos ulteriores.

*Tradução de César Bloom*

4. Ver G.M. Young, *Portrait of an Age*, Oxford University Press, p. 16, n. I, Londres, 1936.

5. W. Lloyd Warner, Robert J. Havighurst e Martin Loeb, *Who shall be Educated?* Harper, p. ex., p. 103, Nova York, 1944.

# VISÃO, SOM E FÚRIA

*Marshall McLuhan*

## COMENTÁRIO

De origem canadense, ex-professor de literatura, radicado nos EUA, por volta de 1963-64 McLuhan causou o maior impacto intelectual-publicitário da vida norte-americana. Em livros de bolso, sua fama se propagou. Em 1967, entre nós, já não era raro ouvir seu nome pronunciado como exorcismo indispensável a candidato a intelectual. Aos poucos, à medida que suas obras foram sendo digeridas, quebrou-se a unanimidade do assombro: a veemência dos admiradores passou a contar com a contraveemência dos acusadores. Gênio ou mistificador, os dois clãs não fazem por menos. Com a finalidade de oferecer um texto sucinto que permita o posicionamento crítico de McLuhan introduzimos o presente artigo. Publicado em 1954, na revista *Commonweal* (vol. 60), republicado em *Mass Culture, The Popular Arts in America*, organizada por B. Rosenberg e D. M. White, anterior portanto a seus livros fundamentais (*The Gutenberg Galaxy*, 1962, *Understanding Media*, 1964, trad. bras. 1969), suas teses centrais já se acham, contudo, aqui assentadas. Assim, desde logo, a afirmação que não deixará de repetir: o homem pós-renascentista será psicossocialmente definido como homem tipográfico, por fazer da linearidade da frase escrita seu primeiro padrão de entendimento da realidade. Para compreendermos o peso do afirmado, devemos partir de trás. Cada meio de comunicação, dirá, é a extensão de um sentido. Quando um

desses sentidos predomina sobre os demais toda a *ratio* compreensiva do homem se modifica e a apreensão do todo, dependente agora da exclusividade de um canal receptor (o sentido privilegiado), se deforma. Deste modo, enquanto a linguagem é a tecnologia em que visão e audição se inter-relacionam, a propagação do invento de Gutenberg (1440) provocará um “*visual stress*”, que condicionará toda a mentação ocidental. A dissociação dos sentidos já vinha de antes, é observável, nota em *The Gutenberg Galaxy*, desde a Grécia homérica, mas só se completa com o aparecimento dos tipos móveis de impressão, com a industrialização da escrita fonética, causadora dos diversos fenômenos que, constelados, formarão a galáxia de Gutenberg, o universo mental do homem tipográfico. Dentro desses pressupostos, McLuhan propõe-se estudar a crise contemporânea. Segundo ele, a causa motora seria tão ignorada quanto única: ao entrarmos no limiar da era elétrica e, depois, da eletrônica, são abalados os fundamentos em que se enraizara a experiência do mundo pelo homem tipográfico. Comprometida a exclusividade do sentido visual, pelo aparecimento de *media* sonoros e táteis, quebrada a linearidade da comunicação própria ao livro impresso e às estradas de ferro, o homem estaria reimerso na inter-relação de todos os seus sentidos. Desacostumado a estabelecer uma *ratio* global, o homem entraria em crise desde quando não mais lida com um mundo feito à sua imagem e semelhança tipográfica. Desse breve resumo, podemos observar: McLuhan pensa em termos de estágios que se sucedem e ultrapassam. São eles em número de três: 1) etapa primitiva, pré-tecnológica, inter-relacionamento dos sentidos, correspondente tanto ao período épico das civilizações antigas quanto ao tempo vivido pelos primitivos contemporâneos; 2) etapa tipográfica, ênfase na linearidade e perspectivismo visuais, período pós-renascentista ou, *grosso modo*, capitalista, próprio das nações desenvolvidas, que explicaria a defasagem em que, paradoxalmente, estas se encontram para responder aos dilemas da era eletrônica; 3) etapa de reenvolvimento verbocovisual, produzida pelo avanço tecnológico. Assim visto, o pensamento de McLuhan apresenta um caráter curiosamente antiquado. Ele que condena o pensamento linear, teoriza, contudo, nesses mesmos termos. Seu esquema termina sendo de tipo evolucionista, à semelhança das teorias do evolucionismo cultural tão caro aos cientistas sociais do século XIX e hoje definido como forma etnocêntrica, ideologia fundadora do racismo (ver *Race et his-*

*toire* de Lévi-Strauss). Haveria, por certo, uma variante a considerar: o evolucionismo de McLuhan abandona o progressismo ingênuo dos Tylor e dos Comte ao fazer com que a terceira etapa volte a dar as mãos à primeira, numa espécie de retomada da concepção cíclica da história de Vico. Mas a mudança não isenta o autor dos mesmos prejuízos anti-científicos acusados quanto ao evolucionismo cultural. A variante de McLuhan não é menos anticientífica, defasada e ideológica. A interpretação de Vico já foi interpretada como a transposição da prenoção originada pelo ritmo cíclico das estações em eterno retorno (ver Bourdieu, “La sociologie spontanée et les pouvoirs du langage” na “Introduction” a *Le métier de sociologue*, p. 46). Se teoricamente, portanto, McLuhan não parece existir, sua obra, no entanto, por outro lado, apresenta pelo menos uma sensível qualidade: a de, contra a direção predominante na sociologia da comunicação de massa, insistir sobre o caráter decisivo das análises sobre e a partir da linguagem, *i.e.*, sobre e a partir do próprio meio em que a mensagem se formula.

LCL

## VISÃO, SOM E FÚRIA

*Marshall McLuhan*

Na sua recente visita à América, Roy Campbell revelou que quando Dylan Thomas descobriu que podia ler poesia no rádio, tal descoberta transformou sua poesia, melhorando-a. Thomas descobriu uma nova dimensão na sua linguagem quando estabeleceu uma relação nova com o público.

Até Gutenberg, a publicação poética significava a leitura ou o canto dos próprios poemas para uma pequena platéia. Quando a poesia começou a existir fundamentalmente na página impressa, no século XVII, ocorreu essa estranha mistura de visão e som, mais tarde conhecida como “poesia metafísica” que tem tanto em comum com a poesia moderna.

A colonização americana começou quando a única cultura ao alcance da maioria dos homens era a do livro impresso. A cultura européia era então, como agora, tanto uma questão de música, pintura, escultura e comunicação quanto de literatura. Tanto assim que até o dia de hoje os norte-americanos associam principalmente a cultura com os livros. Mas, paradoxalmente, é na América do Norte que os novos meios da visão e do som obtiveram maior impacto popular. Será precisamente em decorrência do fato de estabelecermos a mais ampla separação entre cultura e os nossos novos meios que nos tornamos incapazes de encarar os novos meios como cultura séria? Será que quatro

séculos de cultura de livro nos hipnotizaram numa tal concentração sobre o conteúdo dos livros e dos novos meios que não podemos reconhecer que a própria forma de qualquer meio de comunicação é tão importante quanto qualquer coisa que ele transmita?

A Irlanda é talvez a única parte do mundo da língua inglesa onde a tradição oral da cultura persistiu fortemente, a despeito da página impressa. E a Irlanda nos deu Wilde, Shaw, Yeats, Synge e Joyce em recentes anos — todos eles mestres da magia da palavra falada. Um fazendeiro da Ballynooley que regressava para a Irlanda da América disse para o seu vizinho: “Durante três anos não encontrei um só homem que fosse capaz de cantar uma balada, quanto mais se levantar e fazer uma”.

A página impressa constituiu em si mesma uma forma altamente especializada (e especializada) de comunicação. Em 1500 d.C. era revolucionária. E Erasmo foi talvez o primeiro a compreender o fato de que a revolução iria ocorrer sobretudo na sala de aula. Ele dedicou-se à preparação de compêndios e organização de ginásios. O livro impresso de repente liquidou com 2 mil anos de cultura manuscrita. Criou o estudante solitário. Estabeleceu o predomínio da interpretação particular sobre o debate público. Estabeleceu o divórcio entre a “literatura e a vida”. Criou uma cultura altamente abstrata porque ele mesmo era uma forma mecanizada de cultura. Hoje em dia, quando o compêndio deu lugar ao projeto de aula e à sala de aula como oficina de trabalho social e discussão de grupo, torna-se mais fácil para nós examinar o que sucedia em 1500. Sabemos hoje que a mudança para o visual de um lado, isto é, para a fotografia, e para os meios auditivos de rádio e equipamento de alto-falantes de outro, criou uma ambiência totalmente nova para o processo educacional.

André Malraux popularizou recentemente a noção da revolução da arte de nosso tempo no seu *Le musée imaginaire*. Seu tema é o de que o livro de imagens pode abranger hoje em dia um âmbito maior de arte do que qualquer museu. Trazendo para uma esfera portátil um tal âmbito de arte, contudo, ele chegou a mudar a visão da pintura por parte do pintor. Não se trata, novamente, de uma simples questão de mensagem, imagem ou conteúdo. O livro de imagens como um museu imaginário adquiriu para o artista um novo significado técnico, exatamente como para o espectador a comunicação pictórica significou um desvio considerável, porém, inconsciente, de suas maneiras de pensar e sentir.

Há muito nos acostumamos à noção de que as crenças de uma pessoa propiciam-lhe forma e cor à existência. Elas fornecem molduras às janelas, pelas quais se visualiza a existência. Estamos menos acostumados à noção de que as formas de uma ambiência tecnológica constituem também janelas-idéias. Cada forma (dispositivo ou metrôpole), cada situação planejada e realizada pela inteligência factiva do homem é uma janela que revela ou deforma a realidade. Atualmente, quando o poderio tecnológico tomou conta do ambiente global a fim de ser manipulado como o material da arte, a natureza desapareceu como natureza-poesia. E a eficácia da sala de aula promoveu o declínio da cultura de livro. Assim como Erasmo via a sala de aula como o novo palco para o drama da imprensa, verificamos hoje que a situação nova que se oferece igualmente aos jovens e velhos é a sala de aula sem paredes. Todo o ambiente urbano tornou-se agressivamente pedagógico. Todos e tudo têm uma mensagem a declarar, um fio que ligar.

Essa é a época de transição da era comercial, quando era a produção e distribuição de utilidades que absorvia o engenho dos homens. Passamos hoje da produção de mercadorias empacotadas para o empacotamento da informação. Anteriormente, invadíamos os mercados estrangeiros com utilidades. Hoje invadimos culturas inteiras com informação acondicionada, diversão e idéias. Em vista do alcance global instantâneo dos novos meios de visão e som, até mesmo o jornal é vagaroso. Entretanto, a imprensa sobrepujou o livro no século XIX, porque o livro chegava tarde demais. A página do jornal não era uma mera ampliação da página do livro. Era, como o cinema, uma nova forma de arte coletiva.

Para reconsiderar um pouco desse caminho, será útil lembrar que em *Fedro*, Platão objetou que o aparecimento recente da escrita iria revolucionar a cultura para pior. Alegou que ela iria trazer a reminiscência no lugar do pensamento e o aprendizado mecânico ao invés da dialética verdadeira da indagação viva da verdade mediante o discurso e a conversação. Fora como se ele houvesse previsto a biblioteca de Alexandria e as infundáveis exegeses sobre anteriores exegeses dos comentadores e gramáticos.

Dir-se-ia que a grande virtude da escrita é o poder de deter o veloz processo do pensamento para a contemplação e análise constantes. A escrita é a tradução do audível para o visual. Em larga medida constitui a especialização do pensamento. No entanto, a escrita no papiro e

no pergaminho promoveu uma organização muito diferente de hábitos mentais dos daqueles que estão ligados à impressão e aos livros. Em primeiro lugar, a leitura silenciosa era desconhecida até o surgimento das superfícies macadamizadas e aerodinâmicas da página impressa, que permitiam a passagem veloz do olho apenas. Em segundo, a dificuldade de acesso aos manuscritos obrigou os estudantes a memorizar tanto quanto possível tudo o que liam. Isso levou ao enciclopedismo, como também a ter pronta para consumo em discurso oral a erudição total de cada um.

A criança na escola durante a Idade Média tinha primeiro de fazer suas próprias cópias dos textos, por meio do ditado. Em seguida tinha de compilar sua própria gramática, dicionário e antologia. O aparecimento de uma grande quantidade de textos impressos baratos e uniformes modificou tudo isso. A mecanização da escrita pela composição de tipos móveis ampliou rapidamente o âmbito da leitura disponível e do mesmo modo reduziu velozmente o hábito do discurso oral como método de aprendizado. Durante o século XVI, entretanto, persistiu um grau de equilíbrio entre o aprendizado oral e escrito, que associamos com o especial grau de excelência do drama, do sermão e da poesia elizabetanos.

Contrariamente, grande parte da viva exuberância da produção falada e escrita americana no século XX é resultado do desvio da cultura de livro para a comunicação oral. Essa direção não-literária da fala foi observada em grau bem menor na Inglaterra e na Europa durante o mesmo período. O rádio em particular estimulou o retorno à discussão em grupo seletivo e, em mesa-redonda. Mas a imprensa e a fotografia auxiliaram também o movimento espontâneo em direção à adoção do seminário e da discussão em aula como processo de aprendizado, à medida que desafiaram o monopólio do livro.

Acima de tudo, os hábitos da comunidade dos negócios de exigir a conferência e a discussão como meio rápido de estabelecer um discernimento quanto ao método e processo nos diversos ramos especializados dos negócios — estimularam sem dúvida a nova confiança na fala como um meio de descoberta. É sugestivo, por exemplo, terem os físicos atômicos descoberto que somente pelo contato diário e face a face foi possível levar a cabo suas tarefas durante a guerra passada.

Há muito vigora o truísmo de que as modificações na cultura material ocasionam variações nos padrões da cultura inteira. A estrada antiga tornou possível exércitos e impérios e destruiu as cidades-estados isoladas da Grécia. Mas a estrada dependia em primeiro lugar da escrita. Por detrás do comando imperial de grandes extensões de terra estava a palavra escrita, em forma facilmente transportável. No século XIX, os jornais, especialmente depois do telégrafo, pagaram novas estradas e transporte mais rápido por terra e mar. A imprensa alterou as formas de governo, e o telégrafo terminou com a diplomacia secreta. Quando os acontecimentos no Egito ou na Rússia, em Londres, Paris ou Nova York eram conhecidos imediatamente em toda a parte, o prazo para as negociações secretas foi reduzido a horas e minutos. E as grandes populações dos países do mundo, alertadas e emocionadas pela imprensa, puderam confrontar-se umas com as outras no mesmo instante, para uma explicação definitiva.

A imprensa fomentara desde o início o nacionalismo porque os idiomas vernáculos com as grandes massas de público leitor eram mais rendosas para editores comerciais do que o latim. A imprensa fomentara esse nacionalismo ao ponto máximo, onde ele se mantém. Mas a fotografia e o cinema, assim como a música e a pintura, são internacionais quanto ao seu poder de atração. O poder das imagens de saltarem por sobre fronteiras nacionais e preconceitos é bem conhecido, para o bem ou para o mal.

A esse mesmo respeito, merece comentário especial um aspecto da imprensa. O conteúdo dos jornais, suas mensagens e informações, promoveram sem cessar o nacionalismo. Mas a forma da página do jornal é poderosamente intercultural e internacional. A mensagem não expressa de uma coleção de novos tópicos de todas as partes do mundo é que o mundo de hoje é uma única cidade. Toda guerra é guerra civil. Todo sofrimento é nosso. Portanto, a despeito da linha política, do tempo ou do lugar, o simples formato da imprensa exerce uma mesma pressão. Uma aceitação básica deste fato assinala-se no crescente enfraquecimento dos partidos políticos em toda a parte.

Do ponto de vista do formato, a imprensa como um corte transversal diário do globo constitui um espelho dos instrumentos tecnológicos de comunicação. É o livro popular diário, o grande poema coletivo, a diversão universal de nossa era. Como tal, modificou técnicas poéticas e por seu turno foi modificada pelos novos meios do cinema,

rádio e televisão. Estes últimos representam revoluções na comunicação tão radicais como a própria imprensa. Constituem, de fato, “mágicos balcões abrindo-se diante da espuma de mares perigosos”, nos quais poucos dentre nós se aventuraram em pensamento, arte ou vivência. Se Erasmo foi o primeiro a avaliar e explorar a imprensa como uma força nova na arte e na educação, James Joyce também o foi, quanto à utilização do jornal, do rádio, do cinema e da televisão para a montagem do seu drama “verbivocovisual” em *Finnegans Wake*. Em comparação com Joyce, Pound e Eliot são tímidos partidários do livro como forma de arte. Contudo, a maioria das dificuldades encontradas pelas pessoas comuns na poesia de Pound e Eliot desaparece se a encararmos como um cine-jornal histórico de pessoas, mitos, idéias e acontecimentos, com a correspondente trilha sonora. Joyce tinha uma fé muito maior na linguagem e na realidade do que Pound ou Eliot. Por contraste, estes emprestaram à sua linguagem e realidade o tratamento glamouroso de Hollywood. Joyce está mais próximo de um filme de De Sica, com a sua percepção das íntimas riquezas das cenas e situações mais comuns.

Entretanto, o leitor que recorre a Pound, Eliot e também a Joyce como exploradores dos aspectos cinemáticos da linguagem chegará a uma apreciação muito mais rapidamente do que aquele que tenta inconscientemente decifrá-los reduzindo o seu uso dos novos meios de comunicação às formas lineares abstratas da página do livro.

O fato básico que se deve ter em mente quanto à câmera de cinema e ao projetor é a sua semelhança com o processo do conhecimento humano. A fonte verdadeira do seu poder mágico e transformador é encontrada aí. A câmera enrola num carretel o mundo exterior. Conseguo por meio de rápidas fotografias estáticas. O projetor desenrola esse carretel como uma espécie de tapete mágico que transporta instantaneamente o espectador para qualquer parte do mundo. A câmera grava e analisa o mundo à luz do dia com intensidade maior do que a humana, em razão do ângulo de 45 graus do seu olho. O projetor revela esse mundo à luz do dia sobre uma tela escura, onde ele se torna um mundo de sonhos.

A maravilhosa semelhança em tudo isso com o conhecimento humano estende-se até o seguinte ponto: no conhecimento temos de interiorizar o mundo exterior. Temos de recriar no meio de nossos sentidos e faculdades internas o drama da existência. Isso é trabalho do

*logos poietikos*, o intelecto agente. Pela fala, proferimos tal drama, analogamente recriado dentro de nós. Na fala produzimos ou *poetamos* o mundo no sentido em que se possa dizer que o filme papagueia o mundo. Dessa forma, as linguagens constituem as maiores de todas as obras de arte. São os hinos coletivos à existência. Pois no próprio conhecimento reside a totalidade do processo poético. O artista, porém, difere da maioria dos homens quanto ao seu poder de deter e em seguida modificar radicalmente os estágios da apreensão humana. Ele aprende a corporificar os estágios do conhecimento (o “enredo” de Aristóteles) numa obra exterior que pode ser oferecida à contemplação.

Ainda nesse sentido o filme assemelha-se ao processo cognitivo, já que o mundo à luz do dia que a câmera enrola no carretel é invertido e projetado a fim de se tornar o mágico mundo de sonhos da platéia. Mas todos os meios de comunicação de alguma forma compartilham desse caráter cognitivo a que somente uma visão tomista da existência e do conhecimento ousa fazer justiça.

A televisão, por exemplo, difere do cinema quanto à imediação com que capta e transmite o visível. A câmera de TV é como o microfone em relação à voz. O filme não possui tal imediação de captação e transmissão. À medida que começamos a examinar o caráter inevitavelmente cognitivo dos vários meios, logo superamos as perturbações advindas da preocupação exclusiva com qualquer forma de comunicação.

Na sua *Teoria do Filme*, Bela Balazs assinala como “a descoberta da imprensa tornou gradualmente ilegíveis os rostos dos homens. Tanto poderia ser lido do papel, que o método de emprestar significado através da expressão facial caiu em desuso. Victor Hugo escreveu certa vez que o livro impresso assumiu o papel desempenhado pela catedral na Idade Média e tornou-se o correio do espírito do povo. Mas os milhares de livros esfrangalharam o espírito único [...] em milhares de opiniões [...] esfrangalharam a igreja em milhares de livros. O espírito visível transformou-se assim num espírito legível e a cultura visual numa cultura de conceitos”.

Antes da imprensa, um leitor era alguém que discernia e sondava enigmas. Após a imprensa, passou a significar alguém que corria os olhos, que se escapulia ao longo das superfícies macadamizadas do texto impresso. Hoje em dia, no final de tal processo, chegamos a aliar a habilidade de ler velozmente com a distração, em vez de com a sabedoria. Mas à imprensa, à mecanização da escrita, sucedeu no século

XIX a fotografia e, em seguida, a mecanização do gesto humano no filme. A isso seguiu-se a mecanização da fala no telefone, no fonógrafo e no rádio. Com o cinema falado, e finalmente com a televisão, sobreveio a mecanização da totalidade da expressão humana, da voz, do gesto e da figura humana em ação.

Cada um desses estágios da mecanização da expressão humana comparou-se, no seu âmbito, à revolução deflagrada pela própria mecanização da escrita. As mudanças nos processos de associação humana, social e política foram encaixadas no tempo e, portanto, ocul-tas dos observadores eventuais.

Se existe algum truísmo na história da comunicação humana é o de que qualquer inovação nos meios externos de comunicação trazem no seu rastro choque sobre choque de mudança social. Um dos efeitos da escrita foi tornar possíveis as cidades, as estradas, os exércitos e os impérios. As letras do alfabeto foram na verdade os dentes do dragão. O livro impresso não apenas favoreceu o nacionalismo, como também possibilitou trazer o mundo passado para cada gabinete de trabalho. O jornal é um livro diário que coloca diante dos nossos olhos todos os dias uma porção de todas as culturas do mundo. Nesse ponto chega a modificar radicalmente a tendência da imprensa em acentuar tão-somente a cultura nacional. O jornalismo pictórico e a reportagem tendem fortemente para a mesma direção internacional. Mas é isso verdade quanto ao rádio? O rádio fortaleceu o hábito oral de comunicação e estendeu-o, por meio do painel e da mesa-redonda, ao estudo sério. Contudo, o rádio parece ser uma forma que também fortalece a cultura nacional. As sociedades meramente orais, por exemplo, são o ponto extremo em exclusivismo nacional.

Um grupo nosso realizou recentemente uma experiência com um grande grupo de estudantes. Dividimo-los em quatro seções e destinamos cada seção a um canal de comunicação separado. Cada seção recebeu simultaneamente idêntico discurso, mas um leu-o, outro ouviu-o como um discurso comum numa sala, outro ouviu-o pelo rádio e outro ouviu-o e viu-o numa transmissão de televisão. Logo em seguida propusemos um questionário, a fim de determinar a apreensão e a compreensão desse material novo e difícil. A seção de televisão veio em primeiro lugar, em seguida a seção de rádio, e nos últimos postos as seções de sala e de leitura. Esse resultado foi totalmente inesperado e ainda é cedo demais para generalizar. É certo, porém, que os chamados

meios de massa não são necessariamente predestinados a serem apenas canais de diversão popular.

Pensando nos novos meios, é “desejável” que nos lembremos de que os edifícios são comunicações de massa e que o primeiro meio mecânico foi a impressão por tipo móvel. De fato, a descoberta do tipo móvel foi o ancestral de todas as linhas de montagem, e seria tolice desprezar o impacto da forma tecnológica envolvida na impressão sobre a vida psicológica dos leitores. Desprezar isso seria tão pouco realista como pôr de lado o ritmo e o tempo na música. Do mesmo modo, é apenas uma questão de bom senso reconhecer que a situação geral criada por um canal de comunicação e o seu público constitui grande parte daquilo no qual e pelo qual os indivíduos comunicam. A mensagem encodificada não pode ser considerada uma simples cápsula ou pílula produzida de um lado e consumida do outro. A comunicação é comunicação em toda a linha.

Podemos tirar exemplo dos esportes. A melhor qualidade de futebol jogada diante de cinquenta pessoas careceria um pouco do poder de comunicação. A multidão grande, entusiástica, é necessária para representar toda a comunidade, assim como comediantes interpretam um drama que exterioriza certas motivações e tensões da vida comunal que de outra maneira não poderiam ser visíveis ou acessíveis à participação de uma platéia. Na Índia, enormes multidões reúnem-se para experimentar *darshan*, que consideram ocorrer quando estão reunidos em massa em presença de uma manifestação visível de sua vida coletiva.

Os novos meios fazem alguma coisa de similar para nós no Ocidente. Cinema, rádio e televisão situam certas personalidades num novo plano de existência. Elas existem não tanto em si mesmas, mas como tipos da vida coletiva sentidos e percebidos por um meio de massa. L'il Abner, Bob Hope, o Pato Donald e Marilyn Monroe tornam-se pontos de consciência coletiva e comunicação para uma sociedade inteira. E à medida que a tecnologia intenta submeter cada vez mais o planeta todo, como também o conteúdo da consciência aos propósitos da inteligência factiva do homem, cumpre-nos examinar o processo inteiro da transformação mágica, aguda e extensivamente.

Desse ponto de vista deveria ser óbvio, por exemplo, que os que compuseram o código de moralidade de Hollywood estivessem operando com uma série bastante inadequada de percepções e conceitos

acerca da natureza do meio do cinema. As discussões modernas de censura, do mesmo modo, estão irremediavelmente presas a concepções extraídas somente da cultura do livro. E os defensores da cultura do livro raramente dedicaram qualquer pensamento a quaisquer dos meios como formas de arte, o livro menos que todos. O resultado é que a “defesa” deles bem poderia ser feita num estúdio abandonado, tal é o efeito que produz na situação verdadeira.

Quando escrevi *The Mechanical Bride* há alguns anos, não tive a noção de que estava tentando uma defesa da cultura do livro contra os novos meios. Agora posso verificar que procurava fazer incidir nos novos meios da visão e do som a consciência crítica favorecida pela formação literária. Minha estratégia estava errada, porque a minha obsessão pelos valores literários cegava-me quanto a muito do que estava acontecendo de bom e ruim. O que temos de defender hoje não são os valores desenvolvidos em qualquer cultura especial ou por qualquer modo de comunicação. A tecnologia moderna pretende tentar uma transformação total do homem e do seu meio, o que por seu turno exige a inspeção e defesa de todos os valores humanos. E pelo que respeita ao mero auxílio humano, a cidadela desta defesa deve estar localizada na consciência analítica da natureza do processo criador envolvido no conhecimento humano. Pois é nessa cidadela que a ciência e a tecnologia já se estabeleceram quanto à sua manipulação dos novos meios.

*Tradução de César Bloom*

## A INDÚSTRIA CULTURAL O ILUMINISMO COMO MISTIFICAÇÃO DE MASSAS

*Max Horkheimer e Theodor W. Adorno*

## COMENTÁRIOS

Juntamente com Walter Benjamin, Max Horkheimer, Siegfried Kracauer, Herbert Marcuse, Theodor Wiesengrund Adorno forma a chamada escola hegeliana de Frankfurt. Nascido nesta cidade em 1907, e morto em 1969, a imensa obra adorniana agrupa-se em torno de três eixos principais: 1) obras de crítica literária e musical [a exemplo de *Noten zur Literatur* (I, 1958, II, 1961) e *Philosophie der neuen Musik* (1949)]; 2) obras de ciência social e/ou filosofia social (a exemplo de *The Authoritarian Personality*, obra clássica escrita em seu período estadunidense (1950) e *Dialektik der Aufklärung, Philosophische Fragmente* (1947)); 3) ensaística sobre filosofia da cultura (a exemplo de *Prismen, Kulturkritik und Gesellschaft*, trad. esp. 1962). A *Dialética do Iluminismo, fragmentos filosóficos* (Querido Verlag, Amsterdã, 1947), em que o presente texto comparece, foi concebida, como dizem os autores em seu Prefácio, como introdução a uma teoria geral da história e da sociedade. Essa teoria, acrescentam, nunca se realizou e a própria introdução terminou sendo um fragmento do que nela se propunham. Em suma, de um pretendido tratado resultou um ensaio definindo-se este como o gênero mesmo adequado ao fragmento. Como do ensaio diria o próprio Adorno: “Seus conceitos não se constroem a partir de algo primeiro nem se arredondam em algo terminal” (“Der Essay als Form”, in *Noten*, I, 1958, p. 11, trad. esp. 1962). Inda-

gação aqui impossível nos levaria a perguntar da razão da força do fragmento na arte contemporânea. Em sua falta, vejamos por que, nessa precisa situação, o tratamento sistêmico deu lugar a seu oposto. Sintetizemo-lo com a seguinte afirmação: à medida que desenvolviam sua interpretação sobre o espírito iluminista, foram os autores levados a corrigir não só partes de sua premissa, quanto a verificar que, ironicamente, ela continha contraface de dialético antagonismo, de início não percebida. Como esta premissa constituía o núcleo da introdução ao sistema geral, sua interna contradição desmanchava a possibilidade mesma da busca da arquitetura. A introdução assim se converteu na abertura de um discurso de sentido ainda desconhecido tanto para os autores quanto para seus demais contemporâneos. No fracasso do sistema, na primazia do fragmento encontramos o correspondente textual do impasse em que o pensamento social progressista contemporâneo se enreda. Precisemos então a premissa básica e o antagonismo que dentro dela depois se verificou. Ela pode ser dividida em três partes de abrangência decrescente: 1) define o Iluminismo como um projeto caracterizado pela vontade de domínio do homem, assim como de redimir-se do temor das coisas. Como tal, o Iluminismo confunde-se com a vontade de poder sobre a resistência da Natureza; 2) o projeto iluminista ganha corpo histórico ao ser indagado na residência específica do século XVIII. Recebe um nome preciso: é o pensamento liberal, que antecede e corresponde à etapa do liberalismo econômico; 3) entra em degenerescência o ideal do iluminismo liberal, o que se mostra pelo fenômeno da indústria cultural, típica do século XX e, por sua vez, correspondente ao estabelecimento do capitalismo monopolista. Ora, como a *Dialética do Iluminismo* toma como palco de referência a terceira etapa aludida e sob o impacto de duas experiências traumatizantes para os autores — a experiência nazista, de que fogem, e a norte-americana, que vivem como professores refugiados até o advento da caça às bruxas patrocinada pelo senador Joseph McCarthy — a premissa foi aos poucos perdendo a nitidez de seu desenho e as fases de seu desdobramento mostrando-se mutuamente inclusivas. A contradição planta-se na própria premissa do Iluminismo: é na vontade de domínio (característica da primeira e mais abrangente) e, particularmente, no molde com que se forja o iluminismo liberal (segunda etapa) que os autores encontrarão os germes que irão se definir na terceira. O que equivale a dizer: esta só é degenerescência enquanto pelo

termo se entender a revelação do que já vinha trazido a modo de embrião desde a abertura do projeto. Não são as modernas ideologias como o nacional-socialismo, dirão, que provocam a repressão do Iluminismo à mitologia, conforme desejariam os tranquilizantes. Esta não seria mais que escusa a obscurecer o fato principal: o luminismo formulado prepara a paralisia do Iluminismo. Daí ser plausível dizer sobre Adorno o que ele próprio dissera sobre seu companheiro Walter Benjamin: “*Motto* de sua metafísica poderia ser a frase: existe imensa esperança, não porém para nós...” (*Prismen*). Se esta é a anatomia superficial da tese que envolve a *Dialektik*, a correspondente ao capítulo traduzido é assim sintetizada: a) caracteriza-se a etapa de degenerescência iluminista pela capacidade de o sistema instituído retirar a virulência dos fatores que o negam e contestam, sem obrigatoriamente ter de recorrer à repressão física contra o adversário (ver no mesmo sentido texto nº 9); b) definindo-se a arte como verdade negativa, em virtude da afirmação anterior, conclui-se que o destino da arte na sociedade contemporânea é ser de igual absorvida, desossada e deixada sobreviver como objeto que se fez funcional mesmo porque deixou de ser incômodo. A tese de Adorno torna-se mais palpável à medida que transformamos em afirmações simples seu sinuoso discurso. Depois de tê-lo feito, podemos argumentar quanto aos dois postulados: a) se o capitalismo monopolista tem de fato a capacidade de absorção (ver a propósito texto nº 8), não consegue entretanto desfazer as contradições por ele mesmo geradas. Dizer que essas contradições são peremptoriamente asfixiadas é afirmação que, por não estar validada, pelo menos havemos de acrescentar, não é cientificamente formulada; b) definir a arte como verdade negativa é, contraditoriamente, manter estável a concepção estética do Iluminismo — variante da “finalidade sem fim” de Kant —, *i.e.*, previamente armar-se de um quadro conceitual que levará à conclusão que se pretende estabelecer. Momento áureo do pensamento do século XX, o texto de Horkheimer-Adorno o será pelo menos enquanto não aprendermos a freqüentar a saída que, no esforço de buscá-la, terminaram por, em definitivo, bloquear.

LCL

o poder total do capital. Como os habitantes afluem aos centros em busca de trabalho e de diversão, como produtores e consumidores, as unidades de construção se cristalizam sem solução de continuidade em complexos bem organizados. A unidade visível de macrocosmo e de microcosmo mostra aos homens o esquema da sua civilização: a falsa identidade do universal e do particular. Toda a civilização de massa em sistema de economia concentrada é idêntica, e o seu esqueleto, a armadura conceptual daquela, começa a delinear-se. Os dirigentes não estão mais tão interessados em escondê-la; a sua autoridade se reforça quanto mais brutalmente é reconhecida. Filme e rádio não têm mais necessidade de serem empacotados como arte. A verdade, cujo nome real é negócio, serve-lhes de ideologia. Esta deverá legitimar os refugos que de propósito produzem. Filme e rádio se autodefinem como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores-gerais tiram qualquer dúvida sobre a necessidade social de seus produtos. Os interessados adoram explicar a indústria cultural em termos tecnológicos. A participação de milhões em tal indústria imporia métodos de reprodução que, por seu turno, fazem com que inevitavelmente, em numerosos locais, necessidades iguais sejam satisfeitas com produtos estandardizados. O contraste técnico entre poucos centros de produção e uma recepção difusa exigiria, por força das coisas, organização e planificação da parte dos detentores. Os clichês seriam causados pelas necessidades dos consumidores: e só por isso seriam aceitos sem oposição. Na realidade, é neste círculo de manipulações e necessidades derivadas que a unidade do sistema se restringe sempre mais. Mas não se diz que o ambiente em que a técnica adquire tanto poder sobre a sociedade encarna o próprio poder dos economicamente mais fortes sobre a mesma sociedade. A racionalidade técnica hoje é a racionalidade do próprio domínio, é o caráter repressivo da sociedade que se auto-aliena. Automóveis, bombas e filmes mantêm o todo até que seu elemento nivelador repercute sobre a própria injustiça a que servia. Por hora a técnica da indústria cultural só chegou à estandardização e à produção em série, sacrificando aquilo pelo qual a lógica da obra se distinguia da lógica do sistema social. Mas isso não vai imputado a uma lei de desenvolvimento da técnica enquanto tal, mas à sua função na atual sociedade econômica. A necessidade, que talvez pudesse fugir ao controle central, já está reprimida pela necessidade da consciência individual. A passagem do telefone ao rádio dividiu de maneira justa as

partes. Aquele, liberal, deixava ainda ao usuário a parte de sujeito. Este, democrático, torna todos os ouvintes iguais ao sujeitá-los, autoritariamente, aos idênticos programas das várias estações. Não se desenvolveu qualquer sistema de réplica e as transmissões privadas são mantidas na clandestinidade. Estas se limitam ao mundo excêntrico dos amadores, que, ainda por cima, são organizados do alto. Mas qualquer traço de espontaneidade do público no âmbito da rádio oficial é guiado e absorvido, em uma seleção de tipo especial, por caçadores de talento, competições diante do microfone, manifestações domesticadas de todo o gênero. Os talentos pertencem à indústria muito antes que esta os apresente; ou não se adaptariam tão prontamente. A constituição do público, que teoricamente e de fato favorece o sistema da indústria cultural, faz parte do sistema e não o desculpa. Quando um ramo artístico procede segundo a receita de outro, sendo eles muito diferentes pelo conteúdo e pelos meios de expressão, quando o elo dramático da *soap opera*<sup>1</sup> no rádio se transforma numa ilustração pedagógica do mundo por meio do qual se resolvem dificuldades técnicas, dominadas como *jam* nos pontos culminantes da vida do *jazz*, ou quando a “adaptação” experimental de uma frase de Beethoven se faz segundo o mesmo esquema da de um romance de Tolstói em um filme, o recurso aos desejos espontâneos do público torna-se um pretexto inconsistente. Mais próxima à realidade é a explicação baseada no próprio peso, na força da inércia do aparato técnico e pessoal, que deve ser considerado, em cada detalhe, como parte integrante do mecanismo econômico de seleção. Junta-se a isso o acordo, ou, ao menos, a determinação comum aos chefes executivos de não produzir ou admitir nada que não se assemelhe às suas tábuas da lei, ao seu conceito de consumidor, e, sobretudo, que se afaste de seu auto-retrato.

Se a tendência social objetiva da época se encarna nas intenções subjetivas dos supremos dirigentes, são estes os que originalmente integram os setores mais potentes da indústria. Os monopólios culturais são, em confronto com eles, débeis e dependentes. Estes devem-se apressar em satisfazer os verdadeiros potentados, para que a sua esfera na sociedade de massa — cujo gênero particular de mercadoria tem já muito a ver com o liberalismo acolhedor e com os intelectuais judeus — não seja submetida a uma série de “limpezas”. A dependência da

---

1. *Soap opera*: novela de rádio e, por extensão, de TV. (N. do T.)

mais potente sociedade radiofônica à indústria elétrica, ou a do cinema aos bancos, define a esfera toda, cujos setores singulares são ainda, por sua vez, co-interessados e interdependentes. Tudo está tão estreitamente ligado que a concentração do espírito alcança um volume tal que lhe permite transbordar os confins das várias firmas comerciais e dos vários setores técnicos. A unidade despreconcebida da indústria cultural atesta a unidade — em formação — da política. Distinções enfáticas, como entre filmes de classe A e B, ou entre histórias em revistas a preços diversificados, não são tão fundadas na realidade, quanto, antes, servem para classificar e organizar os consumidores a fim de padronizá-los. Para todos, alguma coisa é prevista a fim de que nenhum possa escapar; as diferenças vêm cunhadas e difundidas artificialmente. O fato de oferecer ao público uma hierarquia de qualidades em série serve somente à quantificação mais completa. Cada um deve-se portar, por assim dizer, espontaneamente, segundo o seu nível, determinado *a priori* por índices estatísticos, e dirigir-se à categoria de produtos de massa que foi preparada para o seu tipo. Reduzido a material estatístico, os consumidores são divididos, no mapa geográfico dos escritórios técnicos (que não se diferenciam praticamente mais dos de propaganda), em grupos de renda, em campos vermelhos, verdes e azuis.

A esquematização do procedimento aparece em os produtos mecanicamente diferenciados revelarem-se, afinal de contas, como sempre iguais. Que a diferença entre a série Chrysler e da General Motors seja substancialmente ilusória disso sabem até as crianças “vidradas” por elas. As qualidades e as desvantagens discutidas pelos conhecedores servem tão só para manifestar uma aparência de concorrência e possibilidade de escolha. As coisas não caminham de modo diverso com as produções da Warner Brothers e da MGM. Porém, mesmo entre os tipos mais caros e menos caros da coleção de modelos de uma mesma firma, as diferenças cada vez mais se reduzem: nos automóveis, a variação no número de cilindros, no tamanho, na novidade dos *gadgets*; nos filmes, a diferença no número de astros, na fartura dos meios técnicos, mão-de-obra, figurinos e decorações, no emprego de novas formas psicológicas. A medida unitária do valor consiste na dose de *conspicuous production*, de investimento ostensivo. A diferença de valor orçado pela indústria cultural não tem nada a ver com a diferença objetiva, com o significado dos produtos. Mesmo os meios técnicos

tendem a uma crescente uniformidade recíproca. A televisão tende a uma síntese do rádio e do cinema, retardada enquanto os interessados ainda não tenham conseguido um acordo satisfatório, mas cujas possibilidades ilimitadas prometem intensificar a tal ponto o empobrecimento dos materiais estéticos que a identidade apenas ligeiramente mascarada de todos os produtos da indústria cultural já amanhã poderá triunfar abertamente. Seria ironicamente a realização do sonho wagneriano da “obra de arte total”. O acordo entre palavra, música e imagem realiza-se mais perfeitamente que no *Tristão*, enquanto os elementos sensíveis são, na maioria dos casos, produzidos pelo mesmo processo técnico de trabalho e exprimem tanto a sua unidade quanto o seu verdadeiro conteúdo.

Esse processo de trabalho integra todos os elementos da produção, desde a trama do romance que já tem em mira o filme até o mínimo efeito sonoro. É o triunfo do capital investido. Imprimir com letras de fogo a sua onipotência — a do seu próprio padrão — no âmago de todos os miseráveis em busca de emprego, é o significado de todo o filme, independentemente do enredo que a direção da produção de vez em quando escolhe.

O trabalhador, durante seu tempo livre, deve-se orientar pela unidade da produção. A tarefa que o esquematismo kantiano ainda assinalava aos sujeitos, a de, antecipadamente, referir a multiplicidade sensível aos conceitos fundamentais, é levada ao sujeito da indústria. Esta realiza o esquematismo como o primeiro serviço do cliente. Na alma agia, segundo Kant, um mecanismo secreto que já preparava os dados imediatos de modo que se adaptassem ao sistema da pura razão. Hoje, o enigma está revelado. Mesmo se a planificação do mecanismo por parte daqueles que manipulam os dados da indústria cultural seja imposta em virtude da própria força de uma sociedade, que, não obstante toda racionalização, se mantém irracional, essa tendência fatal, passando pelas agências da indústria, transforma-se na intencionalidade astuta desta última. Para o consumidor, não há mais nada a classificar que o esquematismo da produção já não tenha antecipadamente classificado. A arte, sem sonho, para o povo realiza aquele idealismo sonhador que parecia exagerado ao idealismo crítico. Tudo advém da consciência: em Malebranche e em Berkeley era a consciência de Deus; na arte de massa, a da direção terrena da produção. Não só os tipos de música de dança, de astros e *soap operas*, retornam ciclica-

mente como entidades invariáveis, quanto o conteúdo particular do espetáculo, aquilo que aparentemente muda é, por seu turno, inferido daqueles. Os pormenores tornaram-se funcionais. A breve sucessão de intervalos que se mostrou eficaz em um motivo, o vexame temporário do herói, por ele esportivamente aceito, os saudáveis tapas que a bela recebe da robustez do astro, sua rudeza com a herdeira viciada são, como todos os pormenores e clichês, salpicados aqui e ali, sendo cada vez subordinados à finalidade: confirmar o esquema enquanto impõem a sua realidade. Logo se pode perceber como terminará um filme, quem será recompensado, punido ou esquecido; para não falar da música ligeira em que o ouvido acostumado consegue, desde os primeiros acordes, adivinhar a continuação, e sentir-se feliz quando ela ocorre. O número médio de palavras da *short-story* é aquele e não se pode mudar. Mesmo as *gags*, os efeitos e os compassos são calculados como a sua própria montagem. Ministrados por especialistas, sua escassa variedade é distribuída pelos escritórios. A indústria cultural se desenvolveu com a primazia dos efeitos, do *exploit* tangível, do particular técnico sobre a obra, que outrora trazia a idéia e que foi liquidada. O particular, ao emancipar-se, tornou-se rebelde, e se erigira, desde o Romantismo até o Expressionismo, como expressão autônoma, da revolta contra a organização. O simples efeito harmônico tinha cancelado na música a consciência da totalidade formal; a cor particular na pintura, a composição do quadro; a penetração psicológica, a arquitetura do romance. A isso põe fim a indústria cultural. Só reconhecendo os efeitos, ela despedaça a sua insubordinação e os sujeita à fórmula que tomou o posto da obra. Molda da mesma maneira o todo e as partes. O todo se opõe — impiedosamente — aos pormenores, à semelhança da carreira de um homem de sucesso, para o qual tudo deve servir de ilustração e experiência, enquanto a própria carreira não passa da soma daqueles acontecimentos idiotas. Assim a chamada idéia geral é um mapa cadastral, e cria uma ordem mas nenhuma conexão. Privados de oposições e conexões, o todo e os pormenores têm os mesmos traços. A sua harmonia, de início garantida, é a paródia da harmonia conquistada da obra-prima burguesa. Na Alemanha, nos filmes mais irrefletidos do período democrático, já estava presente a paz sepulcral da ditadura.

O mundo inteiro passou pelo crivo da indústria cultural. A velha experiência do espectador cinematográfico para quem a rua lá de fora

parece a continuação do espetáculo acabado de ver — pois que este quer precisamente reproduzir de modo exato o mundo perceptivo de todo dia — tornou-se o critério da produção. Quanto mais densa e integral a duplicação dos objetos empíricos por parte de suas técnicas, tanto mais fácil fazer crer que o mundo de fora é o simples prolongamento daquele que se acaba de ver no cinema. Desde a brusca introdução da trilha sonora o processo de reprodução mecânica passou inteiramente ao serviço desse desígnio. A vida, tendencialmente, não deve mais poder se distinguir do filme. Enquanto este, superando de fato o teatro ilusionista, não deixa à fantasia e ao pensamento dos espectadores qualquer dimensão na qual possam — sempre no âmbito da obra cinematográfica, mas desvinculados de seus dados puros — se mover e se ampliar por conta própria sem que percam o fio e, ao mesmo tempo, exercita as próprias vítimas em identificá-lo com a realidade. A atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural de hoje não tem necessidade de ser explicada em termos psicológicos. Os próprios produtos, desde o mais típico, o filme sonoro, paralisam aquelas faculdades pela sua própria constituição objetiva. Eles são feitos de modo que a sua apreensão adequada exige, por um lado, rapidez de percepção, capacidade de observação e competência específica, e por outro é feita de modo a vetar, de fato, a atividade mental do espectador, se ele não quiser perder os fatos que, rapidamente, se desenrolam à sua frente. É uma tensão tão automática que nos casos individuais não há sequer necessidade de ser atualizado para que afaste a imaginação. Aquele que se mostra de tal forma absorvido pelo universo do filme, gestos, imagens, palavras — a ponto de não ser capaz de lhe acrescentar aquilo que lhe tornaria um filme — não estará, necessariamente por isso, no ato da representação, ocupado com os efeitos particulares da fita. Os outros filmes e produtos culturais que necessariamente deve conhecer, tornam-lhe tão familiares as provas de atenção requeridas que estas se automatizam. A violência da sociedade industrial opera nos homens de uma vez por todas. Os produtos da indústria cultural podem estar certos de serem jovialmente consumidos, mesmo em estado de distração. Mas cada um destes é um modelo do gigantesco mecanismo econômico que desde o início mantém tudo sob pressão tanto no trabalho quanto no lazer que lhe é semelhante. De cada filme sonoro, de cada transmissão radiofônica, pode-se deduzir aquilo que não se poderia atribuir como efeito de cada um em particular, mas só de todos

em conjunto na sociedade. Infalivelmente, cada manifestação particular da indústria cultural reproduz os homens como aquilo que foi já produzido por toda a indústria cultural. E, no sentido de impedir que a simples reprodução do espírito não conduza à sua ampliação, vigiam todos os seus agentes, desde o produtor até as associações femininas. Os lamentos dos historiadores de arte e dos advogados da cultura sobre a extinção de energia estilística no Ocidente são acanhadamente infundados. A tradução que a tudo estereotipa — inclusive o que ainda não foi pensado —, no esquema da reproduzibilidade mecânica, supera em rigor e validade qualquer estilo verdadeiro, conceito com o qual os amigos da cultura idealizam — como orgânico — o passado pré-capitalista.

Nenhum Palestrina saberia tirar a dissonância improvisada e irresoluta com o purismo com que um *arrangeur* de música de *jazz* elimina qualquer cadência que não se enquadra perfeitamente em seu jargão. Quando adapta Mozart não se limita a modificá-lo onde é muito sério ou muito difícil, mas também onde harmonizava a melodia de modo diverso — e talvez mais simples do que se usa hoje. Nenhum construtor de igrejas da Idade Média teria analisado os temas dos vitrais e das esculturas com a mesma desconfiança com que a hierarquia dos estúdios cinematográficos examina um tema de Balzac ou de Victor Hugo antes de obter o *imprimatur* que lhe permita divulgação. Nenhum capítulo eclesiástico teria indicado às carrancas diabólicas e às penas dos condenados o seu devido lugar na ordem do sumo amor com o mesmo escrúpulo com que a direção da produção o fixa para a tortura do herói ou para a minissaia da atriz principal, no lengalenga do filme de sucesso. O catálogo explícito e implícito, esotérico e exotérico do proibido e do tolerado não se limita a circunscrever um setor livre, mas o domina e controla de cima a baixo. Até os mínimos detalhes são modelados segundo a sua receita. A indústria cultural, mediante suas proibições, fixa positivamente — como a sua antítese, a arte de vanguarda — uma linguagem sua, com uma sintaxe e um léxico próprios. A necessidade permanente de efeitos novos, que, todavia, permanecem ligados ao velho esquema, só faz acrescentar, como regra supletiva, a autoridade do que já foi transmitido, ao qual cada efeito particular desejaria esquivar-se. Tudo o que surge é submetido a um estigma tão profundo que, por fim, nada aparece que já não traga antecipadamente as marcas do jargão sabido, e, à primeira vista, não se

demonstre aprovado e reconhecido. Mas os *matadores* — produtores ou reprodutores — são os que usam esse jargão com tanta facilidade, liberdade e alegria, como se fosse a língua que, há tempo, foi reduzida ao silêncio. É o ideal da naturalidade no ramo e que se afirma tanto mais imperiosamente quanto mais a técnica aperfeiçoada reduz a tensão entre a imagem e a vida cotidiana. Percebe-se o paradoxo da *routine*, disfarçada em natureza, em todas as manifestações da indústria cultural, e em muitas ela se deixa apalpar. Um jazzista que deve executar um trecho de música séria, o mais simples minuetto de Beethoven, começa involuntariamente a sincopá-lo, e só com um sorriso de superioridade consente em entrar com o compasso certo. Essa *natura*, complicada pelas pressões sempre presentes e exageradas do *medium* específico, constitui o novo estilo, isto é, “um sistema de incultura ao qual se poderia conceder certa unidade estilística, enquanto ainda tem sentido falar em barbárie estilizada”.<sup>2</sup>

A força universalmente vinculante dessa estilização já supera a força das proibições e das prescrições oficiosas; hoje com mais facilidade se perdoa a um motivo não se ater aos 32 compassos ou ao âmbito da nona, do que conter uma particularidade melódica ou harmônica estranha ao idioma, mesmo que seja o mais secreto idioma. Todas as violações do exercício da profissão cometidas por Orson Welles lhe são perdoadas porque — incorreções calculadas — só fazem confirmar e reforçar a validade do sistema. A obrigação do idioma tecnicamente condicionado que atores e diretores devem produzir como natureza, para que a nação dele se aproprie, refere-se a matizes tão sutis a ponto de quase alcançar o refinamento dos meios de uma obra de vanguarda. A rara capacidade de sujeitar-se minuciosamente às exigências do idioma da simplicidade em todos os setores da indústria cultural torna-se o critério da habilidade e da competência. Tudo o que estes dizem e o modo como o dizem deve poder ser controlado pela linguagem cotidiana, como sucede no positivismo lógico. Os produtores são os *experts*. O idioma exige uma força produtiva excepcional, e é inteiramente consumido. Satânico, este superou a diferença — cara à teoria conservadora da cultura — entre estilo genuíno e artificial. Por artifi-

---

2. F. Nietzsche, *Unzeitgemässe Betrachtung (Considerações inatuais) in Werke, Grossoktavausgabe*, Leipzig 1917, I, p.187.

cial poderia ser definido um estilo que se impõe do exterior sobre os impulsos relutantes da figura. Mas, na indústria cultural, a matéria, até os seus últimos elementos, tem origem no mesmo aparato que produz o jargão no qual se perfaz. As brigas, entre os “especialistas artísticos”, o *sponsor* e o *ensor* a propósito de uma mentira demasiado incrível, não revelam menos uma tensão entre valores estéticos do que uma divergência de interesses. O renome do especialista, no qual um último resto de autonomia objetiva às vezes encontra refúgio, conflita com a política comercial da Igreja ou do truste que produz a mercadoria cultural. Mas em sua essência a coisa já está reificada como viável antes mesmo que se dê aquele conflito de hierarquias. Antes que Zanuck a adquirisse, santa Bernadete brilhava no campo visual do seu poeta como uma propaganda para todos os consórcios interessados. Eis o que resta dos impulsos autônomos da obra.

E eis por que o estilo da indústria cultural, que não tem mais de se afirmar sobre a resistência do material, é, ao mesmo tempo, a negação do estilo. A conciliação do universal e do particular, regra e instância específica do objeto, só por cuja atuação o estilo adquire peso e substância, é sem valor porque já não se cumpre qualquer tensão entre os dois pólos extremos que se tocam, são eles traspassados por uma identidade, o universal pode substituir o particular e vice-versa. Esta caricatura do estilo, contudo, diz alguma coisa sobre o estilo autêntico do passado. O conceito de estilo autêntico se desmascara, na indústria cultural, como o equivalente estético da dominação. A idéia do estilo como coerência puramente estética é uma imaginação retrospectiva dos românticos. Na unidade do estilo, não só do medievo cristão como também do Renascimento, manifesta-se a estrutura cada vez diferente do poder social em que o universal restava enclausurado, e não a obscura experiência dos dominados. Os grandes artistas nunca foram os que encarnaram o estilo no modo mais puro e perfeito, mas sim aqueles que acolheram na própria obra o estilo como rigor, a caminho da expressão caótica do sofrimento, o estilo como verdade negativa. No estilo das obras a expressão adquiria a força sem a qual a existência resta inaudível. Mesmo as obras que passam por clássicas, como a música de Mozart, contêm tendências objetivas que estão em contraste com o seu estilo.

Os grandes artistas, até Schönberg e Picasso, conservavam a desconfiança para com o estilo e — em tudo o que é decisivo — detive-

ram-se menos no estilo do que na lógica do objeto. Aquilo que os expressionistas e dadaístas afirmavam polemicamente, a falsidade do estilo como tal, hoje triunfa no jargão canoro do *crooner*, na graça esmerada da estrela do cinema, por fim na magistral tomada fotográfica do barracão miserável do trabalhador rural. Em toda obra de arte, seu estilo é uma promessa. Enquanto o conteúdo, por meio do estilo, entra nas formas dominantes da universalidade, na linguagem musical, pictórica, verbal, deve reconciliar-se com a idéia da universalidade autêntica. Essa promessa da obra de arte de fundar a verdade pela inserção da figura nas formas socialmente transmitidas é ao mesmo tempo necessária e hipócrita. Ela coloca como absolutas as formas reais do existente, pretendendo antecipar seu cumprimento por meio dos derivados estéticos. Nesse sentido, a pretensão da arte é, de fato, sempre ideologia. Por outro lado, é só no confronto com a tradição depositada no estilo que a arte pode encontrar uma expressão para o sofrimento. O momento pelo qual a obra de arte transcende a realidade é, com efeito, inseparável do estilo, mas não consiste na harmonia realizada, na problemática unidade de forma e conteúdo, interno e externo, indivíduo e sociedade, mas sim nos traços em que aflora a discrepância na falência necessária da apaixonada tensão para com a identidade. Em vez de se expor a essa falência, na qual o estilo da grande obra de arte sempre se negou, a obra medíocre sempre se manteve à semelhança de outras pelo alibi da identidade. A indústria cultural por fim absolutiza a imitação. Reduzida a puro estilo, trai o seu segredo: a obediência à hierarquia social. A barbárie estética realiza hoje a ameaça que pesa sobre as criações espirituais desde o dia em que foram colecionadas e neutralizadas como cultura. Falar de cultura foi sempre contra a cultura. O denominador “cultura” já contém, virtualmente, a tomada de posse, o enquadramento, a classificação que a cultura assume no reino da administração. Só a “administração” industrializada, radical e conseqüente, é plenamente adequada a esse conceito de cultura. Subordinando do mesmo modo todos os ramos da produção espiritual com o único fito de arrolhar os sentidos dos homens — desde a saída da fábrica à noite até sua chegada, na manhã seguinte, diante do relógio de ponto — com os sinetes dos processos de trabalho, que eles próprios devem alimentar durante o dia, ela, sarcasticamente, realiza o conceito de cultura orgânica, que os filósofos da personalidade opunham à massificação.

Assim a indústria cultural, o estilo mais inflexível de todos, revela-se como a própria meta daquele liberalismo de que se censurava a falta de estilo. Não só as suas categorias e os seus conteúdos irrompem da esfera liberal, do naturalismo domesticado como o da opereta e da revista; os modernos trustes culturais são o lugar econômico onde continua, provisoriamente, a sobreviver, com os tipos correspondentes de empresários, uma parte da esfera tradicional da circulação, em vias de aniquilamento no restante da sociedade. Aqui, alguém ainda pode fazer fortuna, desde que não olhe muito reto diante de si, mas consinta em pactuar. Aquele que reside pode sobreviver apenas se inserindo. Uma vez registrado em sua diferença pela indústria cultural, já faz parte desta, assim como a reforma agrária no capitalismo. A revolta que rende homenagem à realidade se torna a marca de fábrica de quem tem uma nova idéia para levar à indústria. A esfera pública da sociedade atual não deixa passar qualquer acusação perceptível em cujo tom os auditivamente sensíveis já não advirtam a autoridade em cujo seio o “*révolté*” com eles se reconcilia. Mais incommensurável torna-se o abismo entre o coro e o primeiro plano, e, com tanta maior certeza, aqui é posto aquele que saiba atestar a própria superioridade com uma originalidade bem organizada. Assim, mesmo na indústria cultural, sobrevive a tendência do liberalismo em deixar aberto o caminho para os capazes.

Abrir caminho para esses virtuosos é a função que permanece ainda hoje, do mercado, o qual, noutras esferas, já se mostra amplamente regulado: trata-se de uma liberdade que, já em seus bons tempos, era tanto na arte (quanto em geral para os tolos), apenas a de morrer de fome. Não é por acaso que o sistema da indústria cultural surgiu nos países industriais mais liberais, assim como ter sido aí que triunfaram todos os seus meios característicos: o cinema, o rádio, o *jazz* e as revistas. É verdade que o seu desenvolvimento progressivo fluía necessariamente das leis gerais do capital. Gaumont e Pathé, Ullstein e Hugenberg tinham seguido com êxito a tendência internacional; o restante foi feito pela dependência econômica européia nos EUA, depois da Primeira Guerra Mundial e pela inflação. Acreditar que a barbárie da indústria cultural seja uma consequência da “*cultura lag*”, do atraso da consciência americana quanto ao estado alcançado pela técnica é pura ilusão.

Retardada com respeito à tendência ao monopólio cultural era a Europa pré-fascista. Em virtude mesmo, porém, desse atraso, o espírito ainda era devedor de um resto de autonomia, assim como os últimos expoentes da sua existência, conquanto oprimida e difícil. Na Alemanha, a insuficiência do controle democrático sobre a vida civil havia tido efeitos paradoxais. Muito permanecia subtraído ao mecanismo do mercado, desencadeado nos países ocidentais. O sistema educativo alemão, inclusive a universidade, os teatros com função de guia no plano artístico, as grandes orquestras e os museus estavam sob proteção. Os poderes políticos, Estado e comunas, que tinham recebido essas instituições como herança do absolutismo, haviam lhes deixado parte daquela independência das relações de força explícitas no mercado, a qual lhes fora concedida, apesar de tudo, até fins do século XIX, pelos príncipes e senhores feudais. Isso reforçou a posição da arte tardo-burguesa contra o veredito da demanda e da oferta e favoreceu a sua resistência muito além da proteção efetivamente concedida. Mesmo no mercado, a homenagem à qualidade, ainda não traduzível em valor corrente, se transformara em força de compra. Por ela, dignos editores literários e musicais podiam-se ocupar de autores que não rendiam muito mais que a estima dos especialistas. Só a obrigação de inserir-se continuamente, sob as mais graves ameaças, como *expert* estético na vida industrial, sujeitou definitivamente o artista. Há algum tempo apunham em suas cartas, como Kant e Hume, a expressão “*servo humílimo*”, no entanto, minavam as bases do trono e do altar. Hoje chamam pelo nome os chefes de governo, e são submetidos, em todo impulso artístico, ao juízo dos seus governantes quadrados. A análise feita por Tocqueville há cem anos foi plenamente confirmada. Sob o monopólio privado da cultura sucede de fato que “a tirania deixa livre o corpo e investe diretamente sobre a alma”. Aí, o patrão não diz mais: ou pensas como eu ou morres. Mas diz: és livre em não pensares como eu, a tua vida, os teus bens, tudo te será deixado, mas, a partir deste instante, és um intruso entre nós.<sup>3</sup> Quem não se adapta é massacrado pela impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do isolado. Excluído da indústria é fácil convencê-lo de sua insuficiência. Enquanto agora, na produção material, o mecanismo da demanda e da oferta está em vias de dissolu-

3. A. de Tocqueville, *De la Démocratie en Amérique*, Paris, 1864, II, 151.

ção, na superestrutura, ele opera como controle em proveito dos patrões. Os consumidores são os operários e os empregados, fazendeiros e pequenos burgueses. A totalidade das instituições existentes os aprisiona de corpo e alma a ponto de sem resistência sucumbirem diante de tudo o que lhes é oferecido. E assim como a moral dos senhores era levada mais a sério pelos dominados do que pelos próprios senhores, assim também as massas enganadas de hoje são mais submissas ao mito do sucesso do que os próprios afortunados. Estes têm o que querem e exigem obstinadamente a ideologia com que se lhes serve. O funesto apego do povo ao mal que lhe é feito chega mesmo a antecipar a sabedoria das instâncias superiores e supera o rigorismo dos *Hays-Office*.<sup>4</sup> Assim como em grandes épocas animou e estimulou maiores poderes dirigidos contra eles: o terror dos tribunais. Sustêm Mickey Rooney contra a trágica Garbo e Pato Donald contra Betty Boop. A indústria adapta-se aos desejos por ela evocados. Aquilo que representa um passivo para a firma privada, que às vezes não pode desfrutar por completo o contrato com a atriz em declínio, é um custo razoável para o sistema em seu todo. Ratificando astutamente o pedido de refugos, ele estabelece a harmonia total. Senso crítico e competência são banidos como presunções de quem se crê superior aos outros, enquanto a cultura, democrática, reparte seus privilégios entre todos. De frente à trégua ideológica, o conformismo dos consumidores, assim como a imprudência da produção que estes mantêm em vida, adquire uma boa consciência. Ele se satisfaz com a produção do sempre igual.

O sempre igual ainda regula a relação com o passado. A novidade do estágio da cultura de massa em face do liberalismo tardio está na exclusão do novo. A máquina gira em torno do seu próprio eixo. Chegando ao ponto de determinar o consumo, afasta como risco inútil aquilo que ainda não foi experimentado. Os cineastas consideram com suspeita todo manuscrito atrás do qual não encontrem um tranqüilizante *best-seller*. Mesmo por isso sempre se fala de idéia, novidade e surpresa, de alguma coisa que ao mesmo tempo seja arquinato e nunca tenha existido. Para isso servem o ritmo e o dinamismo. Nada deve permanecer como era, tudo deve continuamente fluir, estar em movimen-

---

4. Órgão encarregado da censura cinematográfica. Sua força foi sensivelmente abrandada no fim da presidência de Johnson (1969).

to. Pois só o triunfo universal do ritmo de produção e de reprodução mecânica garante que nada mude, que nada surja que não possa ser enquadrado. Acréscimos ao inventário cultural experimentado são perigosos e arriscados. Os tipos formais cristalizados, como os *sketch*, os contos, os filmes de tese, as cançonetes são a média que se tornou normativa e ameaçadoramente *octroyée* (autorizada) do gosto tardoliberal. Os chefes das empresas culturais — que estabelecem acordos só semelhantes aos que um *manager* faz com o seu conhecido de negócio ou de *college* — já há algum tempo sanaram e racionalizaram o espírito objetivo. É como se um poder onipresente houvesse examinado o material e estabelecido o catálogo oficial dos bens culturais que orna brevemente as séries disponíveis. As idéias estão inscritas no céu da cultura, em que numeradas, ou, melhor dizendo, em número fixo e imutável, Platão já as trancafiara.

O *amusement*, ou seja, todos os elementos da indústria cultural, já existia muito antes do que esta. Agora são retomados pelo alto e postos ao nível dos tempos. A indústria cultural pode-se vangloriar de haver atuado com energia e de ter erigido em princípio a transposição — tantas vezes grosseira — da arte para a esfera do consumo, de haver liberado o *amusement* da sua ingenuidade mais desagradável e de haver melhorado a confecção das mercadorias. Quanto mais total ela se tornou, quanto mais desapiedadamente obriga cada marginal à falência ou a entrar na corporação, tanto mais se fez astuciosa e respeitável. Eis sua glória: haver terminado por sintetizar Beethoven com o Cassino de Paris. Seu triunfo é duplo: aquilo que expele para fora de si como verdade pode reproduzir a bel-prazer em si como mentira. A arte “leve” como tal, a distração, não é uma forma mórbida e degenerada. Quem a acusa de traição quanto ao ideal de pura expressão, se ilude quanto à sociedade. A pureza da arte burguesa, hipostasiada à condição de reino da liberdade em oposição à praxis material, desde o início foi paga pela exclusão da classe inferior, à causa da qual — a verdadeira universalidade — a arte permanece fiel, mesmo em virtude da liberdade dos fins da falsa universalidade. A arte séria foi negada àqueles a quem a necessidade e a pressão da existência tornam a seriedade uma farsa e que, necessariamente, se sentem felizes nas horas em que folgam da roda-viva. A arte “leve” acompanhou a arte autônoma como uma sombra. Ela representa a má consciência social da arte séria. O que esta em verdade devia perder, em virtude de suas condições sociais,

confere à arte leve uma aparência de legitimidade. A verdade se encontra na própria cisão: que pelo menos exprime a negatividade da cultura a que as duas esferas, somando-se, dão lugar. Hoje mais do que nunca, a antítese deixa-se conciliar, acolhendo a arte leve na séria e vice-versa. É justamente isso que a indústria cultural procura fazer. A excentricidade do circo, do *panopticum* e do bordel em face da sociedade causa a esta tanto cansaço quanto Schönberg e Karl Kraus. Assim o jazzista Benny Goodman faz-se acompanhar pelo quarteto de Budapeste, tocando com um ritmo mais pedante que um clarinetista de filarmônica, enquanto os membros do quarteto tocam, do mesmo modo macio e vertical e com a mesma doçura de Guy Lombardo. Característica não é a crassa incultura, a rudeza ou a estupidez. Ao se aperfeiçoar e ao extinguir o diletantismo, a indústria cultural liquidou com os produtos mais grosseiros, embora continuamente cometa *gafes* oriundas da sua própria respeitabilidade. Mas a novidade consiste em que os elementos inconciliáveis da cultura, arte e divertimento, sejam reduzidos a um falso denominador comum, a totalidade da indústria cultural. Esta consiste na repetição. Que as suas inovações típicas consistam sempre e tão só em melhorar os processos de reprodução de massa não é de fato extrínseco ao sistema. Em virtude do interesse de inumeráveis consumidores, tudo é levado para a técnica, e não para os conteúdos rigidamente repetidos, intimamente esvaziados e já meio abandonados. O poder social adorado pelos espectadores exprime-se de modo mais válido na onipresença do estereótipo realizado e imposto pela técnica do que pelas ideologias velhas e antiquadas, às quais os efêmeros conteúdos devem-se ajustar.

Não obstante, a indústria cultural permanece a indústria do divertimento. O seu poder sobre os consumidores é mediatizado pelo *amusement* que, afinal, é eliminado não por um mero *diktat*, mas sim pela hostilidade, inerente ao próprio princípio do divertimento diante de tudo que poderia ser mais do que divertimento. Uma que a encarnação de todas as tendências da indústria cultural na carne e no sangue do público se faz mediante o processo social inteiro, a sobrevivência do mercado, neste setor, opera no sentido de intensificar aquelas tendências. A interrogação ainda não é substituída pela pura obediência. Tanto isso é verdade que a grande reorganização do cinema às vésperas da Primeira Guerra Mundial, premissa material da sua expansão, foi, de fato, um adequar-se consciente às necessidades do público controladas

pelos cifras de bilheteria, coisa que, no tempo dos pioneiros do cinema, nem sequer se pensava levar em conta. Assim parece até hoje aos magnatas do cinema, que se baseiam no mesmo princípio, e nos sucessos mais ou menos fenomenais, e não no princípio contrário, o da verdade. Sua ideologia são os negócios. A verdade é que a força da indústria cultural reside em seu acordo com as necessidades criadas e não no simples contraste quanto a estas, seja mesmo o contraste formado pela onipotência em face da impotência.

O *amusement* é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ele é procurado pelos que querem se subtrair aos processos de trabalho mecanizado, para que estejam de novo em condições de afrontá-lo. Mas, ao mesmo tempo, a mecanização adquiriu tanto poder sobre o homem em seu tempo de lazer e sobre sua felicidade, determinado integralmente pela fabricação dos produtos de divertimento, que ele apenas pode captar as cópias e as reproduções do próprio processo de trabalho. O pretensão conteúdo é só uma pálida fachada; aquilo que se imprime é a sucessão automática de operações reguladas. Do processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode fugir adequando-se a ele mesmo no ócio. Disso sofre incuravelmente todo *amusement*. O prazer congela-se no enfado, pois que, para permanecer prazer, não deve exigir esforço algum, daí que deva caminhar estreitamente no âmbito das associações habituais. O espectador não deve trabalhar com a própria cabeça; o produto prescreve qualquer reação: não pelo seu contexto objetivo — que desaparece tão logo se dirige à faculdade pensante — mas por meio de sinais. Toda conexão lógica que exija alento intelectual é escrupulosamente evitada. Os desenvolvimentos devem irromper em qualquer parte possível da situação precedente, e não da idéia do todo. Não há enredo que resista ao zelo dos colaboradores em retirar de cada cena tudo aquilo que ela pode dar. Em suma, até o esquema pode parecer perigoso, à medida que tenha constituído seja mesmo um pobre contexto significativo, pois só é aceita a ausência de significado. Com freqüência, chega a ser refutada a própria continuação dos personagens e da narrativa prevista pelo esquema primitivo. Em seu lugar, como passo imediatamente posterior é adotada a idéia aparentemente mais eficaz, que os roteiristas encontram para cada situação. Uma surpresa estupidamente imaginada irrompe no acontecimento cinematográfico. A tendência do produto de voltar, malignamente, ao puro absurdo, de que participavam com legitimida-

de arte popular, a farsa e a comédia até Chaplin e os irmãos Marx, aparece de modo mais evidente nos gêneros menos elaborados. Enquanto os filmes de Greer Garson e Bette Davis desenvolvem a partir da unidade do caso psicossocial algo pretensamente coerente, aquela tendência se impôs plenamente no texto do *novelty song*, nos filmes de mistério e nos desenhos animados. A própria idéia é, como os objetos do cômico e do horrível, dilacerada e feita em pedaços. Os *novelty songs* sempre viveram do desprezo pelo significado que — precursores e sucessores da psicanálise — confinam à esfera indistinta do simbolismo sexual. Nos filmes policiais e de aventura hoje não mais se concede ao espectador assistir à progressiva descoberta. Deve contentar-se, mesmo nas produções sérias do gênero, com o *frisson* de situações quase sem nexos internos.

Os desenhos animados outrora eram expoentes da fantasia contra o racionalismo. Faziam justiça aos animais e às coisas eletrizadas pela sua técnica, pois, embora os mutilando, lhe conferiam uma segunda vida. Agora não fazem mais que confirmar a vitória da razão tecnológica sobre a verdade. Há alguns anos apresentavam ações coerentes que só se resolviam nos últimos instantes no ritmo desenfreado das seqüências finais. O seu desenvolvimento muito se assemelhava ao velho esquema da *slapstick comedy* (comédia pastelão). Mas agora as relações de tempo foram deslocadas. Desde a primeira seqüência do desenho animado é anunciado o motivo da ação, com base no qual, durante o seu curso, possa exercitar-se a destruição: no meio dos aplausos do público, o protagonista é atirado por todas as partes como um trapo. Assim a quantidade de divertimento transpassa a qualidade pela ferocidade organizada. Os censores autodenominados da indústria cinematográfica, ligados a esta por uma afinidade eletiva, velam para que a duração do delito prolongado seja um espetáculo divertido. A hilaridade trunca o prazer que poderia resultar, em aparência, da visão do abraço, e transfere a satisfação para o dia do *progrom*. Se os desenhos animados têm outro efeito além de habituar os sentidos a um novo ritmo, é o de martelar em todos os cérebros a antiga verdade que o mau trato contínuo, o esfacelamento de toda resistência individual, é a condição da vida nesta sociedade. Pato Donald mostra nos desenhos animados como os infelizes na realidade são espancados para que os espectadores se habituem com o procedimento.

O prazer da violência contra o personagem transforma-se em violência contra o espectador, o divertimento converte-se em tensão. Ao olho cansado nada deve escapar do que os especialistas puseram como estimulante, não nos devemos espantar diante da finura da representação, havemos sempre de acompanhar e, por contra própria, mostrar aquela presteza que a cena expõe e recomenda. Assim sendo é pelo menos duvidoso que a indústria cultural preencha mesmo a tarefa de diversão de que abertamente se vangloria. Se a maior parte do rádio e do cinema emudecesse, com toda probabilidade os consumidores não sentiriam muito sua falta. A passagem da rua para o cinema já não introduz ao sonho, e se as instituições, por um certo período, não mais obrigassem a própria presença do espectador, o impulso para utilizá-lo não seria muito forte.<sup>5</sup> Tal fechamento não se confundiria com um reacionário “assalto às máquinas”. Desiludidos não ficariam tanto os fanáticos quanto os que, de resto, ali se perdem, isto é, os vencidos. Para a dona de casa a obscuridade do cinema, não obstante os filmes visarem posteriormente integrá-la, representa um refúgio em que pode estar sentada por duas horas em paz, como outrora, quando ainda havia noites de festa, e ela a apreciar o mundo além das janelas. Os desocupados das metrópoles encontram amenidade no verão e calor no inverno nas salas de temperatura regulada. Por outro lado, mesmo ao nível do existente, o sistema inflado pela indústria dos divertimentos não torna, de fato, mais humana a vida para os homens. A idéia de “exaurir” as possibilidades técnicas dadas, de utilizar plenamente as capacidades existentes para o consumo estético de massa, faz parte do sistema econômico que se recusa a utilizar suas capacidades quando se trata de eliminar a fome.

A indústria cultural continuamente priva seus consumidores do que continuamente lhes promete. O assalto ao prazer que ação e apresentação emitem é indefinidamente prorrogado: a promessa a que na realidade o espetáculo se reduz, malignamente significa que não se chega ao *quid*, que o hóspede há de se contentar com a leitura do menu. Ao desejo suscitado por todos os nomes e imagens esplêndidos serve-se, em suma, apenas o elogio da opaca rotina da qual se queria escapar. Mesmo as obras de arte não consistiam em exibições sexuais. Mas

---

5. Note-se pela data de feitura deste ensaio que a televisão não estava então difundida. (N. do T.)

representando a privação como algo negativo, evocavam, por assim dizer, a humilhação do instinto e salvavam — mediatamente — aquilo que havia sido negado. Este o segredo da sublimação estética: representar a satisfação na sua própria negação. A indústria cultural não sublima, mas reprime e sufoca. Expondo, continuamente, o objeto do desejo, o seio no *sweater* e o busto nu do herói esportivo, ela apenas excita o prazer preliminar não sublimado, que, pelo hábito da privação, há muito tempo se tornou puramente masoquista. Não há situação erótica que não una à alusão e ao excitamento a advertência precisa que não se deve e não se pode chegar a este ponto. O *Hays-Office* apenas confirma o ritual que a indústria cultural já por si mesma estabeleceu: o ritual de Tântalo. As obras de arte são ascéticas e sem pudor; a indústria cultural é pornográfica e pudica. Ela assim reduz o amor à fumaça. E dessa forma muita coisa passa, inclusive a libertinagem como especialidade corrente em pequenas doses e com a etiqueta *daring* (ousado). A produção em série do sexo automaticamente realiza a sua repressão. O astro por quem se se deverá apaixonar é, *a priori*, na sua ubiqüidade, a cópia de si mesmo. Toda voz de tenor soa exatamente como um disco de Caruso, e os rostos das garotas do Texas naturalmente se assemelham aos modelos segundo os quais seriam classificadas em Hollywood. A reprodução mecânica do belo, que a exaltação reacionária da “cultura”, com a sua idolatria sistemática da individualidade favorece tanto mais fatalmente, não deixa nenhum lugar para a idolatria inconsciente a que o belo estava ligado. O triunfo sobre o belo é realizado pelo *humor*, pelo prazer que se sente diante das privações bem-sucedidas. Ri-se do fato que nada tem de risível. O riso, sereno ou terrível, assinala sempre um momento em que desaparece um temor. Anuncia a liberação, seja do perigo físico, seja das malhas da lógica. O rosto tranqüilizado é como o eco da vitória do poder. O rosto prisioneiro vence o medo enfileirando-se com as instâncias que teme. É o eco do poder como força inelutável. O *fun* é um banho retemperante. A indústria dos divertimentos continuamente o receita. Nela, o riso toma-se um instrumento de uma fraude sobre a felicidade. Os momentos de felicidade não o conhecem; só as operetas e, depois, os filmes apresentam o sexo entre gargalhadas.

Mas em Baudelaire inexistente o *humor*, assim como em Hölderlin. Na falsa sociedade, o riso golpeou a felicidade como uma lebre e a arrasta na sua totalidade insignificante. Rir de alguma coisa é sempre

escarnecer; a vida que, segundo Bergson, rompe a crosta endurecida, passa a ser, na realidade, a irrupção da barbárie, a afirmação de si que, na associação social, celebra a sua liberação de qualquer escrúpulo. A coletividade dos que riem é a paródia da humanidade. São mônadas, cada uma das quais entregue à volúpia de estar disposta a tudo, às expensas dos outros e com a maioria atrás de si. Nesta harmonia, elas fornecem a caricatura da solidariedade. O diabólico do falso riso consiste em que este consegue parodiar vitoriosamente até o melhor: a conciliação. Mas o prazer é severo: “*res severa verum gaudium*”. A ideologia dos conventos — não é a ascese, mas é o ato sexual que implica a renúncia à beatitude acessível — é negativamente confirmada pela seriedade do amante que, cheio de pressentimento obscuro, dedica sua vida ao instante passageiro. A indústria cultural coloca a renúncia alegre em lugar da dor, que é presente tanto no orgasmo como na ascese. Lei suprema é que nunca se chegue ao que se deseja e que disso até se deve rir com satisfação. Em cada espetáculo da indústria cultural, a frustração permanente que a civilização impõe é, inequivocamente, outra vez imposta. Oferecer-lhes uma coisa e, ao mesmo tempo, privá-los dela é processo idêntico e simultâneo. Este é o efeito de todo aparato erótico. Tudo gira em torno do coito, justamente porque este não pode acontecer. Admitir em um filme a relação ilegítima sem que os culpados incorram no justo castigo é ainda mais severamente vedado do que, por exemplo, o futuro genro do milionário ser um ativista no movimento operário. Em contraste com a era liberal, a cultura industrializada, assim como a fascista, pode parecer que desenha os conflitos do capitalismo: mas não pode parecer que renuncia à ameaça de castração. Esta constitui toda a sua essência. Ela sobrevive ao alinhamento organizado dos costumes, nos choques dos homens divididos, nos alegres filmes por eles produzidos, sobrevive, por fim, na realidade. Hoje, decisivo não é mais o puritanismo, embora ele continue a se fazer valer por intermédio das associações femininas, mas a necessidade intrínseca ao sistema de não largar o consumidor, de não lhe dar a sensação de que é possível opor resistência. O princípio básico consiste em lhe apresentar tanto as necessidades, como tais, que podem ser satisfeitas pela indústria cultural, quanto em, por outro lado, antecipadamente, organizar essas necessidades de modo que o consumidor a elas se prenda, sempre e tão só como eterno consumidor, como objeto da indústria cultural. Esta não apenas lhe inculca que no engano se

encontra a sua realização, como ainda lhe faz compreender que, de qualquer modo, se deve contentar com o que é oferecido. A fuga da vida cotidiana, prometida por todos os ramos da indústria cultural, é como o rapto da filha na revista norte-americana de humorismo: o próprio pai se encarrega de deixar a escada sem luz. A indústria cultural fornece como paraíso a mesma vida cotidiana. *Escape e elopement* são determinados, *a priori*, como os meios de recondução ao ponto de partida. O divertimento promove a resignação que nele procura se esquecer.

O *amusement*, totalmente desenfreado, não seria apenas a antítese da arte, mas também o extremo que a toca. O absurdo à maneira de Mark Twain, com o qual às vezes namora a indústria cultural americana, poderia ser um corretivo da arte. Quanto mais esta leva a sério as contradições da realidade, tanto mais vai se assemelhar à seriedade da existência, seu oposto: quanto mais se esforça em se desenvolver puramente a partir de sua própria lei formal, tanto mais o esforço de compreensão que ela exige; e isso quando a sua finalidade era exatamente negar o peso do esforço. Em muitos filmes-revistas, mas sobretudo nas farsas e nos *funnies*, vislumbra-se em certos instantes a própria possibilidade dessa negação; mas sua realização não lhe é lícito alcançar. A lógica do divertimento puro, o abandono irrefletido às associações variadas e ao absurdo feliz, é excluída do divertimento corrente: pois que é prejudicada pela introdução substitutiva de um significado coerente que a indústria cultural se obstina em estabelecer para suas produções, enquanto, por outro lado, observando a fundo trata aquele significado como um simples pretexto para que os astros se mostrem. Ocorrências biográficas e semelhantes alinham as peças do absurdo em uma história idiota, onde já não soam os guizos do bufão, mas sim o molho de chaves da razão presente, que até nas imagens subordina o prazer aos fins do progresso. Cada beijo no filme-revista deve contribuir para o êxito do pugilista ou do cantor de quem se exalta a carreira. A mistificação não está portanto no fato de a indústria cultural manipular as distrações, mas sim em que ela estraga o prazer, permanecendo voluntariamente ligada aos clichês ideológicos da cultura em vias de liquidação. Ética e bom gosto vetam como “ingênuo” o *amusement* descontrolado — a ingenuidade não é menos mal vista que o intelectualismo — e limita, por fim, as capacidades técnicas. A indústria cultural é corrompida não como Babel pelo pecado, mas sim como templo do prazer elevado. Em todos os seus níveis, de Hemingway a Emil Ludwig, da *Se-*

*nhora Minniver a Lone Ranger*, de Toscanini a Guy Lombardo, a mentira é inerente a um espírito que a indústria cultural já recebe confeccionado pela arte e pela ciência. Ela retém uma imagem do melhor nos traços que a aproximam do circo, na bravura obstinadamente insensata de cavaliças acrobatas e palhaços, na “defesa e justificação da arte física em confronto com a arte espiritual”.<sup>6</sup> Mas os últimos refúgios desse virtuosismo sem substância, que despersionaliza o humano contra o mecanismo social, são desapiedadamente polidos por uma razão planificadora que a tudo constrange a declarar sua própria função e seu próprio significado. Ela ataca em dois planos: embaixo elimina o que não tem sentido, em cima, o significado das obras de arte.

A fusão atual da cultura e da diversão não se realiza apenas como depravação daquela, mas ainda como espiritualização forçada desta. É o que se vê já pelo fato de a diversão ser apresentada apenas como reprodução; cinefotografia ou audição de rádio. Na época da expansão liberal, o *amusement* alimentava-se da fé intacta no futuro: as coisas assim permaneceriam e ainda se tornariam melhores. Hoje a fé volta a se espiritualizar; torna-se tão sutil a ponto de perder de vista toda e qualquer meta e de reduzir-se ao fundo dourado que se projeta por detrás da realidade. Esta se compõe das inflexões de valor com que, no espetáculo, e em perfeito acordo com a própria vida, são outra vez investidos, o tipo bacana, o engenheiro, a moça dinâmica, a falta de escrúpulos disfarçada em força de caráter, os interesses esportivos e enfim os automóveis e os cigarros. Assim acontece mesmo quando o espetáculo não depende da publicidade das firmas imediatamente interessadas. É o próprio sistema que assim determina. Mesmo o *amusement* se alinha entre os ideais, toma o lugar dos bens superiores, pon-do-se de frente para as massas às quais repete de forma ainda mais estereotipada as frases publicitárias pagas pelos particulares. A inferioridade, a forma subjetivamente limitada da verdade, sempre foi, mais do que se imagina, sujeita aos padrões externos. A indústria cultural a reduz à mentira patente. Escuta-se-lhe somente como retórica aceita a modo de acréscimo penosamente agradável, nos *best-sellers* religiosos, nos filmes psicológicos e nos *women serials*. Tal se dá para que ela possa dominar com maior segurança, na vida, os próprios

6. F. Wedekind, *Gesammelte Werke*. Munique, 1921, IX, p. 426.

impulsos humanos. Nesse sentido o *amusement* realiza a purificação das paixões, a catarse que já Aristóteles atribuía à tragédia e Mortimer Adler<sup>7</sup> atribui, de fato, aos filmes. Assim como no estilo, a indústria cultural descobre a verdade mesmo na catarse.

Quanto mais sólidas se tornam as posições da indústria cultural, tanto mais brutalmente esta pode agir sobre as necessidades dos consumidores, produzi-las, guiá-las e discipliná-las, retirar-lhes até o divertimento. Aqui não se coloca limite algum ao progresso cultural. Mas essa tendência é imanente ao próprio princípio — burguês e iluminista — do *amusement*. Se a necessidade de *amusement* foi, em larga escala produzida pela indústria, que fazia a publicidade da obra a partir de seu autor, e confundia a oleografia com a gulodice e vice-versa, o pudim em pó com a reprodução do pudim, pode-se então sempre constatar, no *amusement*, a manipulação comercial, o *sales talk*, a voz do camelô. Mas a afinidade originária de negócio e divertimento aparece no próprio significado deste: a apologia da sociedade. Divertir-se significa estar de acordo. O *amusement* é possível apenas enquanto se isola e se afasta a totalidade do processo social, enquanto se renuncia absurdamente desde o início à pretensão inelutável de toda obra, mesmo da mais insignificante: a de, em sua limitação, refletir o todo. Divertir-se significa que não devemos pensar, que devemos esquecer a dor, mesmo onde ela se mostra. Na sua base do divertimento planta-se a impotência. É, de fato, fuga, mas não, como pretende, fuga da realidade perversa, mas sim do último grão de resistência que a realidade ainda pode haver deixado. A libertação prometida pelo *amusement* é a do pensamento como negação. A impudência da pergunta retórica: “Que é que a gente quer?” consiste em se dirigir às pessoas fingindo tratá-las como sujeitos pensantes, quando seu fito, na verdade, é o de desabitua-las ao contato com a subjetividade. Se algumas vezes o público recalçitra contra a indústria do divertimento, trata-se apenas da passividade — que se tornou coerente — para que ela o educou. Isso não obstante o entretenimento se torna cada vez mais difícil. A estupidez progressiva deve manter o passo com o progresso da inteligência. Na época da estatística as massas são tão ingênuas que

---

7. Filósofo tomista popular, que defendeu o filme com argumentos tirados da filosofia escolástica. (N. do T.).

chegam a se identificar com o milionário no filme, e tão obtusas que não se permitem o mínimo desvio da lei dos grandes números. A ideologia se esconde atrás do cálculo das probabilidades. A fortuna não virá para todos, apenas para algum felizardo, ou antes aos que um poder superior designa — poder que, com frequência é a própria indústria dos divertimentos, descrita como na eterna procura de seus eleitos. Os personagens descobertos pelos caçadores de talento, e depois lançados pelo estúdio cinematográfico, são tipos ideais da nova classe média dependente. A *starlet* deve simbolizar a empregada, mas de modo que para ela, à diferença da verdadeira, o *manteau* parece feito sob medida. Ela assim não se limita a fixar, para a espectadora, a possibilidade de que mesmo ela apareça no filme, porém, com nitidez ainda maior a distância que a separa. Uma apenas terá a grande chance, somente um será famoso, e mesmo se todos, matematicamente, têm a mesma probabilidade, todavia, para cada um, esta é tão mínima, que ele fará melhor em esquecê-la de imediato e em se alegrar com a fortuna do outro, o qual muito bem poderia ter sido ele próprio e que, no entanto, nunca o será. Ao mesmo tempo que a indústria cultural convida a uma identificação ingênua, logo e prontamente ela é desmentida. A ninguém mais é lícito esquecê-lo. Anteriormente, o espectador do filme via as próprias bodas nas bodas do outro. Agora os felizes no filme são exemplares pertencentes à mesma espécie de cada um que forma o público, mas nesta igualdade é colocada a insuperável separação dos elementos humanos. A perfeita semelhança é a absoluta diferença. A identidade da espécie proíbe a dos casos. A indústria cultural perfidamente realizou o homem como ser genérico. Cada um é apenas aquilo que qualquer outro pode substituir: coisa fungível, um exemplar. Ele mesmo como indivíduo é absolutamente substituível, o puro nada, e é isto que começa a experimentar quando, com o tempo, termina por perder a semelhança. Assim se modifica a íntima estrutura da religião do sucesso, a que, por outro lado, estritamente se prende. Em lugar da via *per aspera ad astra*, que implica dificuldade e esforço, cada vez mais penetra a idéia de prêmio. O elemento de cegueira que envolve as decisões ordinárias acerca da canção que se tornará célebre, ou acerca da atriz adequada para o papel da heroína, é exaltado pela ideologia. Os filmes sublinham o caso. Exigindo a semelhança essencial dos seus personagens, com a exceção do mau, até à exclusão das fisionomias relutantes (como aquelas que, a exemplo de Greta Garbo, não têm o

jeito de se deixar interpelar com um “*hello sister*”), o cinema por meio desse procedimento parece tornar a vida mais fácil aos espectadores. A estes é assegurado não ser necessário diferenciar-se daquilo que são, e que poderão ter o mesmo sucesso, sem que deles se pretenda aquilo de que se sabem incapazes. Mas, ao mesmo tempo, faz-se com que compreendam que mesmo o esforço não serviria de nada, pois a própria fortuna burguesa não mais tem qualquer relação com o efeito calculável do seu trabalho. E a massa engole o engodo. No fundo todos reconhecem no caso em que alguém faz fortuna como o outro lado da planificação. Mesmo porque as forças da sociedade já atingiram tal grau de racionalidade que todos poderiam fazer o papel do engenheiro ou do empresário, torna-se irracional e imotivado que a sociedade invista na preparação ou na confiança necessária para o cumprimento destas funções. Acaso e planificação tornam-se idênticos, pois em face da igualdade dos homens, a sorte ou o azar de um único, até às posições mais elevadas, perdeu qualquer significado econômico. O próprio acaso chega a ser planejado: não porque atinge este ou aquele indivíduo, mas justamente porque se crê no seu governo. Isso funciona como alibi para os planejadores e suscita a aparência que a rede de transações e de medidas em que a vida foi transformada ainda deixa lugar a relações espontâneas e imediatas entre as pessoas. Esse tipo de liberdade é simbolizado, nos vários ramos da indústria cultural, pela seleção arbitrária de heróis e ocorrências médias. Nas informações esmiuçadas trazidas pela revista sobre a carreira modesta mas esplêndida — organizada pela própria revista — da vencedora afortunada (por sinal uma datilógrafa que talvez tenha vencido o concurso graças às relações com magnatas locais) espelha-se a impotência de todos. A tal ponto são meras coisas que aqueles que delas dispõem podem colocá-las por um instante no céu para de novo jogá-las na rua; e que vão para o diabo com seus direitos e o seu trabalho. A indústria se interessa pelos homens apenas como pelos próprios clientes e empregados, e reduziu, efetivamente, a humanidade no seu conjunto, como cada um dos seus elementos, a esta forma exaustiva. Segundo o ângulo determinante, é sublinhado, na ideologia, o plano ou o fenômeno, a técnica ou a vida, a civilização ou a natureza. Como empregados são chamados à organização racional e pressionados a inserir-se com sadio bom senso. Como clientes se vêem a si mesmos como ilustração, na tela ou nos jornais, em episódios humanos e privados da liberdade de escolha e como atra-

ção do que ainda não está enquadrado. Em qualquer dos casos permanecem objetos.

Quanto menos a indústria cultural tem a prometer, quanto menos está em grau de mostrar que a vida é cheia de sentido, e tanto mais pobre se torna, por força das coisas, a ideologia por ela difundida. Mesmo os ideais abstratos de harmonia e bondade da sociedade são, na época da publicidade universal, muito concretos. Mesmo os ideais abstratos apressam-se em ser identificados como publicidade. O discurso que apenas busca a verdade logo suscita a impaciência de que chegue com rapidez ao fim comercial que se supõe perseguir na ação prática. A palavra que não é meio aparece privada de sentido, a outra como ficção e mentira. Escutamos os juízos de valor como propaganda ou tagarelice inútil. Mas a ideologia assim estrangida a manter-se no vago não se torna por isso mais transparente, nem tampouco mais débil. Mesmo sua generalidade, a recusa quase científica de empenhar-se sobre qualquer coisa de inverificável, funciona como instrumento de domínio. Pois ela se torna a decidida e sistemática proclamação do que é. A indústria cultural tem a tendência de se converter em um conjunto de protocolos, e, por essa mesma razão, de se tornar o irrefutável profeta do existente. Entre a alternativa representada pela falsa notícia individualizada e pela verdade manifesta, ela sai pela tangente, habilmente repetindo este e aquele fenômeno, opondo sua capacidade ao conhecimento e erigindo a ideal o próprio fenômeno em sua continuidade onipresente. A ideologia cinde-se entre a fotografia da realidade bruta e a pura mentira do seu significado, que não é formulada explicitamente, mas sugerida e inculcada. Pela demonstração de sua divindade o real é sempre e apenas cinicamente repetido. Essa prova fotológica não é precisa, mas é esmagadora.

Quem, diante da potência da monotonia, ainda duvida é um imbecil. A indústria cultural, por outro lado, tem boas saídas para repelir as objeções feitas contra ela como as contra o mundo que ela duplica sem teses preconcebidas. A única escolha é colaborar ou se marginalizar: os provincianos que, contra o cinema e o rádio, recorrem à eterna beleza ou aos filodramáticos, já estão politicamente no posto para o qual a cultura de massa ainda empurra os seus. Ela está suficientemente condicionada para parodiar ou para desfrutar como ideologia, segundo o caso, mesmo os velhos sonhos de outrora, o culto do pai ou o sentimento incondicionado. A nova ideologia tem por objeto o mundo como tal.

Ela usa o culto do fato, limitando-se a suspender a má realidade, mediante a representação mais exata possível, no reino dos fatos. Nesta transposição, a própria realidade se torna um sucedâneo do sentido e do direito. Belo é tudo o que a câmara reproduz. À perspectiva frustrada de poder ser a empregada a quem toca, por sorte, o cruzeiro transoceânico, corresponde a vista frustrada dos países exatamente fotografados pelos quais a viagem poderia levar. Não é a Itália que se oferece, mas, a prova visível de sua existência. O filme pode até mostrar Paris, onde a jovem americana pensa realizar seus sonhos na mais completa desolação, para, tanto mais inexoravelmente, empurrá-la nos braços do jovem astuto compatriota que poderia ter conhecido em seu país. Que tudo em geral funcione, que o sistema, mesmo na sua última fase, continue a reproduzir a vida dos que a formam, em vez de eliminá-los, de súbito é-lhe creditado como mérito e significado. Continuar “ir levando” em geral se torna a justificação da cega permanência do sistema, ou melhor, da sua imutabilidade. Sadio é o que se repete, o ciclo na natureza e na indústria. O eterno esgar dos mesmos *babies* das revistas de cores, o eterno funcionar da máquina do *jazz*. Não obstante os progressos da técnica de reprodução, das regras e das especialidades, não obstante a pressa agitada, o alimento que a indústria cultural oferece aos homens permanece como a pedra da estereotipia. Ela vive do ciclo, da maravilha justificada que as mães, apesar de tudo, continuem a parir, que as rodas continuem a girar. Isso serve para reforçar a imutabilidade das relações. As espigas ondulantes no fim do *Ditador* de Chaplin desmentem a arenga antifascista pela liberdade. Assemelham-se à louca esvoaçante que a UFA<sup>8</sup> fotografa na vida campestre, ao vento do estio. A natureza, em virtude mesmo de o mecanismo social de domínio tomá-la como a antítese salutar da sociedade, é absorvida e enquadrada na sociedade sem cura. A segurança visível que as árvores são verdes, azul o céu e passageiras as nuvens serve de criptograma das fábricas e dos postos de gasolina. Vice-versa, rodas e partes mecânicas devem brilhar alusivamente, degradadas à situação de expoente dessa alma vegetal e etérea. Natureza e técnica são assim mobilizadas contra o bolor, contra a imagem falseada na lembrança da sociedade liberal, na qual, ao que parece, se vivia em torno de aposentos mornos e felpudos, em vez de se

8. Agência fotográfica.

praticar, como hoje se faz, um sadio e assexuado naturalismo, ou em que nos arrastávamos em Mercedes-Benz antidiluvianos em vez de, na velocidade de um raio, passar-se do ponto onde se estava a um outro, que é o mesmo. O triunfo do truste colossal sobre a livre iniciativa é celebrado pela indústria cultural como a eternidade da livre iniciativa. Combate-se o inimigo já batido, o sujeito pensante. A ressurreição do antifilisteu Hans Sommenstösser na Alemanha e o prazer deixado pelo *Life with Father*<sup>9</sup> são da mesma marca.

Uma coisa é certa: a ideologia vazia de conteúdo não brinca em serviço quando se trata da previdência social. “Ninguém terá frio ou fome, quem o fizer vai acabar num campo de concentração”, esta regra proveniente da Alemanha hitlerista poderia brilhar como dístico de todos os portais da indústria cultural. Ela pressupõe, com astuta ingenuidade, o estado que caracteriza a sociedade mais recente: que ela sabe dobrar muito bem os seus. A liberdade formal de cada um é garantida. Ninguém deve dar conta oficialmente do que pensa. Em troca, todos são encerrados, do começo ao fim, em um sistema de instituições e relações, que formam um instrumento hipersensível de controle social. Quem não quiser soçobrar deve não se mostrar muito leve na balança do sistema. Doutro modo, perde terreno na vida e termina por afundar. Que em cada carreira, mas sobretudo nas profissões liberais, o conhecimento do ramo esteja geralmente ligado a uma atitude conformista, pode criar a ilusão de que este seja o mero resultado de um conhecimento específico. Na realidade, faz parte da planificação irracional desta sociedade que ela, bem ou mal, apenas reproduza a vida de seus fiéis. A escala do teor de vida corresponde exatamente ao elo íntimo das castas e dos indivíduos com o sistema. No *manager* se pode confiar, mesmo o pequeno empregado, os *Dagwood*,<sup>10</sup> disto está seguro, a exemplo do que acontece tanto nas páginas humorísticas quanto na realidade. Quem tem frio ou fome mesmo se alguma vez teve boas perspectivas é um marcado. É um *outsider* e esta (se prescindirmos, por vezes dos delitos capitais) é a culpa mais grave. Nos filmes, ele se torna, no melhor dos casos, o original, o objeto de uma sátira perfida-

9. Novela de Clarence Day. Baseada em seu tipo de enredo familiar, leve e mediocrementemente engraçado gerou, depois, uma série de filmes para a TV, a exemplo de *Papai sabe tudo* (N. do T.).

10. Popular personagem de *comics*, que encarna o marido paspalhão, dominado por *Blondie*, sua mulher. (N. do T.)

mente indulgente; na maioria dos casos, porém, é o vilão. Logo a primeira cena assim o declara para que nem sequer temporariamente surja a suspeita de a sociedade voltar-se contra os homens de boa vontade. De fato, hoje, se realiza uma espécie de *welfare state* de espécie superior. Para defender as próprias posições, mantém-se viva uma economia em que, graças ao extremo desenvolvimento da técnica, as massas do próprio país já são, de início, supérfluas na produção. A posição individual se torna dessa forma precária. No liberalismo, o pobre passava por preguiçoso, hoje ele é logo suspeito. Aquele que não se provê, é mandado para os campos de concentração, ou em todo caso ao inferno do trabalho mais humilde e para as favelas. Mas a indústria cultural reflete a assistência positiva e negativa pelos administrados como solidariedade imediata dos homens no mundo dos capazes. Ninguém é esquecido, por todos os lados estão os vizinhos, os assistentes sociais do tipo do dr. Gillespie e filósofos a domicílio com o coração do lado direito, que, da miséria socialmente reproduzida, fazem, com a sua intervenção afável de homem para homem, casos particulares e curáveis à medida que a depravação pessoal do sujeito não se oponha. O cuidado com as boas relações entre os dependentes, aconselhada pela ciência administrativa, e já praticada por toda fábrica em vista do aumento da produção, reduz até mesmo o último impulso privado sob controle social, enquanto, em aparência, torna imediatas, ou volta a privatizar as relações entre os homens na produção. Essa espécie de socorro psíquico lança a sua sombra conciliante sobre as trilhas visíveis e sonoras da indústria cultural muito antes de se expandir totalitariamente da fábrica à sociedade inteira. Mas os grandes beneméritos e benfeitores da humanidade — cujos empreendimentos científicos o cinema deve apresentar diretamente como atos de piedade, para que lhes carregue um fictício interesse humano — desempenham o papel de condutores do povo, que acabam por decretar a abolição da piedade e previnem qualquer contágio seu, após liquidado até o último paralítico.

A insistência sobre a boa vontade é o modo pelo qual a sociedade confessa a dor que produz: todos sabem que, no sistema, não podem mais se ajudar sozinhos, e isso a ideologia há de levar em conta. Em vez de se limitar a cobrir a dor com o véu de uma solidariedade improvisada, a indústria cultural põe toda sua honra comercial em encará-la virilmente e em admiti-la mantendo com dificuldade a sua compostura. O *pathos* da compostura justifica o mundo que a torna necessária. Esta é a

vida, assim dura, mas por isso assim também maravilhosa e sadia. A mentira não recua diante do trágico assim como a sociedade total não abole, mas registra e planifica a dor de seus membros; assim também procede a cultura de massa com o trágico. Daí os tenazes empréstimos da arte. Ela busca a substância trágica, que o puro *amusement de per se* não pode fornecer, mas que lhe ocorre se quer manter-se de alguma forma fiel ao postulado de reproduzir exatamente o fenômeno. O trágico, convertido em momento calculado e aprovado do mundo, torna-se a bênção do mundo. Ele depende da acusação de não se levar muito a sério a verdade, quando, ao invés ela é praticada com cínico pesar. O trágico torna interessante o tédio da felicidade consagrada e torna o interessante acessível a todos. Oferece ao consumidor que viu culturalmente dias melhores o sucedâneo da profundidade há muito tempo liquidada, e, ao espectador comum, a escória cultural de que deve dispor por motivos de prestígio. A todos concede a consolação que mesmo o forte e autêntico destino humano ainda é possível, e necessária a sua representação sem preconceitos. A realidade compacta e sem lacunas, em cuja reprodução hoje se revolve a ideologia, aparece tanto mais grandiosa, nobre e possante, quanto mais vem mesclada do necessário sofrimento. Ela assume a face do destino. O trágico é reduzido à ameaça de aniquilamento de quem não colabora, enquanto o seu significado paradoxal antes consistia na resistência sem esperança à ameaça mítica. O destino trágico transpira no justo castigo, transformação que sempre foi aspirada pela estética burguesa. A moral da cultura de massa é a mesma, “aprofundada”, dos livros para rapazes de ontem. Assim, na reprodução de primeira qualidade, o mau é personificado pela mulher histérica que, mediante um estudo de exatidão pretensamente clínica, procura prejudicar a mais realista rival do bem da sua vida e termina encontrando uma morte bem diversa da teatral. Uma apresentação assim científica tem lugar apenas nos vértices de produção. Mais abaixo, os gastos são menores, e o trágico é domesticado sem se precisar de psicologia social. Assim como toda opereta vienense que se respeite devia ter, no segundo ato, o seu final trágico, deixando para o ato seguinte o esclarecimento dos mal-entendidos, assim também a indústria cultural concede ao trágico um lugar preciso na *routine*. Já a notória existência da receita basta para aplacar o temor de que a tragicidade não seja controlada. A descrição da fórmula dramática por aquela dona de casa, “*getting into trouble and out again*”, define toda a cultura de massa dos

“*women serial*” como mais idiota que a obra mais insignificante. Mesmo o pior êxito, que anteriormente estava investido de melhores intenções, reforça a ordem e falseia o trágico, seja que a amante ilegítima pague com a morte a sua breve felicidade, seja que o triste fim nas imagens faça resplandecer, tanto mais luminosa, a indestrutibilidade da vida real. O cinema trágico se torna definitivamente um instituto de aperfeiçoamento moral. As massas desmoralizadas pela vida sob a pressão do sistema e que se mostram civilizadas somente pelos comportamentos automáticos e forçados, das quais gotejam relutância e furor, devem ser disciplinadas pelo espetáculo da vida inexorável e pela contenção exemplar das vítimas. A cultura sempre contribuiu para domar os instintos revolucionários bem como os costumes bárbaros. A cultura industrializada dá algo mais. Ela ensina e infunde a condição em que a vida desumana pode ser tolerada. O indivíduo deve utilizar o seu desgosto geral como impulso para abandonar-se ao poder coletivo do qual está cansado. As situações cronicamente desesperadas que afligem o espectador na vida cotidiana tornam-se, não se sabe como, na reprodução, a garantia de que se pode continuar a viver. Basta dar-se conta da própria inutilidade, subscrever a própria desconfiança, eis que já entramos no jogo. A sociedade é uma sociedade de desesperados e, portanto, a presa dos líderes. Em alguns dos mais significativos romances alemães do período pré-fascista, como *Berlin Alexanderplatz* e *Kleiner Mann, was nun?* (E agora, meu amigo?),<sup>11</sup> essa tendência se exprime com o mesmo vigor que na média dos filmes e na técnica do jazz. No fundo trata-se sempre da autoderrisão do “homenzinho”. A possibilidade de se tornar sujeito econômico, empreendedor, proprietário é definitivamente afastada. Até a última drogaria, a empresa independente, sob cuja direção e herança fundavam-se a família burguesa e a posição do seu chefe, caiu numa dependência para a qual não há salvação. Todos se tornam empregados, e na civilização dos empregados cessa a dignidade já duvidosa do pai. O comportamento do indivíduo singular quanto ao *racket*<sup>12</sup> — firma, profissão ou partido —, antes ou depois da admissão, como o do líder diante da massa, do amante diante da mulher cor-

11. Romance de Hans Fallada (1893-1947). (N. do T.)

12. Adorno joga na frase com a ambigüidade assegurada pelo sentido da palavra em inglês: *racket* significa não só “qualquer ramo de negócios”, como também “plano fraudulento, chantagem estabelecida para a exploração de comerciantes”. (N. do T.)

tejada, assume traços tipicamente masoquistas. O comportamento a que cada um é constrangido para, em cada oportunidade, provar que pertence moralmente a essa sociedade faz pensar nos rapazes que, no rito de admissão à tribo, se movem em círculo, com um sorriso idiota, sob as pancadas do sacerdote.

A vida do capitalismo tardio é um rito permanente de iniciação. Todos devem mostrar que se identificam sem a mínima resistência com os poderes aos quais estão submetidos. Isso se encontra na base da síncope do jazz que escarnece dos tropeços e, ao mesmo tempo, os eleva à condição de norma. A voz de eunuco do *crooner* da rádio, o galante cortejador da herdeira, que cai de *smoking* na piscina, são exemplos para os homens, que de *per se* se devem dobrar pelo sistema. Todos podem ser como a sociedade onipotente, todos podem se tornar felizes, conquanto se entreguem sem reservas, e renunciem sua pretensão à felicidade. A sociedade reconhece sua própria força na debilidade deles e lhes cede uma parte. A passividade do indivíduo o qualifica como elemento seguro. Assim o trágico é liquidado. Antigamente, a substância do trágico estava na oposição do indivíduo à sociedade. Ele exaltava “o valor e a liberdade de ânimo diante de um inimigo potente, de uma adversidade superior, de um terrível problema”.<sup>13</sup> Hoje, o trágico se dissolveu no nada da falsa identidade de sociedade e sujeito, cujo horror se vislumbra ainda na aparência fraudulenta do trágico. Mas o milagre da integração, o permanente ato de graça dos patrões em acolher quem cede e engole a própria relutância, tende ao fascismo. Tal “milagre” lampeja na humanidade com que Döblin permite ao seu Biberkopf<sup>14</sup> encontrar uma sistematização, assim como nos filmes de tom social. A capacidade de escorregar e de se arranjar, de sobreviver à própria ruína, pela qual, o trágico é superado, é própria da nova geração; seus membros estão em condições de desempenhar qualquer trabalho, porque o processo de trabalho não os sujeita a um ofício determinado. Isso recorda a triste docilidade do sobrevivente, para o qual a guerra nada importava, ou do trabalhador ocasional, que termina por

13. Nietzsche, *Götzendämmerung*, (O ocaso dos deuses) em Werk VIII, p. 136.

14. Personagem principal, um operário que se torna criminoso de *Berlin Alexanderplatz* de Alfred Döblin (1878-1957), romancista em que Otto Maria Carpeaux descobre a influência de Joyce (v. *História da Literatura Alemã*, Cultrix, São Paulo). (N. do T.)

entrar nas ligas e nas organizações paramilitares. A liquidação do trágico confirma a liquidação do indivíduo.

Na indústria cultural o indivíduo é ilusório não só pela estandarização das técnicas de produção. Ele só é tolerado à medida que sua identidade sem reservas com o universal permanece fora de contestação. Da improvisação regulada do *jazz* até a personalidade cinematográfica original, que deve ter um topete caído sobre os olhos para ser reconhecida como tal, domina a pseudo-individualidade. O individual se reduz à capacidade que tem o universal de assinalar o acidental com uma marca tão indelével a ponto de torná-lo de imediato identificável assim como esta. Mesmo o mutismo obstinado ou os modos eleitos pelo indivíduo que se expõe são produzidos em série, como as fechaduras Yale, que se distinguem entre si só por frações de milímetros. A particularidade do Eu é um produto patenteado, que depende da situação social e que é apresentado como natural. Esta se reduz aos bigodes, ao sotaque francês, à voz profunda de mulher vivida, ao *Lubitsch touch*,<sup>15</sup> que são quase como impressões digitais estampadas sobre documentos de identidade, entretanto iguais. Coisa em que, diante do poder universal, se transformam a vida e o rosto de todos os indivíduos, da estrela de cinema até o último condenado. A pseudo-individualidade é a premissa do controle e da neutralização do trágico: só pelo fato de os indivíduos não serem efetivamente assim, mas simples encruzilhadas das tendências do universal, é possível recapturá-los integralmente na universalidade. A cultura de massa assim desvela o caráter fictício que a forma do indivíduo sempre teve na época burguesa e o seu erro está apenas em vangloriar-se desta turva harmonia do universal com o particular. O princípio da individualidade sempre foi contraditório. Antes de tudo, nunca se chegou a uma verdadeira individualização. A autoconservação nas classes mantém a todos na condições de meros seres genéticos. Todo caráter burguês alemão exprimia, não obstante seus desvios e mesmo nestes, uma só e mesma coisa: a dureza da sociedade competitiva. O indivíduo, sobre o qual a sociedade se regia, portava a sua mancha; ele, em sua liberdade aparente, era o produto do aparato econômico e social. O poder apelava para as relações

de força dominantes ao solicitar a resposta dos que lhe eram sujeitos. Por outro lado, a sociedade burguesa, em seu curso, também desenvolveu o indivíduo. Contra a vontade dos seus controladores, a técnica educou o homem desde criança. Mas todo o processo de individualização nesse sentido se cumpriu em prejuízo da individualidade, em cujo nome se dava, e desta só manteve a decisão de perseguir tão-só e sempre a sua própria meta. O burguês, para quem a vida se divide em negócios e vida privada, a vida privada em representações e intimidade, a intimidade na repugnante comunidade do matrimônio e na amarga consolação de estar completamente só, separado de si e de todos, virtualmente, já é o nazista, ao mesmo tempo entusiasta e injuriante, ou o moderno habitante das metrópoles, que só pode conceber a amizade como *social contact*, como a aproximação social de indivíduos intimamente distantes. A indústria cultural pode fazer o que quer da individualidade somente porque nela, e sempre, se reproduziu a íntima fratura da sociedade. Na face dos heróis do cinema e do homem-da-rua, confeccionada segundo os modelos das capas das grandes revistas, desaparece uma aparência em que ninguém mais crê, e a paixão por aqueles modelos vive da satisfação secreta de, finalmente, estarmos dispensados da fadiga da individualização, mesmo que seja pelo esforço — ainda mais trabalhoso — da imitação. Seria, entretanto, inútil esperar que a pessoa, em si contraditória e combatida, não possa durar gerações, que, nesta cisão psicológica, o sistema deva necessariamente se estilhar, que a enganosa substituição do individual pelo estereótipo deva tornar-se por si intolerável aos homens. Já o Hamlet de Shakespeare percebia a personalidade una como aparência. Nas fisionomias sinteticamente preparadas de hoje, já se mostra esquecido que, em algum tempo, tenha havido um conceito de vida humana. Há vários séculos a sociedade se preparou para Victor Mature e Mickey Rooney. Sua obra de dissolução é, ao mesmo tempo, uma conclusão.

A apoteose do tipo médio pertence ao culto do que tem bom preço. As estrelas mais bem pagas parecem imagens publicitárias de ignorados artigos-padrão. Não é por nada que são escolhidas com frequência entre as fileiras dos modelos comerciais. O gosto dominante tira o seu ideal da publicidade, da beleza de uso. Assim o dito socrático para o qual o belo é o útil, por fim, ironicamente se acha realizado. O cinema faz publicidade para o truste cultural no seu todo; no rádio, os produtos pelos quais existem os bens culturais são elogiados mes-

15. Referência a Lubitsch (Ernst), diretor cinematográfico alemão (Berlim, 1892 — Hollywood, 1947), atraído em 1923 por Hollywood, autor de comédias e operetas. (N. do T.)

mo individualizadamente. Por 50 cents vê-se o filme, que custou milhões, por 10 se obtém o chiclete que traz em si toda a riqueza do mundo e que a incrementa com a sua venda. As melhores orquestras do mundo, que não o são absolutamente, são fornecidas grátis a domicílio. Tudo isso é uma paródia do reino da carochinha, como a “comunidade popular”<sup>16</sup> o é da humana. Para todos, alguma coisa é preparada. A exclamação do provinciano que pela primeira vez se dirigia ao velho *Metropoltheater* de Berlim, “é incrível o que oferecem por tão pouco”, já há algum tempo foi retomada pela indústria cultural e elevada à condição de substância da própria produção. Não só esta é sempre acompanhada do triunfo em virtude mesmo de ser possível, como a todos faz iguais, em grande escala, por efeito desse mesmo triunfo. O show significa mostrar a todos o que se tem e o que se pode. É ainda a velha feira, mas incuravelmente afetada de cultura. Assim como os visitantes das feiras, atraídos pela voz dos persuasores, superavam com um corajoso sorriso a desilusão causada pelos barracões, pois que, no fundo, já de antes conheciam o que se lhes apresentava, assim também o frequentador do cinema se enfileira compreensivo do lado da instituição. Mas com a acessibilidade dos produtos “de luxo” em série e com seu complemento, a confusão universal, tem início uma transformação no caráter de mercadoria da própria arte. Esse caráter nada tem de novo: só o fato de se reconhecer expressamente, e o de que a arte renegue a própria autonomia, enfileirando-se com orgulho entre os bens de consumo, tem o fascínio da novidade. A arte como domínio separado foi possível, desde o início, apenas como burguesa. Mesmo a sua liberdade, como negação da funcionalidade social que se impõe pelo mercado, permanece essencialmente ligada ao pressuposto da economia mercantil. As puras obras de arte, que negam o caráter de mercadoria da sociedade já pelo fato de seguirem a sua própria lei, sempre foram, ao mesmo tempo, também mercadorias: e à medida que, até o século XVIII, a proteção dos comitentes defendeu os artistas do mercado, estes eram sujeitos, em troca, aos comitentes e a seus propósitos. A liberdade dos fins da grande obra de arte moderna vive do anonimato do mercado. As exigências deste são tão complexamente mediatizadas que o artista permanece isento, seja apenas em uma certa medida, da pretensão determinada: pois sua autonomia, como simplesmente tole-

rada, foi acompanhada, durante toda a história burguesa, por um momento de falsidade, que se desenvolveu por último na liquidação social da arte. Beethoven, mortalmente enfermo, que lança longe de si um romance de Walter Scott exclamando: “Este escreve por dinheiro!”, e que, ao mesmo tempo, usufrui dos últimos quartetos — suprema recusa do mercado — revela-se homem de negócios quando nada esperto e obstinado e oferece o exemplo mais grandioso da unidade dos opostos (mercado e autonomia), na arte burguesa. Vítimas da ideologia são aqueles que ocultam a contradição, em vez de acolhê-la, como Beethoven, na consciência da própria produção. Em música, ele refez a cólera pelo soldo perdido e deduziu aquele metafísico “Assim deve ser”, que procura superar esteticamente — assumindo-a em si mesmo — a necessidade do mundo, à necessidade de pagar mensalmente à governante. O princípio da estética idealista, a finalidade sem fim, é a inversão do esquema a que obedece — socialmente — a arte burguesa: inutilidade para os fins estabelecidos pelo mercado. Por fim, na demanda de divertimento e dissensão, a finalidade devorou o reino da inutilidade. Mas como a instância da utilizabilidade da arte se torna total, começa a se delinear uma variação na íntima estrutura econômica das mercadorias culturais. O útil que os homens se prometem, na sociedade de conflito, por meio da obra de arte, é exatamente, em larga medida, a existência do inútil: que, entretanto, é liquidado no ato de ser subjugado por inteiro ao princípio da utilidade. Adequando-se por completo à necessidade, a obra de arte priva por antecipação os homens daquilo que ela deveria procurar: liberá-los do princípio da utilidade. Aquilo que se poderia chamar o valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca, em lugar do prazer estético penetra a idéia de tomar parte e estar em dia, em lugar da compreensão, ganha-se prestígio. O consumidor torna-se o álibi da indústria de divertimento a cujas instituições ele não se pode subtrair. Precisa ter visto *Mrs. Minniver*, como precisa ter em casa as revistas *Life* e *Time*. Tudo é percebido apenas sob o aspecto que pode servir a qualquer outra coisa, por mais vaga que possa ser a idéia dessa outra. Tudo tem valor somente enquanto pode ser trocado, não enquanto é alguma coisa de *per se*. O valor de uso da arte, o seu ser, é para os consumidores um fetiche, a sua valoração social, que eles tomam pela escala objetiva das obras, torna-se o seu único valor de uso, a única qualidade de que usufruem. Assim o caráter de mercadoria da arte se

16. *Volksgemeinschaft*: expressão dos teóricos nazistas do racismo. (N. do T.)

dissolve mesmo no ato de se realizar integralmente. Ela é um tipo de mercadoria, preparado, inserido, assimilado à produção industrial, adquirível e fungível, mas o gênero de mercadoria arte, que vivia do fato de ser vendida, e de, entretanto, ser invendável, torna-se — hipocritamente — o absolutamente invendável quando o lucro não é mais só a sua intenção, mas o seu princípio exclusivo. A execução de Toscanini no rádio é, de certo modo, invendável. Escuta-se-lhe de graça, e a cada passagem da sinfonia se junta, por assim dizer, a sublime *réclame* resultante da sinfonia não ser interrompida pela propaganda — “*This concert is brought to you as a public service*”. A fraude se cumpre indiretamente pelo ganho de todos os produtores unidos de automóveis e de sabão que financiam as estações, e, naturalmente, pelo aumento de negócios da indústria elétrica, produtora dos aparelhos receptores. Em toda parte, o rádio, fruto tardio e mais avançado da cultura de massa, traz conseqüências provisoriamente vedadas ao filme por seu pseudomercado. A estrutura técnica do sistema comercial radiofônico o imuniza dos desvios liberais, como os que os industriais do cinema ainda se podem permitir no seu campo. É uma empresa privada que, em antecipação quanto aos outros monopólios, já se mostra de todo soberana. Chesterfield é apenas o cigarro da nação, mas o rádio é o seu porta-voz. Incorporando completamente os produtos culturais na esfera das mercadorias, o rádio renuncia de logo a colocar como mercadorias os seus produtos culturais. Ele não cobra do público na América taxa alguma e, assim, assume o aspecto enganador de autoridade desinteressada e imparcial, que parece feita sob medida para o fascismo. Daí o rádio se torna a boca universal do Führer; e a sua voz, nos autofalantes das estradas, vai além no ulular das sirenes anunciadoras de pânico, do qual a propaganda moderna dificilmente pode-se distinguir. Mesmo os nazistas sabiam que o rádio dava forma à sua causa, como a imprensa dera à causa da Reforma. O carisma metafísico do líder inventado pela sociologia religiosa<sup>17</sup> se revelou, enfim, como a simples onipresença dos seus discursos no rádio, diabólica paródia da onipresença do espírito divino. O fato desmedido de o discurso penetrar em toda parte substitui o seu conteúdo, do mesmo modo como a oferta daquela transmissão de Toscanini tomava o lugar do seu conteúdo, a própria sinfonia. Nenhum dos ouvintes está mais em con-

17. Alusão a Max Weber. (N. do T.)

dições de conceber o seu verdadeiro contexto, enquanto o discurso do Führer já por si é mentira. Pôr a palavra humana como absoluta, o falso mandamento, é a tendência imanente do rádio. A recomendação torna-se ordem. A apologia das mercadorias sempre iguais sob etiquetas diferentes, o elogio cientificamente fundado do laxativo na voz melosa do anunciante entre a *ouverture da Traviata* e a de *Rienzi* se tornou insustentável por sua própria grosseria. Por fim, o *diktat* da produção disfarçado pela aparência de uma possibilidade de escolha, a propaganda específica, pode ir além do aberto comando do chefe. Em uma sociedade de grandes *rackets* fascistas, que se pusessem de acordo sobre a parte do produto destinado a assegurar as necessidades do povo, mostrar-se-ia no fim anacrônica a exortação em favor do uso de um detergente particular. O Führer mais moderno ordena, sem muitos cumprimentos, o sacrifício, assim como a aquisição da mercadoria de refugio.

Já hoje as obras de arte como palavras de ordem política são oportunamente adaptadas pela indústria cultural, levadas a preços reduzidos a um público relutante, e o seu uso se torna acessível a todos como o uso dos parques. Mas a dissolução do seu autêntico caráter de mercadoria não significa que elas sejam custodiadas e salvas na vida de uma sociedade livre, mas sim que desaparece até a última garantia contra a sua degradação em bens culturais. A abolição do privilégio cultural por liquidação e venda a baixo preço não introduz as massas nos domínios já a elas anteriormente fechados, mas contribui, nas condições sociais atuais, à própria ruína da cultura, para o progresso da bárbara ausência de relações. Quem no século passado, ou no início deste, gastava para ver um drama ou escutar um concerto, tributava ao espetáculo pelo menos tanto respeito quanto o dinheiro do ingresso. O burguês, que queria extrair alguma coisa por si, podia às vezes procurar relacionar-se com a própria obra. A assim chamada literatura introdutória às obras de Wagner e os comentários ao *Fausto* testemunham esse fato. Ela não era ainda mais que uma forma de passagem para o verniz biográfico e para as outras práticas nas quais hoje submergem as obras de arte. Mesmo nos primeiros tempos do sistema, o valor de troca não se arrastava atrás do valor de uso como um mero apêndice, porém o tinha desenvolvido como sua premissa, e isso foi socialmente vantajoso para a obra de arte. A arte ainda mantinha o burguês dentro de certos limites, à medida que era cara. Isso acabou. A sua proximidade absoluta já não mediada pelo dinheiro, para todos aqueles a quem é exibida, é o cume

da alienação e aproxima uma à outra no signo da completa reificação. Na indústria cultural, desaparece tanto a crítica como o respeito: àquela sucede a *expertise* mecânica, a este, o culto efêmero da celebridade. Para os consumidores não existe mais nada que seja caro. Estes, entretanto, intuem que quanto mais se lhes regala certa coisa, tanto menor se torna o seu preço. A dupla desconfiança para com a cultura tradicional como ideologia se mistura à desconfiança quanto à cultura industrializada como fraude. Reduzidas a pura homenagem, as obras de arte pervertidas e corruptas são secretamente empurradas pelos beneficiados para o meio dos trastes, com os quais são assimiladas. Os consumidores podem-se alegrar que haja tanta coisa para ver e ouvir. Praticamente pode-se ter de tudo. Os *screens* e os *vaudevilles*<sup>18</sup> no cinema, as disputas dos músicos, os cadernos gratuitos, as gratificações e os artigos de presente distribuídos aos ouvintes de determinados programas, não são meios acessórios, mas o prolongamento do que acontece com os próprios produtos culturais. A sinfonia torna-se um prêmio para a radioaudição em geral, e se a técnica pudesse fazer aquilo que quer, o filme já seria fornecido a domicílio conforme o exemplo do rádio.<sup>19</sup> Este tende ao *commercial system*. A televisão já mostra o caminho de uma evolução que poderá colocar os irmãos Warner<sup>20</sup> na posição, para eles certamente não desejável, de guardiães e defensores da cultura tradicional. Mas a prática de prêmios já se depositou no comportamento dos consumidores. Enquanto a cultura se apresenta como homenagem, cuja utilidade privada e social permanece, ademais, fora de questão, a sua recepção se torna uma percepção de chances. Os ouvintes se aglomeram com medo de perder alguma coisa. O que seja esta coisa não se sabe, mas, de qualquer forma, há sempre uma probabilidade. Mas o fascismo espera reorganizar os recebedores de dons da indústria cultural no seu séquito regular e forçado.

A cultura é uma mercadoria paradoxal. É de tal modo sujeita à lei da troca que não é nem mesmo trocável; resolve-se tão cegamente no uso que não é mais possível utilizá-la. Funde-se por isso com a propaganda, que se faz tanto mais onipotente quanto mais parece absurda,

18. Breves concursos entre espectadores, realizados nos intervalos das projeções. (N. do T.)

19. Como já se notou, quando os autores escreveram este ensaio a televisão apenas começava. (N. do T.)

20. Referência à Warner Brother's. (N. do T.)

onde a concorrência é apenas aparente. Os motivos, no fundo, são econômicos. É evidente que se poderia viver sem a indústria cultural, pois já é enorme a saciedade e a apatia que ela gera entre os consumidores. Por si mesma ela pode bem pouco contra esse perigo. A publicidade é o seu elixir da vida. Mas, já que o seu produto reduz continuamente o prazer que promete como mercadoria à própria indústria, por ser simples promessa, finda por coincidir com a propaganda, de que necessita para compensar a sua não fruibilidade. Na sociedade competitiva, a propaganda preenche a função social de orientar o comprador no mercado, facilitava a escolha e ajudava o fornecedor mais hábil, contudo até agora desconhecido, a fazer com que a sua mercadoria chegasse aos interessados. Ela não só custava, mas também economizava tempo-trabalho. Agora que o livre mercado chega ao fim, entrincheira-se na propaganda o domínio do sistema. Ela reforça o vínculo que liga os consumidores às grandes firmas. Só quem pode rapidamente pagar as taxas exorbitantes cobradas pelas agências publicitárias, e, em primeiro lugar, pelo próprio rádio, ou seja, quem já faz parte do sistema, ou é expressamente admitido, tem condições de entrar como vendedor no pseudomercado. As despesas com a publicidade, que terminam refluindo para os bolsos dos monopólios, evitam ter-se, a cada vez, de esmagar a concorrência dos *outsiders* indesejáveis; garantem que os padrões de valor permanecem *entre soi*, em círculo fechado, nisto não dissemelhantes, às deliberações dos conselhos econômicos que, no Estado totalitário, controlam a abertura de novas agências ou a gestão das já existentes. A publicidade é hoje um princípio negativo, um aparelho de obstrução, tudo o que não porta o seu selo é economicamente suspeito. A publicidade universal não é em absoluto necessária para dar a conhecer os tipos a que a oferta já está limitada. Só indiretamente ela serve à venda. O abandono de uma práxis publicitária corrente por parte de uma única firma é uma perda de prestígio, e, na realidade, uma violação da disciplina que a trinca determinante impõe aos seus. Durante a guerra, continua-se a propagandear mercadorias que não estão mais à venda, somente a fim de expor e de deixar à mostra o poder industrial. Mais importante que a repetição do nome é, portanto, o financiamento dos meios de comunicação ideológica. Em virtude de, sob a pressão do sistema, cada produto empregar a técnica publicitária, ela entrou triunfalmente na gíria, no "estilo", da indústria cultural. A sua vitória é tão completa que, nos pontos decisivos, não tem sequer

mais necessidade de se tornar explícita: os palácios monumentais das firmas gigantescas, publicidade petrificada à luz dos refletores, não tem propaganda, limitam-se, no máximo, a expor, sobre as colunas altas, brilhantes e lapidares, sem mais o acompanhamento de elogios, as iniciais da empresa, enquanto as casas sobreviventes do século XIX — em cuja arquitetura ainda se lê com rubor a utilidade dos bens de consumo, a finalidade da habitação — são besuntadas do chão ao teto de cartazes luminosos; a paisagem não sendo mais que o pano de fundo dos cartazes e dos letreiros. A publicidade torna-se a arte por excelência, como Goebbels, com seu faro, já soubera identificá-la. “*L’art pour l’art*”, propaganda de si mesma, pura exposição do poder social. Já nas grandes revistas semanais americanas *Life* e *Fortune* uma rápida olhadela mal consegue distinguir figuras e textos publicitários da parte redacional. Saída da redação é a reportagem ilustrada, entusiástica e não paga, sobre os hábitos de vida e sobre a higiene pessoal do astro, coisa que lhe traz novas fãs, enquanto as páginas publicitárias se baseiam em fotografias e em dados tão objetivos e realistas a ponto de representarem o próprio ideal da informação, a que a parte redacional só faz aspirar. Cada filme é a apresentação do filme seguinte, que promete reunir outra vez mais a mesma dupla sob o mesmo céu exótico: quem chega atrasado fica sem saber se assiste ao “em breve neste cinema” ou ao filme propriamente dito. O caráter de montagem da indústria cultural, a fabricação sintética e guiada dos seus produtos, industrializada não só no estúdio cinematográfico, mas virtualmente, ainda na compilação das biografias baratas, nas pesquisas romanceadas e nas canções, adapta-se *a priori* à propaganda. Já que o momento particular tornou-se separável e fungível, descartado mesmo tecnicamente de qualquer nexos significativo, ele se pode prestar a finalidades externas à obra. O efeito, o achado, o *exploit* isolado e repetível, ligou-se para sempre com a exposição de produtos para fins publicitários, e hoje cada primeiro plano de uma atriz é uma “propaganda” do seu nome, cada motivo de sucesso o *plug* da sua melodia. Técnica e economicamente, propaganda e indústria cultural mostram-se fundidas. Numa e noutra a mesma coisa aparece em lugares inumeráveis, e a repetição mecânica do mesmo produto cultural já é a repetição do mesmo *slogan* da propaganda. Numa e noutra, sob o imperativo da eficiência, a técnica se torna psicotécnica, técnica do manejo dos homens. Numa e noutra valem as formas do surpreendente e todavia familiar, do leve e con-

tudo incisivo, do especializado e entretanto simples; trata-se sempre de subjugar o cliente, representado como distraído ou relutante.

Pela linguagem em que se exprime, contribui ele próprio para fortalecer o caráter publicitário da cultura. Quanto mais a linguagem se resolve em comunicação, quanto mais as palavras se tornam, de portadoras substanciais de significado, em puros signos privados de qualidade, quanto mais pura e transparente é a transmissão do objeto intencionado, e tanto mais se tornam opacos e impenetráveis. A desmistificação da linguagem, como elemento de todo processo iluminista, inverte-se em magia. Reciprocamente distintos e indissolúveis, palavra e conteúdo eram unidos entre si. Conceitos como melancolia, história e, inclusive, “a vida” eram conhecidos nos termos que os representavam e custodiavam. A sua forma os constituía e, ao mesmo tempo, os reproduzia. A nítida separação que declara casual o teor da palavra e arbitrária a coordenação com o objeto, liquida a confusão supersticiosa entre palavra e coisa. Aquilo que em uma sucessão estabelecida de letras transcende a correlação ao evento é banido como obscuro e como metafísica verbal. Com isso, porém, a palavra que deve tão-só designar (*bezeichnen*) e não significar (*bedeuten*) nada torna-se de tal modo fixada à coisa que se enrijece em fórmula. Isso toca simultaneamente à língua e ao objeto. Em vez de conduzir o objeto à experiência, a palavra purgada o expõe como caso de um momento abstrato, e todo o resto, excluído da expressão (que não mais existe) por uma exigência de clareza desapiedada, perece mesmo na realidade. A ala esquerda no futebol, a camisa negra, o jovem hitlerista etc. não são nada mais além de que designam. Se a palavra, antes da sua racionalização, tinha promovido, junto com o desejo, mesmo a mentira, a palavra racionalizada tornou-se uma camisa-de-força para o desejo mais ainda que para a mentira. A cegueira e o mutismo dos dados a que o positivismo reduz o mundo atingem mesmo a linguagem que se limita ao registro daqueles dados. Assim os próprios termos se tornam impenetráveis, adquirem um poder de choque, uma força de adesão e de repulsão que os torna parecidos com seu extremo oposto, às fórmulas mágicas. Eles operam como uma espécie de truques, seja que o nome da estrela é inventado no estúdio cinematográfico, segundo a experiência dos dados estatísticos, seja que o *welfare state* seja caluniado por meio de termos com força de tabu, como “burocratas” ou “intelectuais”, seja que a infâmia se torna invulnerável pelo nome da Pátria. O próprio nome que mais se liga à

magia hoje sofre uma transformação química. Transforma-se em etiqueta arbitrária e manipulável, cuja eficácia pode ser calculada, mas mesmo por isso dotado de uma força e de uma vontade própria como a dos nomes arcaicos. Os nomes de batismo, resíduos arcaicos, foram elevados à altura dos tempos, sendo estilizados como siglas publicitárias — nos astros mesmo os cognomes têm essa função — ou sendo estandardizados coletivamente. Soa como antiquado, ao invés, o nome burguês, o nome de família, que, em lugar de ser uma etiqueta, individualizava o seu portador em relação à sua própria origem. Isso suscita em muitos norte-americanos um estranho embaraço. Para mascarar a incômoda distância entre indivíduos particulares, chamam-se entre si Bob e Harry, como membros substituíveis de times. Esse hábito reduz as relações entre os homens à fraternidade do público desportivo, que protege da verdadeira fraternidade. A significação,<sup>21</sup> que é a única função da palavra admitida pela semântica, realiza-se plenamente no sinal. A sua natureza de sinal se reforça com a rapidez com que os modelos lingüísticos são postos em circulação do alto. Se os cantos populares, certa ou erradamente, foram considerados patrimônio cultural “arruinado” pela casta dominante, os seus elementos, em todo caso, assumiam a sua forma popular só depois de um longo e complicado processo de experiência. A difusão das *popular songs*, ao contrário, acontece fulminantemente. A expressão americana *fad*, para significar modas que se afirmam de forma epidêmica — ou seja, promovidas por potências econômicas altamente concentradas —, designava o fenômeno bem antes que os diretores da propaganda totalitária jogassem fora as linhas gerais da cultura. Se hoje os fascistas alemães lançam pelos autofalantes a palavra “intolerável”, amanhã todo o povo dirá também “intolerável”. Segundo o mesmo esquema, as nações contra as quais era empreendida a guerra relâmpago alemã a acolheram na sua gíria. A repetição universal dos termos adotados pelas várias determinações torna estas últimas de qualquer modo familiares, como nos tempos do mercado livre, o nome de um produto em todas as bocas promovia a sua vendagem. A repetição cega e a rápida expansão de palavras estabelecidas une a publicidade à palavra de ordem totalitária. A camada de experiência que fazia das

• 21. “*Signifikation*”: o sentido do termo “significar” é aqui diverso, senão oposto, ao que é usado um pouco antes. (N. do T.)

palavras as palavras dos homens que as pronunciavam está inteiramente achatada, e mediante a rápida assimilação, a língua assume uma frieza que, até então, só caracterizava as colunas publicitárias e as páginas de anúncio dos jornais. Infinitas pessoas usam palavras e expressões que ou nem mesmo mais compreendem, ou que só empregam segundo o seu valor behaviorista de posição, como símbolos protetores que se fixam tanto mais tenazmente aos seus objetos quanto menos ainda se está em grau de compreender o seu significado lingüístico. O ministro da instrução popular fala de forças dinâmicas, sem saber o que a expressão significa, e as canções cantam sem cessar os *revêrie* e *rhapsody* devem a sua popularidade justamente à magia do incompreensível, experimentada como o *frisson* de uma vida mais alta. Outros estereótipos, como *memory*, ainda são em certa medida entendidos, mas fogem à experiência que deveriam cumulá-las. Afloram como enclaves na linguagem falada. Na rádio alemã de Flesch e Hitler tais estereótipos podem ser captados no afetado alto alemão (Hoch-Deutsch) do anunciante, que diz à nação “*Auf Wiederhören*” ou “*Hier spricht die Hitlerjugend*”, e, por fim, “*der Führer*” com uma cadência que de repente se torna sotaque natural de milhões. Nessas expressões corta-se mesmo o último vínculo entre a experiência sedimentada e a língua, que exercia ainda uma benéfica influência, no século XIX, pelo dialeto. O redator cuja ductibilidade de convicções permitiu tornar-se “*deutscher Schriftleiter*”<sup>22</sup> vê, em troca, sob a pena, as palavras alemãs enrijecerem-se em palavras estrangeiras. Em cada palavra pode-se perceber até que ponto foi desfigurada pela “comunidade popular” fascista. É verdade que, em seguida, essa linguagem se tornou universal é totalitária. Não é mais possível advertir nas palavras a violência que elas sofreram. O locutor da rádio não necessita mais falar afetado; pois não seria sequer possível que o seu sotaque não se distinguisse pelo caráter de entonação do grupo de ouvintes que lhe foi assegurado. Mas, em troca, o modo de se exprimir e de gesticular dos ouvintes e dos espectadores, chegando até a nuances que nenhum método experimental está em condições de captar, está mais do que nunca infiltrado pelo esquema da indústria cultural. A indústria cultural de hoje herdou a função civilizatória da demo-

22. “Redator alemão”. Na exaltação das virtudes e valores germânicos puros, os nazistas preferiam aquela expressão à latina, conquanto mais usual, “Redakteur”. (N. do T.)

cracia da *frontier* e da livre iniciativa, que de resto nunca manifestou uma sensibilidade muito refinada para com as diferenças espirituais. Todos são livres para dançar e se divertir, como, desde a neutralização histórica da religião, são livres para ingressar em uma das inumeráveis seitas. A liberdade na escolha das ideologias, contudo, que sempre reflete a pressão econômica, revela-se em todos os setores como liberdade do sempre igual. O modo como uma moça aceita e executa o seu *date* obrigatório, o tom da voz ao telefone e na situação mais familiar, a escolha das palavras na conversação, e toda a vida íntima ordenada segundo os conceitos da psicanálise vulgarizada, documenta a tentativa de fazer de si um aparelho adaptado ao sucesso, correspondendo, até nos movimentos instintivos, ao modelo oferecido pela indústria cultural. As reações mais secretas dos homens são assim tão perfeitamente reificadas diante de seus próprios olhos que a idéia do que lhes é específico e peculiar apenas sobrevive sob a forma mais abstrata: *personality* não significa praticamente — para eles — outra coisa senão dentes brancos e liberdade de suor e de emoções. É o triunfo da propaganda na indústria cultural, a assimilação neurótica dos consumidores às mercadorias culturais, de sentido revelado.

*Tradução de Júlia Elisabeth Levy*

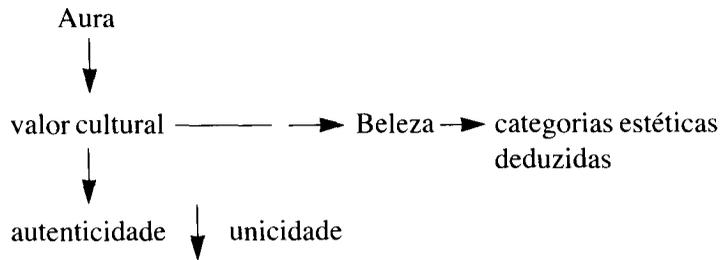
*(Revisão de LCL e Otto Maria Carpeaux)*

## A OBRA DE ARTE NA ÉPOCA DE SUA REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA

*Walter Benjamin*

## COMENTÁRIO

Publicado em 1936, na revista *Zeitschrift für Sozialforschung*, dirigida por Adorno e Marcuse e então editada em Paris pela impossibilidade de continuarem a fazê-lo na própria Alemanha, este é o texto mais antigo e, ao mesmo tempo, mais novo dos aqui recolhidos. Nele, Benjamin (nascido em Berlim em 1892, suicidou-se em 1940, na fronteira espanhola, sob o temor de ser entregue pela polícia franquista, que interceptara seu grupo de fugitivos, à Gestapo) empreende a remodelação dos conceitos da estética clássica, a partir da experiência suscitada pelas técnicas de reprodução da obra. Mas, por que este fato, aparentemente tão-só técnico, adquire semelhante relevância? Benjamin dirá: porque tal possibilidade multiplicativa fere os valores que convertiam, até agora, a obra numa espécie de sucedâneo de uma experiência religiosa. A relação de arte dependia da instauração de três elementos: aura, valor cultural e autenticidade. A cada um deles o texto definirá. Note-se apenas seu funcionamento interno. A aura — o ser tomado como distante por maior que fosse a proximidade física em que estivesse quanto ao sujeito — determina tanto o valor cultural quanto o critério de autenticidade. Sobre este ademais incide a unicidade, *i.e.*, a impossibilidade de reprodução da obra a não ser por sua falsificação. Esses três elementos, conjugados, eram geradores da idéia de “beleza”, em que toda a estética clássica repousava. Poderemos assim escrever:



que, na prática, distingue entre o aspecto conjuntural, *i.e.*, historicamente situado, do uso dos processos de reprodução técnica e o significado estrutural de seu significado. Não que o significado estrutural seja a-histórico, mas sim dotado de uma historicidade longa.

LCL

Vemos pelo esquema o motivo da imprecisão da idéia de beleza. Ela retira seu sentido de uma experiência não especificamente estética, pois dependente, como vimos, de uma experiência “religiosa”. Ora, atacando os fatores que causavam a impressão ou “conceituação” de beleza, contrapondo à aura a intenção de, ao contrário, tornar próximo mesmo o mais distante, ao valor cultural o valor de representação e ao critério de autenticidade o de fidedignidade, os processos de reprodução abalaram os alicerces da teorização clássica. Noutras palavras, o que faz Benjamin é mostrar o lastro ideológico, a ausência de separação entre as prenoções do senso comum e as categorias, aparentemente substantivas, da estética ocidental. Reflexão a levar em conta antes de se propor uma reflexão sobre a arte, a partir da realidade arte e não mais da “impressão” causada por sua experiência. Nesse sentido acrescentamos: Benjamin inconscientemente era levado a procurar a especificidade do discurso de arte, a determinar a trilha que leva à revelação de estrutura. Ainda mais, noutra antecipação aos rumos mais recentes e polêmicos da crítica, a responder a exigência de não separar o sincrônico do diacrônico, mostrando a lei sincrônica em relação com o eixo da diacronia. Pelo que foi dito se mostra seu avanço quanto ao que Adorno e Marcuse continuarão fazendo: não mais tentar a caracterização da arte como infalível oposição à indústria cultural, mas, sim, ao contrário, a partir de uma reflexão sobre a tecnologia que permitiu desmistificar teorias consideradas universalmente válidas. Não que Benjamin escamoteie ou não conheça o problema da estandardização própria da Indústria Cultural, em sua faixa mais ampla. Acontece sim

## A OBRA DE ARTE NA ÉPOCA DE SUA REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA

*Walter Benjamin*

Nossas belas-artes foram instituídas e seus tipos e usos fixados num tempo bem distinto do nosso, por homens cujo poder de ação sobre as coisas era insignificante comparado ao que possuímos. Mas o espantoso crescimento de nossos instrumentos, a flexibilidade e a precisão que eles atingiram, as idéias e os hábitos que introduziram, nos asseguram modificações próximas e muito profundas na antiga indústria do Belo. Há em todas as artes uma parte física, que não mais pode ser vista e tratada como o era antes, que não mais pode ser subtraída à intervenção do conhecimento e do poderio modernos. Nem a matéria, nem o espaço, nem o tempo são, há cerca de vinte anos, o que sempre haviam sido. É de se esperar que tão grandes novidades transformem toda a técnica das artes, agindo assim sobre a própria invenção e chegando mesmo, talvez, a maravilhosamente alterar a própria noção da arte.

(PAUL VALÉRY, *Pièces sur l'art*,  
Paris, 1934, "La conquête de l'ubiquité")

Quando Marx empreendeu sua análise, o modo de produção capitalista ainda estava em seus inícios. Marx soube orientar sua investigação de modo a emprestar-lhe valor de prognóstico. Reportando-se até as relações fundamentais, pôde prever o futuro do capitalismo. Chegou à conclusão de que, se é verdade que a exploração do proletariado não cessaria de se tornar mais rigorosa, ao mesmo tempo o capitalismo preparava as condições de sua própria supressão.

Dado que as superestruturas evoluem muito mais lentamente que as infra-estruturas, foi preciso mais de meio século para que a modificação ocorrida nas condições de produção fizesse sentir seus efeitos em todos os domínios da cultura. Constatamos tão-somente hoje as formas em que isso ocorreu. Dessas constatações, deve-se extrair alguns prognósticos. Menos, entretanto, sobre os aspectos da arte proletária após a tomada do poder pela classe operária — e menos ainda sobre a da sociedade sem classes — do que sobre as tendências evolutivas da arte nas atuais condições da produção. A dialética dessas condições é tão evidente na superestrutura quanto na economia. Por isso, seria equívoco subestimar o valor dessas teses para a luta de classes. Elas deixam de utilizar um grande número de noções tradicionais — tais como poder criador e gênio, valor de eternidade e mistério — cuja aplicação incontrollada (e, no momento, dificilmente controlável) à elaboração dos dados de fato pode conduzir a interpretações fascistas. O que distingue dessas noções corriqueiras os conceitos que aqui utilizaremos — e que são novidades na teoria da arte — consiste em que eles não podem servir a nenhum projeto fascista. Pelo contrário, são utilizáveis na formulação das exigências revolucionárias na política da arte.

## I

Mesmo por princípio, a obra de arte foi sempre suscetível de reprodução. O que uns homens haviam feito, outros podiam refazer. Em todas as épocas discípulos copiaram obras de arte a título de exercício; mestres as reproduziram para assegurar-lhes difusão; falsários as imitaram para assim obter um ganho material. As técnicas de reprodução, entretanto, são um fenômeno inteiramente novo, que nasceu e

se desenvolveu no curso da história, por etapas sucessivas, separadas por longos intervalos, mas num ritmo cada vez mais rápido. Os gregos não conheciam senão dois processos de reprodução técnica da obra de arte: a fundição e o relevo por pressão. Os bronzes, o barro cozido e as moedas foram as únicas obras de arte que puderam reproduzir em série. As outras só comportavam um único exemplar e não se prestavam a nenhuma técnica de reprodução. Com a gravura em madeira, consegue-se, pela primeira vez, reproduzir o desenho, muito antes que a imprensa permitisse a multiplicação da escrita. São notórias as imensas transformações introduzidas na literatura pela impressão, isto é, pela reprodução técnica da escrita. Por maior que seja sua importância, esta descoberta não passa de um aspecto particular do fenômeno geral que aqui consideramos no nível da história mundial. A própria Idade Média acrescentaria a xilogravura, a gravura em metal e a água-forte; o início do século XIX traria a litografia.

Com a litografia, as técnicas de reprodução fizeram um progresso decisivo. Este processo, muito mais fiel, que confia o desenho à pedra ao invés de entalhá-lo na madeira ou de gravá-lo no metal, permite pela primeira vez à arte gráfica não apenas entregar ao comércio reproduções em série, como ainda produzir diariamente novas obras. Assim, o desenho pode, a partir de agora, ilustrar as ocorrências cotidianas. Ele se torna, por isso, o íntimo colaborador da imprensa. Mas poucas décadas decorreram após essa descoberta e já a fotografia, por seu turno, ia suplantá-la nesse papel. Com a fotografia, pela primeira vez a mão se liberou das tarefas artísticas essenciais, no que toca à reprodução das imagens, as quais, doravante, foram reservadas ao olho fixado sobre a objetiva. Todavia, como o olho apreende mais rápido do que a mão desenha, a reprodução das imagens pode ser feita, a partir de então, num ritmo tão acelerado que consegue acompanhar a própria cadência das palavras. A fotografia, graças a aparelhos rotativos, fixa as imagens, no estúdio, com a mesma rapidez com que o ator pronuncia as palavras. A litografia abria o caminho para o jornal ilustrado, na fotografia, já está contido em germe o filme falado. No fim do século XIX, enfrentou-se o problema colocado pela reprodução dos sons. Todos esses esforços convergentes permitiam prever uma situação que Valéry assim caracterizava:

Assim como a água, o gás e a corrente elétrica vêm de longe às nossas casas satisfazer nossas necessidades, por meio de um esforço quase nulo, assim também seremos alimentados por imagens visuais e auditivas, nascendo e evanescendo ao mínimo gesto, quase a um sinal.<sup>1</sup>

Com o século XX, as técnicas de reprodução atingiram um tal nível que estão agora em condições não só de se aplicar a todas as obras de arte do passado e de modificar profundamente seus modos de influência, como também de que elas mesmas se imponham como formas originais de arte. Sob esse ponto de vista, nada é mais revelador do que a maneira pela qual duas de suas diferentes manifestações — a reprodução da obra de arte e a arte cinematográfica — atuaram sobre as formas tradicionais da arte.

## II

À mais perfeita reprodução sempre falta alguma coisa: o *hic et nunc* da obra de arte, a unicidade de sua presença no próprio local onde ela se encontra. Não obstante, é a esta presença única, e somente a ela, que se encontra ligada toda sua história. Falando de história, pensamos tanto nas alterações materiais que ela tenha sofrido quanto na sucessão de seus possuidores.<sup>2</sup> A marca das alterações materiais só obtida por análises físico-químicas, impossíveis em uma reprodução; para determinar as mãos sucessivas pelas quais uma obra de arte passou, é preciso seguir toda uma tradição a partir do próprio local em que a obra foi criada.

O *hic et nunc* do original constitui o que se chama sua autenticidade. Para estabelecer a autenticidade de um bronze, é necessário por vezes recorrer à análise química de sua pátina; para demonstrar a autenticidade de um manuscrito medieval, é preciso por vezes estabelecer que provém realmente de um arquivo do século XV. A

1. Valéry, *Pièces sur l'art*, "Conquête de l'ubiquité", Paris, 1934, p. 105.

2. A história de uma obra de arte, é claro, não se limita a estes dois elementos: a da *Gioconda*, por exemplo, deve ainda levar em conta o modo como foi copiada nos séculos XVII, XVIII e XIX, bem como a própria quantidade de cópias.

própria noção de autenticidade não tem sentido para uma reprodução, técnica ou não.<sup>3</sup> Mas, diante da reprodução feita pela mão do homem, e considerada em princípio falsa, o original conserva sua plena autoridade; isso não ocorre no que respeita à reprodução técnica. E isto por duas razões. Em primeiro lugar, a reprodução técnica é mais independente do original. No caso da fotografia, ela pode ressaltar aspectos do original que escapam ao olho e só podem ser apreendidos por uma câmera que se mova livremente para obter diversos ângulos de visão; graças a procedimentos como a ampliação e a câmera lenta, pode-se atingir realidades ignoradas por qualquer visão natural. Em segundo, a técnica pode transportar a reprodução para situações nas quais o próprio original jamais poderia se encontrar. Sob a forma de foto ou de disco, ela permite sobretudo aproximar a obra do espectador ou do ouvinte. A catedral abandona seu espaço real para se plantar no estúdio de um amador; o melômano pode ouvir a domicílio o coro executado numa sala de concerto ou ao ar livre.

Ainda que as novas condições assim criadas pela técnica de reprodução não alterassem o próprio conteúdo da obra de arte, de qualquer modo desvalorizam seu *hic et nunc*. Ocorre o mesmo, sem dúvida, também quanto a outras coisas além da obra de arte, por exemplo, para a paisagem representada na película cinematográfica; mas, quando se trata da obra de arte, essa desvalorização a atinge no ponto mais sensível, naquele em que ela, diferentemente dos objetos naturais, é vulnerável: em sua autenticidade. O que faz com que uma coisa seja autêntica é tudo o que ela contém de originariamente transmissível, desde sua duração material até seu poder de testemunho histórico. Como esse testemunho repousa sobre essa duração, no caso da reprodução, em que o primeiro elemento escapa aos homens, o segundo — o testemunho histórico da coisa — encontra-se igualmente abalado.

3. É precisamente porque a autenticidade escapa a toda reprodução que o desenvolvimento intensivo de certos procedimentos técnicos de reprodução permitiu estabelecer diferenciações e níveis na própria autenticidade. A esse respeito, o comércio da arte desempenhou um papel importante. Com a descoberta da xilogravura, pode-se afirmar que a autenticidade das obras era atacada em sua raiz, antes mesmo de haver atingido a floração que ainda devia enriquecê-la. Na realidade, na época em que foi feita, uma effigie medieval da Madona ainda não era autêntica; tornou-se autêntica no curso dos séculos posteriores, particularmente talvez no XIX.

Não em dose maior, por certo, mas o que é assim abalado é a própria autoridade da coisa.<sup>4</sup>

Poder-se-ia condensar todos esses desaparecimentos recorrendo-se à noção de *aura* e afirmar: na época da reprodutibilidade técnica, o que é atingido na obra de arte é sua *aura*. Este processo tem valor de sintoma; sua significação ultrapassa o domínio da arte. Poder-se-ia dizer, de modo geral, que as técnicas de reprodução destacam o objeto reproduzido do domínio da tradição. Multiplicando-lhe os exemplares, elas substituem por um fenômeno de massa um evento que não se produziu senão uma vez. Permitindo ao objeto reproduzido oferecer-se à visão ou à audição em qualquer circunstância, elas lhe conferem uma atualidade. Esses dois processos conduzem a um considerável abalo da realidade transmitida: ao abalo da tradição, o que é a contraface da crise que atravessa atualmente a humanidade e de sua atual renovação. Eles se mostram em estreita correlação com os movimentos de massa que hoje se produzem. Seu mais eficaz agente é o filme. Mesmo considerado sob sua forma mais positiva, e precisamente sob essa forma, não podemos apreender a significação social do cinema caso negligenciemos seu aspecto destrutivo, seu aspecto catártico: a liquidação do elemento tradicional na herança cultural. Este fenômeno é particularmente sensível nos grandes filmes históricos; quando Abel Gance, em 1927, gritava com entusiasmo: “Shakespeare, Rembrandt, Beethoven farão cinema [...] Todas as lendas, todas as mitologias e todos os mitos, todos os fundadores de religiões e as próprias religiões ... esperam sua ressurreição luminosa, e os heróis batem em nossas portas pedindo para entrar”,<sup>5</sup> sem querer nos convidava para uma liquidação geral.

### III

Ao curso dos grandes períodos históricos, juntamente com o modo de existência das comunidades humanas, modifica-se também

4. A mais lamentável representação do *Fausto* num teatro de província já é superior a um filme sobre o mesmo tema, pelo menos no fato de que rivaliza idealmente com a apresentação original de Weimar. Toda a substância tradicional que nos é sugerida pelo desempenho dos atores (por exemplo, que em *Mefistófeles* se esconde um amigo de juventude de Goethe, Johann Heinrich Merck) perde na tela qualquer valor.

5. Abel Gance, *Le Temps de l'Image est Venu* (“L'art cinématographique” II, Paris, 1927, pp. 94-6).

seu modo de sentir e de perceber. A forma orgânica que a sensibilidade humana assume — o meio no qual ela se realiza — não depende apenas da natureza, mas também da história. Na época das grandes invasões, nos artistas do Baixo Império, nos autores da *Gênese* de Viena, não se encontra apenas uma arte diversa da dos antigos, mas também uma outra maneira de perceber. Os eruditos da escola vienense, Riegl e Wieckhoff, opondo-se a todo o peso da tradição clássica, que havia banido essa arte, foram os primeiros a ter a idéia de extrair dela inferências no que diz respeito ao modo de percepção próprio da época em que era honorificada. Qualquer que seja a importância de sua descoberta, ela é reduzida pelo fato de que tais pesquisadores se contentaram em esclarecer as características formais próprias à percepção do Baixo Império. Não se preocuparam em mostrar, não poderiam mesmo segui-lo, as transformações sociais das quais essas modificações do modo de perceber não eram senão a expressão. Hoje, estamos mais bem situados que eles para as compreender. E, se é verdade que as modificações a que hoje assistimos no meio onde se organiza a percepção podem ser entendidas como um declínio da *aura*, estamos em condições de indicar as causas sociais que motivaram esse declínio.

Mais acima, aplicamos a noção de *aura* aos objetos históricos, mas, para melhor compreendê-la, precisamos indicar a *aura* de um objeto natural. Poder-se-ia defini-la como a única aparição de uma realidade longínqua, por mais próxima que ela possa estar. Em uma tarde de verão, num momento de repouso, se alguém segue no horizonte, com o olhar, uma linha de montanhas, ou um galho cuja sombra protege o seu descanso, ele sente a *aura* dessas montanhas, desse galho. Essa própria evocação permite compreender sem maiores dificuldades os fatores sociais que provocaram a atual decadência da *aura*. Ela resulta de duas circunstâncias, ambas em correlação com o crescente papel desempenhado pelas massas na vida presente. Encontramos hoje, nas massas, duas tendências de igual força: elas exigem, por um lado, que as coisas se lhes tornem, espacial e humanamente, “mais próximas”,<sup>6</sup> e tendem, por outro, a acolher as reproduções, a

6. Que as coisas se tornem “humanamente mais próximas” das massas é algo que pode significar que não mais se leva em conta sua função social. Nada garante que um retratista contemporâneo, quando representa um célebre cirurgião almoçando ou vivendo no círculo familiar, capte mais exatamente sua função social do que um pintor do século XVI, o qual, como Rembrandt, em *Lição de Anatomia*, apresenta ao público de seu tempo médicos no exercício mesmo de sua função.

depreciar o caráter daquilo que só é dado uma vez. A cada dia que passa, mais se impõe a necessidade de apoderar-se do objeto do modo mais próximo possível em sua imagem, porém ainda mais em sua cópia, em sua reprodução. A reprodução do objeto, tal como fornecida pelo jornal ilustrado ou pelo semanário, é incontestavelmente muito diversa de uma simples imagem. A imagem associa tão estreitamente as duas características da obra de arte, sua unicidade e sua duração, quanto a fotografia associa duas características opostas: as de uma realidade fugidia, mas que se pode reproduzir indefinidamente. Despojar o objeto de seu véu, destruir sua aura, eis um sintoma que logo assinala a presença de uma percepção tão atenta ao que “se repete identicamente no mundo”, que, graças à reprodução, ela chega a estandardizar o que não existe mais que uma vez. Afirma-se assim, no domínio intuitivo, um fenômeno análogo àquele que, no plano da teoria, é representado pela crescente importância da estatística. A adequação da realidade às massas, bem como a conexa adequação das massas à realidade constituem um processo de eficácia ilimitada, tanto para o pensamento quanto para a intuição.

#### IV

A unicidade da obra de arte não se distingue de sua integração neste conjunto de reações conhecido como tradição. Essa própria tradição, sem dúvida, é uma realidade muito viva, extremamente mutável. Uma antiga estátua de Vênus, por exemplo, pertencia entre os gregos a um complexo tradicional bastante diverso daquele que possuía entre os sacerdotes da Idade Média: os primeiros dela faziam objeto de culto, enquanto os segundos consideravam-na um ídolo maldito. Entre essas duas perspectivas opostas mantinha-se, contudo, um elemento comum: gregos e medievais consideravam aquela Vênus no que ela tinha de único, ambos sentiam sua aura. Originalmente, é o culto que expressa a incorporação da obra de arte num conjunto de relações tradicionais. Sabe-se que as mais antigas obras de arte nasceram a serviço de um ritual, inicialmente mágico, depois religioso. Ora, é um fato de importância decisiva a obra de arte perder necessariamente sua *aura* a partir do momento em que não mais possua nenhum traço de sua função

ritual.<sup>7</sup> Noutras palavras, o valor da unicidade próprio à obra de arte “autêntica” se baseia nesse ritual que foi originariamente o suporte de seu antigo valor de uso. Qualquer que possa ser o número dos intermediários, essa ligação fundamental ainda pode ser reconhecida, como um ritual secularizado, pelo culto votado à beleza, inclusive sob suas formas mais profanas.<sup>8</sup> Nascido na época do Renascimento, esse culto da beleza — predominante durante três séculos — mantém hoje, a despeito do primeiro grave abalo sofrido desde então, a marca identificadora de sua origem. Quando surgiu a primeira técnica de reprodução verdadeiramente revolucionária — a fotografia —, contemporânea por sua vez dos inícios do socialismo, os artistas pressentiram a aproximação de uma crise, que ninguém pode, cem anos mais tarde, negar. Reagiram professando a “arte pela arte”, isto é, uma teologia da arte. Essa doutrina — da qual Mallarmé foi o primeiro a tirar todas as conseqüências no plano literário — conduzia diretamente a uma teologia negativa: terminou-se efetivamente por conceber uma arte “pura”, que recusa não somente desempenhar qualquer papel essencial, mas inclusive submeter-se às condições impostas por qualquer elemento objetivo.

Para estudar a obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica, é preciso levar em grande conta esse conjunto de relações. Ele faz surgir um fato verdadeiramente decisivo e que vemos aparecer aqui, pela primeira vez, na história do mundo: a emancipação da obra de arte da existência parasitária que lhe era imposta por sua função ritual. Repro-

7. Definindo a *aura* como a “única aparição de uma realidade longínqua, por mais próxima que ela possa estar”, não fizemos mais do que transpor em categorias de espaço e tempo a fórmula que designa o valor cultural da obra de arte. Longínquo se opõe a próximo. O que é essencialmente longínquo é inaproximável. De fato, a qualidade principal de uma imagem que serve ao culto é ser inaproximável. Por sua própria natureza, ela é sempre “longínqua, por mais próxima que possa estar”. Podemos nos aproximar de sua realidade material, mas sem alterar o caráter longínquo que ela conserva desde sua aparição.

8. À medida que o valor cultural da imagem se seculariza, representa-se de modo mais indeterminado o substrato daquilo que faz dela uma realidade que só é dada uma vez. Cada vez mais, o espectador tende a substituir a unicidade dos fenômenos que aparecem na imagem cultural pela unicidade empírica do artista ou de sua atividade criadora. Sem dúvida, a substituição nunca é integral; a noção de autenticidade jamais cessou de se reportar a algo mais do que uma simples garantia de origem (o exemplo mais significativo é o do colecionador, que sempre se assemelha um pouco a um adorador de fetiches e que, pela própria posse da obra de arte, participa de seu poder cultural). Apesar de tudo, o papel desempenhado pelo conceito de autenticidade no domínio da arte é ambíguo: com a secularização da arte, a autenticidade torna-se o substituto do valor cultural.

duz-se cada vez mais obras de arte que foram feitas, justamente, para ser reproduzidas.<sup>9</sup> De um negativo em fotografia, por exemplo, pode-se tirar um grande número de provas; seria absurdo perguntar qual delas é a autêntica. Mas, desde que o critério de autenticidade não mais se aplica à produção artística, toda a função da arte é subvertida. Em lugar de repousar sobre o ritual, ela se funda agora sobre uma outra forma da práxis: a política.

V

Se se consideram os diversos modos pelos quais uma obra de arte pode ser acolhida, a ênfase coloca-se ora sobre um fator, ora sobre outro; entre tais fatores, há dois que se opõem diametralmente: o valor da obra de arte como objeto de culto, e seu valor como realidade capaz de ser exposta.<sup>10</sup> A produção artística começa por imagens que servem ao culto. Pode-se admitir que a presença mesma dessas imagens tenha

---

9. Diferentemente do que ocorre na literatura ou na pintura, a técnica de reprodução não representa para o filme uma simples condição exterior que permitirá sua difusão em massa; sua técnica de produção funda diretamente sua técnica de reprodução. Ela não permite apenas, do modo mais imediato, a difusão em massa do filme: exige-a. Os custos de produção são tão elevados que, se ainda é possível a um indivíduo, por exemplo, comprar um quadro, não lhe é possível comprar um filme. Cálculos revelaram que, em 1927, a amortização de um grande filme exigia sua apresentação a nove milhões de espectadores. No início, é verdade, a invenção do cinema falado diminuiu provisoriamente a difusão de filmes por causa das dificuldades lingüísticas, na mesma época em que o fascismo insistia nos interesses nacionais. Essa recessão, logo atenuada pelo uso da dublagem, deve reter menos nossa atenção do que sua relação com o fascismo. Os dois fenômenos são simultâneos porque ligados à crise econômica. As mesmas perturbações que, em geral, levaram a que se buscasse os meios de salvaguardar pela força o estatuto da Propriedade, apressaram entre os capitalistas do cinema a realização do cinema falado. Essa descoberta lhes trazia um alívio passageiro, contribuindo para manter nas massas o interesse pelo cinema, mas sobretudo ligando aos capitais dessa indústria novos capitais provenientes da indústria elétrica. Assim, visto de fora, o cinema falado favoreceu os interesses nacionais; todavia, visto de dentro, provocou maior internacionalização dos interesses.

10. Essa oposição escapa necessariamente a uma estética idealista; sua concepção da beleza não admite, com efeito, senão uma dualidade indeterminada, e se recusa consequentemente a qualquer decisão. Hegel, contudo, percebeu o problema, tanto quanto lhe permitia seu idealismo. Em suas *Lições sobre a Filosofia da História*, escreveu: “As imagens vêm de longa data. A piedade há muito as exigia como objetos de devoção, mas não tinha necessidade alguma de imagens belas. A imagem bela contém também um elemento exterior, mas é enquanto bela que seu espírito fala os homens; ora, na devoção, é preciso essencialmente que haja uma relação com uma coisa, pois, por si mesma, ela não é senão uma paralisia da alma. [...] A bela arte [...] nasceu

mais importância do que o fato de serem vistas. O gamo que o homem figura nas paredes de uma caverna, na Idade da Pedra, é um instrumento. Ele é indubitavelmente exposto aos olhos de outros homens, mas ele se dirige sobretudo aos espíritos. Posteriormente, é esse valor de culto como tal que leva a que a obra de arte seja guardada em segredo; algumas estátuas de deuses não são acessíveis senão ao padre em sua cela. Algumas Virgens permanecem cobertas quase o ano todo, algumas esculturas de catedrais góticas são invisíveis quando contempladas de baixo. À medida que as obras de arte se emancipam de seu uso ritual, tornam-se mais numerosas as ocasiões de serem expostas. Um busto pode ser enviado daqui para lá; por isso, ele pode ser mais exposto do que uma estátua de deus, que tem seu lugar marcado no interior de um templo. O quadro pode ser exposto muito mais do que o mosaico ou o afresco que lhe precederam. E, ainda que a missa talvez pudesse ser tão exposta quanto a sinfonia, esta, entretanto, surgiu numa época em que se podia prever que seria mais capaz de ser exposta do que a missa.

---

da própria igreja [...] se bem que [...] a arte já houvesse surgido do princípio da arte”. Uma passagem da *Estética* indica igualmente que Hegel pressentia a existência de um problema: “Não mais estamos — escreve — na época em que se presta um culto divino às obras de arte, em que se lhes podia adorar; a impressão que elas nos causam é mais reservada e que em nós evocam ainda exige uma pedra de toque de ordem superior.”

A passagem do primeiro ao segundo modo condiciona, em geral, todo o processo histórico da fruição de obras de arte. Quando não se leva em conta essa passagem, condena-se por princípio a oscilar, quanto a cada obra particular, entre estes dois modos opostos de fruição. Desde os trabalhos de Hubert Grimm, sabe-se, por exemplo, que a *Madona da Capela Sistina* foi originalmente pintada para ser exposta. Grimm foi levado a investigar a função da base de madeira que serve de apoio, no primeiro plano do quadro, a duas figuras de anjos; perguntava-se o que teria levado um pintor como Rafael a munir o céu de duas cortinas. Sua investigação mostrou-lhe que a *Madona* lhe fora encomendada para o enterro solene do papa. A cerimônia realizou-se numa capela lateral da Basílica de São Pedro. O quadro estava instalado no fundo da capela, que formava uma espécie de nicho. Rafael representou a *Madona*, por assim dizer, saindo desse nicho, delimitado por cortinas verdes, para se aproximar, em meio às nuvens, rumo do caixão onde estavam os restos do papa. Destinado aos funerais do pontífice, o quadro de Rafael tinha sobretudo um valor de exposição. Um pouco mais tarde, ele foi colocado abaixo do altar-mor da capela do convento dos Frades Negros em Piacenza. A razão desse exílio reside no ritual romano de proibir honrar, num altar-mor, imagens que foram expostas no curso de funerais. Esta retirava uma parte do valor comercial da obra de Rafael. Para vendê-la por seu preço, entretanto, a Cúria decidiu tolerar tacitamente que os compradores pudessem exibi-la num altar-mor. Para evitar comentários, o quadro foi cedido ao convento da longínqua cidade de província.

As diversas técnicas de reprodução reforçaram esse caráter em tais proporções, que por um fenômeno análogo ao que se verificou nas origens a modificação quantitativa entre as duas formas de valor próprias da obra de arte tornou-se uma modificação qualitativa, que afeta a própria natureza da arte. Originariamente, a preponderância absoluta do valor de culto fizera da obra de arte sobretudo um instrumento mágico; só muito mais tarde, até certo ponto, ela seria reconhecida como obra de arte. Hoje, do mesmo modo, a preponderância absoluta de seu valor expositivo lhe empresta funções inteiramente novas, entre as quais pode ocorrer que aquela da qual temos consciência — a função artística — apareça depois como acessória.<sup>11</sup> Já é certo que, mesmo agora, a fotografia, e mais ainda, o cinema são claros testemunhos nessa direção.

## VI

Com a fotografia, o valor expositivo começa a impelir para o segundo plano, em todos os níveis, o valor de culto. Este último, contudo, não cede seu lugar sem resistência. Sua última trincheira é o rosto humano. Não é absolutamente ocasional o fato de que o retrato tenha desempenhado um papel central nas primeiras épocas da fotografia. No culto da lembrança dos seres queridos, afastados ou desaparecidos, o valor de culto da imagem encontra seu último refúgio. Na expressão fugidia de um rosto humano, nas fotos antigas pela última vez emana a *aura*. É isto que lhes empresta aquela melancólica beleza, que não pode ser comparada a nada. Mas, a partir do momento em que o homem está ausente da fotografia, o valor de exposição supera decisivamente o valor de culto. A excepcional importância dos clichês realizados por

11. Noutro nível, Brecht apresenta análogas considerações: "Desde que a obra de arte se torna mercadoria, não mais se lhe pode aplicar a noção de obra de arte: então, também nós deveremos — com prudência e precaução, mas sem temor — renunciar à noção de obra de arte se quisermos conservar a função da própria coisa que queremos designar. Trata-se de uma fase que é preciso atravessar, e devemos fazê-lo sem subterfúgios; este desvio não é gratuito: ele conduz a uma transformação fundamental do objeto que extinguirá a tal ponto seu passado que, se a velha noção voltar a ser usada (e por que não o será), não mais evocará nenhuma lembrança ligada à sua antiga significação", (*Der Dreigroschenprozess*, republicado em *Versuche* 1-4. Berlim e Frankfurt a. M. 1959, p. 259).

Atget, no século XIX, que reproduzem as ruas vazias de Paris, decorre justamente do fato de haver fixado essa evolução em seu local. Afirma-se corretamente que ele fotografou essas ruas como se fotografava o local de um crime. Também o local de um crime é deserto. O retrato de um local semelhante não tem outro objetivo além de descobrir indícios. Para a evolução histórica, os clichês deixados por Atget são verdadeiras provas documentais. Também eles possuem uma secreta significação política. Já exigem serem recebidos num sentido determinado. Não mais se prestam a uma consideração desinteressada: inquietam quem os contempla; para chegar a eles o espectador intui a necessidade de seguir um certo caminho. Ao mesmo tempo, os jornais ilustrados começam a se apresentar ao leitor como indicadores de itinerários. Verdadeiros ou falsos, pouco importa. Com esse tipo de fotografia, a legenda torna-se pela primeira vez necessária. E essas legendas têm, evidentemente, um caráter inteiramente diverso que o título de um quadro. As direções que o texto dos jornais ilustrados impõe a quem olha as imagens se tornarão ainda mais precisas e imperativas com o filme, onde é impossível apreender, ao que parece, qualquer imagem isolada sem levar em conta a sucessão de todas as imagens que a precedem.

## VII

A polêmica que se manifestou, no curso do século XIX, entre os pintores e os fotógrafos no que diz respeito ao valor respectivo de suas obras, dá-nos hoje a impressão de responder a um falso problema e de fundar-se numa confusão. Longe de negar sua importância, essa circunstância não faz senão sublinhá-la. Essa polêmica traduzia realmente uma subversão, de significação histórica, em escala universal, da qual nenhum dos dois grupos adversários tomara consciência. Liberada de suas bases culturais pelas técnicas de reprodução, a arte já não mais podia sustentar suas pretensões de independência. Mas o século que assistia a essa evolução não foi capaz de perceber a modificação funcional que ela trazia para a arte. Essa consequência escapou, durante muito tempo, mesmo no século XX, que, todavia, viu nascer e evoluir o cinema.

Já se haviam gasto vãs sutilezas em decidir se a fotografia era ou não uma arte, mas, preliminarmente, ainda não se perguntara se

essa descoberta não transformava a natureza geral da arte; os teóricos do cinema sucumbiriam ao mesmo erro. Mas os problemas colocados pela fotografia à estética tradicional não passavam de brinquedos de infantes comparados aos que iriam ser colocados pelo filme. Daí essa cega violência que caracteriza os primeiros teóricos do cinema. Abel Gance, por exemplo, compara o filme à escrita hieroglífica:

Eis-nos — diz ele —, por um prodigioso retorno ao passado, recuados ao nível de expressão dos egípcios [...] A linguagem das imagens ainda não se desenvolveu plenamente porque ainda não somos feitos para ela. Ainda não existe o respeito necessário, o culto, pelo que elas expressam.<sup>12</sup>

Séverin-Mars escreve:

Nenhuma arte teve um sonho mais elevado [...], mais poético e simultaneamente mais real. Assim considerado, o cinematógrafo tornar-se-ia um meio de expressão inteiramente excepcional; em sua atmosfera, não se deveriam mover senão personagens do mais superior pensamento, nos momentos mais perfeitos e mais misteriosos de sua evolução.<sup>13</sup>

Alexandre Arnoux, por sua vez, no fim de uma fantasia sobre o cinema mudo, não teme em concluir assim: “Em suma, todos os audaciosos termos que acabamos de empregar não definem a oração?”<sup>14</sup> É muito significativo que o desejo de conferir ao cinema a dignidade de uma arte obrigue esses teóricos a nele introduzir, mediante suas próprias interpretações, com uma temeridade inigualável, elementos de natureza cultural. E, não obstante, na mesma época em que publicavam suas especulações já se podia ver na tela obras como *A opinião pública* e *Em busca do ouro*. O que não impediu nem Abel Gance de avançar a comparação com os hieroglifos, nem Séverin-Mars de falar do cinema com o tom adequado às pinturas de Fra Angélico! É característico que, ainda hoje, autores particularmente reacionários tentem interpretar o cinema numa perspectiva similar e que continuem a lhe atribuir, senão um valor precisamente sagrado, pelo menos um sentido

12. Abel Gance, op. cit., pp. 100-1.

13. Séverin-Mars, cit. por Abel Gance, op. cit., p. 100.

14. Alexandre Arnoux, *Cinéma*, Paris, 1929, p. 28.

sobrenatural. A respeito da adaptação cinematográfica do *Sonho de uma noite de verão*, feita por Max Reinhardt, Franz Werfel afirma que apenas, sem nenhuma dúvida, a estéril cópia do mundo exterior, com suas ruas, seus interiores, suas estações, seus restaurantes, seus carros e praias, impediu o cinema de se elevar ao nível da arte: “O filme não captou ainda seu verdadeiro sentido, suas verdadeiras possibilidades [...] Elas consistem no poder que é próprio ao cinema de expressar por meios naturais, e com um incomparável poder de persuasão, o maravilhoso, o sobrenatural.”<sup>15</sup>

## VIII

No teatro, é o ator em pessoa que, em definitivo, apresenta diante do público sua própria atuação artística: já a atuação do ator cinematográfico exige a mediação de todo um mecanismo. Decorrem desse fato duas conseqüências. O conjunto de aparelhos que transmite ao público a atuação do artista não é obrigado a respeitá-la integralmente. Sob a direção do *cameraman*, à medida que se executa o filme, máquinas se aprestam diante dessa atuação. Tais sucessivas tomadas de posição constituem os materiais com os quais, em seguida, será feita a montagem definitiva do filme. Ela contém um certo número de elementos móveis, que a câmara deve reconhecer com esse caráter, sem falar dos dispositivos especiais como os grandes planos. A atuação do intérprete, assim, é submetida a uma série de testes ópticos. Esta é a primeira das duas conseqüências resultantes da necessária mediação dos aparelhos entre a atuação do ator e o público. A segunda decorre do fato de o intérprete cinematográfico, não apresentando suas atuações pessoalmente, não ter, a exemplo do ator de teatro, a possibilidade de adaptar sua representação, enquanto ela se processa, às reações dos espectadores. O público encontra-se, assim, na situação de um *expert* cujo julgamento não é alterado por nenhum contato pessoal com o intérprete. Só penetra intropicamente no ator penetrando intropicamente no aparelho. Assume, portanto, a mesma atitude que esse apa-

15. Franz Werfel, *Ein Sommernachtstraum. Ein Film nach Shakespeare von Reinhardt*, *Neues Wiener Journal*, 15 de novembro de 1935.

relho: faz passar um teste.<sup>16</sup> Ora, os valores de culto não podem se submeter a tal atitude.

## IX

No cinema, o que importa não é o fato de o intérprete apresentar ao público um outro personagem que não ele mesmo; é antes o fato de que ele próprio se apresenta no aparelho. Pirandello foi um dos primeiros a sentir essa modificação que a prova do teste impõe ao intérprete. O fato de suas observações se limitarem a sublinhar o aspecto negativo da coisa em nada altera seu valor. (As observações podem ser lidas em seu romance *Volta-se*.) Ainda menos o altera só estar em questão o filme mudo. Pois o filme falado, a esse respeito, não traz nenhuma modificação fundamental:

Os atores de cinema — escreve Pirandello — sentem-se como no exílio. No exílio não somente do palco, mas também de si mesmos. Percebem confusamente, com uma sensação de despeito, de indefinível vazio e mesmo de fracasso, que seu corpo é quase volatilizado, suprimido, privado de sua realidade, de sua vida, de sua voz, do ruído que produz ao se mexer, para tornar-se uma imagem muda que tremula um instante na tela e desaparece em silêncio [...] A pequena máquina representará diante do público com suas sombras, e eles devem se contentar em representar diante dela.<sup>17</sup>

16. “O filme fornece (ou poderia fornecer), inclusive nos detalhes, úteis conclusões acerca das condutas humanas. [...] Do caráter de um homem, não se pode deduzir nenhum dos motivos que lhe impelem à ação, a vida interior das pessoas não é nunca essencial e raramente é o resultado mais importante de sua conduta” (Brecht, *Versuche, Der Dreigrochenoperprozess*). Ampliando o campo submetido aos testes, o papel dos aparelhos na apresentação dos filmes desempenha um papel análogo ao realizado, no que toca ao indivíduo, pelo conjunto de circunstâncias econômicas que aumentaram extraordinariamente os domínios em que pode ser testado. Assim, as provas de orientação profissional ganham cada vez maior importância. Elas consistem num certo número de cortes realizados nas atividades do indivíduo. Tomadas cinematográficas e provas de orientação profissional: ambas têm lugar diante de uma platéia de técnicos. O diretor de montagem encontra-se, em seu estúdio, exatamente na mesma situação que o verificador de testes, quando do exame de orientação profissional.

17. Luigi Pirandello, *On tourne*, citado por Léon-Pierre Quint em *Signification du cinéma* (“L’Art cinématographique”, II, Paris 1927, pp. 14-5). (*On tourne* é a tradução francesa de *Si gira...*, L.C.L.)

Aí ocorre uma situação que pode ser assim caracterizada pela primeira vez — e isso é obra do cinema — o homem deve agir, seguramente com toda sua pessoa viva, e todavia privada de *aura*. Pois sua *aura* depende do seu *hic et nunc*. Ela não suporta reprodução alguma. No teatro, a *aura* de Macbeth é inseparável da *aura* do ator que desempenha o papel, tal como ela é sentida pelo público vivo. A filmagem no estúdio tem como peculiaridade o fato de substituir o público pelo aparelho. A *aura* dos intérpretes necessariamente desaparece e, com ela, a dos personagens que representam.

Não deve surpreender o fato de que precisamente um dramaturgo como Pirandello, em sua análise do cinema, toque sem querer no que é fundamental na atual crise do teatro. À obra inteiramente concebida por meio das técnicas de reprodução (ou antes, à obra que, como filme, nasceu dessas próprias técnicas), nada se opõe mais radicalmente do que o teatro. O fenômeno é confirmado por todo estudo sério do problema. Há algum tempo que bons conhecedores admitem que, como escrevia Arnheim em 1932, no cinema “é quase sempre representando menos que se obtém mais efeito [...] O último progresso consiste em reduzir o ator a um acessório, que se escolhe como característico [...] e que se põe em seu justo lugar”.<sup>18</sup> A essa circunstância, liga-se muito estreitamente uma

18. Rudolf Arnheim, *Film als Kunst*, Berlim, 1932, pp. 176-7. Nessa perspectiva, certas particularidades, aparentemente secundárias que distinguem a encenação cinematográfica da prática teatral, tomam-se mais significativas; é o caso, por exemplo, da tentativa de certos encenadores, como Dreyer, em sua *Joana d’Arc*, de suprimir a maquilagem dos atores. Dreyer passou meses reunindo os quarenta intérpretes que deviam representar os juízes no processo de inquisição. Sua busca assemelhava-se à procura de acessórios difíceis de encontrar. Dreyer fez os maiores esforços para evitar que houvesse, entre esses intérpretes, a menor semelhança de idade, de estatura, de fisionomia. Quando o ator torna-se o acessório da cena, não é raro que, como contrapartida, os próprios acessórios desempenhem o papel de atores. Não é insólito, de qualquer modo, que o filme lhes confie um papel. Em lugar de invocar exemplos extraídos da grande massa que temos à disposição, detenhamo-nos apenas em um particularmente demonstrativo. A presença em cena de um relógio trabalhando será sempre fonte de distúrbio. Não há lugar no teatro para sua função de marcar o tempo. Mesmo numa peça realista, o tempo astronômico estaria em discordância com o tempo cênico. Nessas condições, é da mais alta importância para o cinema poder dispor, quando necessário, de um relógio que estabeleça o tempo verdadeiro. Eis aí um dos traços que indicam, do melhor modo possível, o fato de que, numa circunstância determinada, cada acessório pode desempenhar um papel definitivo. Estamos aqui muito próximos da afirmação de Pudovkin segundo a qual “o desempenho de um ator ligado a um objeto e dele dependente [...] constitui sempre um dos métodos mais eficazes de que dispõe o cinema”. (V. Pudovkin, *Filmregie und Filmmanuskript*, Berlim, 1928, p. 126). O filme, portanto, é o primeiro meio artístico capaz

outra: se o ator de teatro entra na pele de um personagem que representa, é muito raro que o intérprete cinematográfico possa ter a mesma atitude. Ele não desempenha o papel de modo contínuo, mas numa série de seqüências isoladas. Independentemente das circunstâncias acidentais (local do estúdio, ocupação dos atores que só os deixa disponíveis em certos momentos, problemas de cenário etc.), as próprias necessidades elementares da técnica operatória dissociam a representação do intérprete numa série de episódios, que devem ser posteriormente montados. Pensamos sobretudo na iluminação, cuja instalação força o diretor, para representar uma ação que se desenvolverá na tela de modo contínuo e rápido, a fragmentar tomadas que podem durar, cada uma delas, às vezes longas horas. Sem falar de certas montagens, cujo caso é mais chocante; se um ator deve saltar por uma janela, faz-se com que ele salte no estúdio por uma moldura, mas a fuga que segue o salto talvez não seja filmada, no exterior, senão muitas semanas depois. Encontrar-se-iam facilmente exemplos ainda mais paradoxais. Ocorre, por exemplo, que, de acordo com o roteiro, um intérprete deve tremer quando ouve baterem à porta e que o diretor não está satisfeito com o modo como ele representa a cena; o diretor aproveitar-se-á da presença ocasional do ator no estúdio e, sem o prevenir, fará com que uma arma de fogo dispare perto dele; a câmera registrará seu movimento de terror, bastando introduzir na montagem do filme a imagem obtida pela surpresa. Nada revela melhor o fato de a arte haver abandonado o domínio da "bela aparência", fora do qual, durante muito tempo, se acreditou que ela necessariamente desapareceria.

## X

Como notava Pirandello, o intérprete cinematográfico sente-se estranho diante de sua própria imagem que lhe é apresentada pela câmera. Este sentimento se assemelha, desde logo, ao que todo homem experimenta quando se olha no espelho. Mas, agora, sua imagem no espelho dele se separa e pode ser transportada. Para onde?

---

de revelar a reciprocidade de ação entre a matéria e o homem. Sob esse aspecto, pode servir muito eficazmente a um pensamento materialista.

Para diante do público.<sup>19</sup> É este um fato do qual o ator cinematográfico sempre está consciente. Diante do aparelho registrador, ele sabe que, em última instância, é com o público que se liga. Este mercado, no qual ele não vende apenas sua força de trabalho, mas sua pele e seus cabelos, seu coração e seus rins, no momento em que o ator lhe presta um trabalho determinado não mais pode imaginá-lo, do mesmo modo como sucede com um objeto qualquer produzido numa fábrica. É esta, sem dúvida, uma das causas da opressão que envolve o ator diante do aparelho, uma das causas dessa nova forma de angústia assinalada por Pirandello. À medida que restringe o papel da *aura*, o cinema constrói artificialmente, fora do estúdio, a "personalidade" do ator: o culto da "estrela", que favorece o capitalismo dos produtores cinematográficos, protege essa magia da personalidade, que há muito já está reduzida ao encanto podre de seu valor mercantil. Enquanto o capitalismo continuar conduzindo o jogo, o único serviço que se deve esperar do cinema em favor da Revolução é o fato de permitir uma crítica revolucionária das antigas concepções da arte. Ao dizer isso, não negamos absolutamente que ele possa, em certos casos particulares, ir ainda mais longe e favorecer uma crítica revolucionária das relações sociais, inclusive do próprio estatuto da propriedade. Não é este, entretanto, nem o objeto principal de nosso estudo, nem a contribuição essencial da produção cinematográfica na Europa Ocidental.

A técnica do cinema assemelha-se à do esporte, no sentido em que todos os espectadores são, em ambos os casos, semi-especialis-

---

19. Pode-se constatar, no plano da política, uma análoga modificação do modo de exposição, a qual depende igualmente das técnicas de reprodução. A atual crise das democracias burguesas liga-se a uma crise das condições que determinam a própria apresentação dos governantes. As democracias apresentam os governantes de modo direto, em carne e osso, diante dos deputados. O Parlamento é seu público. Com o progresso dos aparelhos, que permite fazer com que um número infinito de auditores ouça o discurso do orador no próprio momento em que fala, bem como divulgar sua imagem diante de um número indefinido de espectadores, o essencial passa a ser a apresentação do político diante do próprio aparelho. Essa nova técnica esvazia os Parlamntos, do mesmo modo como esvaziou os teatros. Rádio e cinema não modificam apenas a função do ator profissional, mas também a de qualquer pessoa que, como é o caso do governante, apresente-se diante do microfone ou da câmera. O intérprete do filme e o homem de Estado, apesar da diferença dos objetivos visados, sofrem a esse respeito transformações paralelas. Elas conduzem, em certas condições sociais determinadas, a aproximá-los do público. E por isso ocorre uma nova seleção, uma seleção diante do aparelho; os vencedores são a estrela e o ditador.

tas. Para convencer-se disso, basta ter ouvido alguma vez um grupo de jovens jornalheiros que, apoiados em suas bicicletas, comentam os resultados de uma corrida ciclística. Não é por acaso que os editores de jornal organizam provas apenas para seus jovens empregados. Essas corridas provocam um grande interesse entre seus participantes. Pois o vencedor tem a possibilidade de trocar a venda de jornais pela condição de corredor profissional. Do mesmo modo, graças aos jornais filmados, qualquer pessoa que passe pela rua tem sua oportunidade de aparecer na tela. Pode mesmo ocorrer que figure numa verdadeira obra de arte: basta recordar, por exemplo, *Três contos sobre Lênin*, de Dziga-Vertov, ou *Borinage*, de Ivens. Hoje não existe ninguém que não possa alimentar a pretensão de ser filmado. Para melhor compreender essa pretensão, é preciso considerar a situação atual dos escritores.

Durante séculos, um pequeno número de escritores encontrava-se diante de vários milhares de leitores. No fim do século passado, a situação se modificou. Com a ampliação da imprensa, que colocava à disposição do público órgãos sempre novos, políticos, religiosos, científicos, profissionais, regionais, um número sempre crescente de leitores passou-se — inicialmente de modo ocasional — para o lado dos escritores. O processo se iniciou quando os jornais abriram suas colunas para um “correio dos leitores”; hoje, não existe um só europeu, qualquer que seja sua profissão, que não esteja seguro de poder encontrar, em princípio, quando assim o desejar, uma tribuna para relatar sua experiência profissional, para expor uma denúncia, para publicar uma reportagem ou um outro estudo do mesmo tipo. Entre o autor e o público, conseqüentemente, a diferença está em vias de se tornar cada vez menos fundamental. Ela é apenas funcional, podendo variar segundo as circunstâncias. A todo momento, o leitor está prestes a se tornar escritor. Com a especialização crescente do trabalho, cada indivíduo foi obrigado a se tornar, voluntária ou involuntariamente, um especialista em sua matéria — ainda que se trate de uma matéria de pouca importância — e essa qualificação lhe confere uma certa autoridade. Na União Soviética, o próprio trabalho pode tomar a palavra. E sua representação verbal constitui uma parte do poder requerido para sua própria consecução. A competência literária não mais repousa sobre

uma formação especializada, mas sobre uma multiplicidade de técnicas, forjando-se assim um bem comum.<sup>20</sup>

Tudo isso vale sem reservas para o cinema, onde mudanças de perspectiva, que exigiram séculos no domínio literário, realizaram-se em dez anos. Pois, na prática cinematográfica (sobretudo na Rússia), a evolução já foi parcialmente realizada. Vários intérpretes dos filmes soviéticos não são atores no sentido que atribuímos a esta palavra, mas pessoas que representam seu próprio papel, sobretudo em sua atividade profissional. Na Europa Ocidental, a exploração capitalista da indústria cinematográfica recusa satisfazer as pretensões do homem contemporâneo de ver sua imagem reproduzida. Nessas condições, os produtores de filmes têm interesse em estimular a atenção das massas para representações ilusórias e espetáculos equívocos.

---

20. O caráter privilegiado das técnicas correspondentes encontra-se assim destruído. Aldous Huxley escreve: “Os progressos técnicos [...] conduzem à vulgarização. [...] As técnicas de reprodução e o uso das rotativas nas gráficas impressoras permitiram a multiplicação da escrita e da imagem que supera qualquer previsão. A instrução obrigatória e o aumento relativo dos padrões de vida criaram um público muito amplo, que pode ler e exigir leitura e imagens. Para satisfazer essa demanda, é preciso constituir uma indústria importante. Mas o talento artístico é uma coisa rara; daí resulta [...] que, em todas as épocas e lugares, a maior parte da produção artística foi sempre de reduzido valor. Hoje, porém, a porcentagem dos resíduos no conjunto da produção artística é maior do que em qualquer outra época. [...] Trata-se no caso de uma simples questão de aritmética. No curso do século passado, a população da Europa Ocidental mais do que duplicou. Contudo, pelo que se pode calcular, o material de leitura e de imagens aumentou no mínimo dez vezes, talvez mesmo cinquenta ou cem vezes. Se se admite que uma população de  $x$  milhões de habitantes comporta um número  $n$  de pessoas artisticamente dotadas, os talentos serão de  $2n$  para uma população de  $2x$  milhões. Ora, pode-se resumir assim a situação. Onde, há cem anos, publicava-se uma página impressa de texto ou de imagens, hoje publica-se vinte, ou mesmo cem. Onde, por outro lado, havia um talento artístico, hoje existem dois. Admito que, em decorrência da instrução obrigatória, um grande número de talentos virtuais, que outrora jamais poderiam ter desenvolvido suas capacidades, podem hoje se expressar. Suponhamos, assim, que agora existem três, ou mesmo quatro talentos, para apenas um de outrora. De qualquer modo, é indubitável que o consumo de textos e de imagens ultrapassou a produção natural de escritores e de desenhistas dotados. Ocorre o mesmo no domínio dos sons. O bem-estar, o gramofone e o rádio criaram um público cujo consumo de bens sonoros é desproporcional ao crescimento da população e, conseqüentemente, ao número de músicos de talento. Assim, em todas as artes, tanto em cifras absolutas como em valores relativos, a produção de resíduos é maior que outrora; e isso continuará a ocorrer enquanto as pessoas continuarem a consumir, fora de qualquer proporção, material literário, ilustrativo e sonoro” (*Croisière d'Hiver en Amérique Centrale*, Paris, pp. 273 ss). É óbvio que o ponto de vista aqui expresso nada tem de progressista.

Uma filmagem, sobretudo no caso de um filme falado, fornece um espetáculo que outrora não seria imaginável. Ela representa um conjunto de atividades que é impossível coordenar em alguma perspectiva sem que se imponha ao olhar todas as espécies de elementos estranhos, enquanto tais, ao desenrolar da ação: aparelhagens necessárias à tomada, iluminação, estado-maior dos assistentes etc. (Para que o espectador pudesse abstraí-los, seria preciso que seu olho se confundisse com o visor da câmera.) Essa circunstância — mais que qualquer outra — torna superficiais e sem importância todas as analogias que poderiam ser observadas entre a filmagem de uma cena no estúdio e sua execução no teatro. Por princípio, o teatro conhece o local adequado, no qual basta se situar para que o espetáculo propicie ilusão. Nada similar existe num estúdio cinematográfico. O filme não pode propiciar ilusão senão em segundo grau, isto é, após se ter realizado a montagem das seqüências. Noutras palavras: a aparelhagem, no estúdio, penetrou tão profundamente na própria realidade que, para devolver-lhe a pureza, para despojá-la desse corpo estranho que a aparelhagem nela constitui, é preciso recorrer a um conjunto de procedimentos particulares: variação dos ângulos das tomadas, montagem reunindo várias seqüências de imagens do mesmo tipo. A realidade despojada do que a aparelhagem lhe acrescentou tornou-se aqui a mais artificial de todas; assim, no mundo da técnica, a captação imediata da realidade enquanto tal é agora uma simples quimera.

Essa situação do cinema, que se opõe nitidamente à do teatro, conduz a conclusões ainda mais fecundas se for comparada à da pintura. Devemos aqui colocar a seguinte pergunta: qual é a relação entre o operador e o pintor? Para responder, seja-nos permitido recorrer a uma comparação esclarecedora, extraída da própria idéia de operação tal como ela é utilizada em cirurgia. No mundo operatório, o cirurgião e o mágico ocupam os dois pólos. A maneira de proceder do mágico, que cura um doente pela colocação das mãos, difere da do cirurgião que pratica sobre ele uma intervenção. O mágico conserva exatamente a distância natural que existe entre ele e o paciente; ou, melhor dizendo, se ele a diminui um pouco, pela colocação das mãos, aumenta-a ainda

mais, graças a sua autoridade.<sup>21</sup> O cirurgião, pelo contrário, diminui consideravelmente essa distância — já pois que intervém no interior do doente — enquanto só a aumenta um pouco — graças à prudência com que sua mão se move no corpo do paciente. Em suma: à diferença do mágico (do qual se conservam alguns traços no médico), o cirurgião — no instante decisivo — renuncia a comportar-se em face do doente segundo uma relação de homem para homem: ao contrário, é de maneira operatória que ele penetra no doente. Entre o pintor e o *cameraman*, reencontramos a mesma relação que entre o mágico e o cirurgião. O pintor observa, em seu trabalho, uma distância natural entre a realidade dada e ele mesmo; o *cameraman* penetra em profundidade na própria trama do dado.<sup>22</sup> As imagens que obtém diferem extraordinariamente. A do pintor é global, a do *cameraman* fragmenta-se num grande número de partes, cada uma das quais obedece a leis próprias. Para o homem de hoje, a imagem do real fornecida pelo cinema é infinitamente mais significativa, pois — se ela atinge este aspecto das coisas que escapa a qualquer aparelhagem (o que é uma exigência de toda obra de arte) — ela só o consegue precisamente à medida que usa aparelhos para penetrar, do modo mais intensivo possível, no próprio coração desse real.

21. As habilidades do *cameraman* são efetivamente comparáveis às do cirurgião. Caracterizando proezas manuais cuja técnica pertence especificamente à ordem do gesto, Luc Durtain fala das que são exigidas em cirurgia por certas operações difíceis. Toma como exemplo um certo caso extraído da otorrinolaringologia, a que se chama processo prospectivo endonasal. Refere-se igualmente às verdadeiras acrobacias impostas ao cirurgião de laringe por ter de usar um espelho no qual a imagem se lhe apresenta invertida. Assinala também o trabalho de precisão da cirurgia auricular comparável ao de um relojoeiro. O cirurgião deve exercitar seus músculos até atingir um grau extremo de precisão acrobática a fim de corrigir ou salvar o corpo humano. Basta recordar, lembra-nos Durtain, a operação de catarata, em que o aço do bisturi há de lutar com tecidos quase fluidos, ou ainda as importantes intervenções na região intestinal (laparotomia).

22. Tal modo de considerar as coisas pode parecer grosseiro. Mas, como revela o grande teórico Leonardo da Vinci, considerações dessa natureza podem encontrar lugar em suas respectivas épocas. Comparando música e pintura, escreve Leonardo: "A superioridade da pintura sobre a música reside em que, desde o momento em que é chamada a viver, não há mais razão para que morra, como é o caso, pelo contrário, da pobre música. [...] A música que se vai consumindo enquanto nasce, é menos digna que a pintura que com o verniz se faz eterna." (*Tratatto della Pittura*, primeira parte, § 25, 27)

As técnicas de reprodução aplicadas à obra de arte modificam a atitude da massa diante da arte. Muito reacionária diante, por exemplo, de um Picasso, a massa mostra-se progressista diante, por exemplo, de um Chaplin. A característica de um comportamento progressista reside no fato de o prazer do espetáculo e a experiência vivida correspondente ligaram-se, de modo direto e íntimo, à atitude do conhecedor. Esta ligação tem uma importância social. À medida que diminui a significação social de uma arte, assiste-se no público a um divórcio crescente entre o espírito crítico e a fruição da obra. Frui-se, sem criticar, aquilo que é convencional; o que é verdadeiramente novo é criticado com repugnância. No cinema, o público não separa a crítica da fruição. O elemento decisivo, aqui, é que, mais do que em qualquer outra parte, as reações individuais, cujo conjunto constitui a reação maciça do público, são aí determinadas, desde o início, pela imediata virtualidade de seu caráter coletivo. Ao mesmo tempo que se manifestam, tais reações controlam-se mutuamente. Ainda nesse ponto o contraste com a pintura é muito significativo. Os quadros sempre pretenderam ser contemplados apenas por um espectador ou por um pequeno número de espectadores. O fato de, a partir do século XIX, um importante público poder contemplá-los conjuntamente corresponde a um primeiro sintoma dessa crise, que não foi somente provocada pela invenção da fotografia, mas de maneira relativamente independente a essa descoberta, pela pretensão da obra de arte de se dirigir às massas.

Ora, acontece precisamente que é contrário à própria essência da pintura poder ela se oferecer a uma recepção coletiva; ao contrário, este sempre foi o caso da arquitetura, da poesia épica (durante um certo tempo) e é hoje o caso do cinema. Ainda que disso não se possa extrair nenhuma conclusão quanto ao papel social da pintura, é certo que aí reside um inconveniente muito sério a partir do momento em que, como consequência de circunstâncias políticas e de um modo que contradiz até certo ponto sua natureza, ela é diretamente relacionada com as massas. Nas igrejas e nos claustros da Idade Média, nas cortes principescas até cerca do fim do século XVIII, o acolhimento dado às pinturas nada tinha de simultâneo; elas não se transmitiam senão por um grande número de intermediários hierarquizados. A modificação que ocorreu a esse respeito traduz o conflito particular, no qual a pintura se

encontra envolvida pelas técnicas de reprodução aplicadas à imagem. Podia-se tentar apresentá-la às massas em museus e em exposições, mas as massas não podiam, por si mesmas, nem organizar nem controlar sua própria recepção.<sup>23</sup> E é por isso que esse mesmo público que, diante de um filme cômico, reage de modo progressista devia acolher o surrealismo com espírito reacionário.

O que caracteriza o cinema não é apenas a maneira pela qual o homem se apresenta ao aparelho, mas também o modo pelo qual ele figura na representação — devido a esse aparelho — o mundo que o cerca. Um exame da psicologia da realização revelou-nos que o aparelho pode desempenhar um papel de teste. Um exame baseado na psicanálise nos fornecerá um outro exemplo. De fato, o cinema enriqueceu nossa atenção por métodos que esclarecem a análise freudiana. Há 50 anos, não se prestava a menor atenção a um lapso que escapava durante uma conversa. Que este lapso pudesse abrir, de um só golpe, profundas perspectivas para uma conversa que parecia se desenrolar do modo mais normal era algo considerado, talvez, como uma simples exceção. Todavia, depois da *Psicopatologia da vida cotidiana*, as coisas modificaram-se bastante. Ao mesmo tempo que as isolava, o método de Freud permitiu a análise de realidades que até então se perdiam, sem que se tomassem em consideração, no vasto fluxo do percebido. Ampliando o mundo dos objetos que passamos a levar em consideração, tanto na ordem visual quanto na ordem auditiva, o cinema trouxe, conseqüentemente, um aprofundamento da percepção. Que suas realizações possam ser analisadas de modo muito mais exato e num núme-

23. A esse respeito, a pintura da Renascença fornece-nos uma analogia bem instrutiva. Também aí encontramos uma arte cujo incomparável desenvolvimento e importância reside, em grande parte, em integrar um grande número de novas ciências, ou pelo menos de novos dados tomados de empréstimo às ciências. Ela reivindica a anatomia e a perspectiva, bem como as matemáticas, a meteorologia e a teoria das cores. Como observa Valéry, nada nos é mais distante do que essa espantosa pretensão de Leonardo, que via na pintura o objeto supremo e a mais alta demonstração do saber, pois estava convencido de que a pintura exigia a ciência universal: ele mesmo não recuava diante de uma análise teórica, cuja profundidade e precisão ainda hoje nos desconcertam.

ro de perspectivas bem maior do que o oferecido pela pintura é algo que assinala apenas a outra face dessa situação. Com relação à pintura, a superioridade do cinema reside em permitir analisar melhor o conteúdo dos filmes e assim fornecer um inventário incomparavelmente mais preciso da realidade. Com relação ao teatro, essa superioridade na análise reside em o cinema poder isolar um maior número de elementos constituintes. Esse fato — do qual decorre sua importância capital — tende a favorecer a mútua compenetração entre arte e a ciência. Na realidade, quando se considera uma estrutura perfeitamente ajustada no seio de uma situação determinada (como o músculo no corpo), não se pode determinar o que é mais fascinante se seu valor artístico ou se a exploração científica que dela se pode fazer. Graças ao cinema, e eis uma de suas funções revolucionárias, poder-se-á reconhecer doravante a identidade entre o aspecto artístico da fotografia e seu uso científico, até aqui freqüentemente divergentes.<sup>24</sup>

Realizando o inventário da realidade mediante seus grandes planos, sublinhando os detalhes ocultos em acessórios familiares, explorando meios vulgares sob a genial direção da câmera, o cinema, se por um lado nos faz melhor perceber as necessidades que dominam nossa vida, conduz por outro a abrir um campo de ação imenso e de que não suspeitávamos. Nossos cafés e as ruas de nossas grandes cidades, nossos escritórios e quartos mobiliados, nossas estações e fábricas pareciam aprisionar-nos sem esperança de libertação. Veio então o cinema e, pela dinamite de seus décimos de segundo, explodiu esse universo concentracionário; assim, abandonados em meio aos estilhaços arremessados ao longe, agora empreendemos viagens de aventureiro. Por conta do grande plano, é o espaço que se amplia; por conta da câmera lenta, é o movimento que toma novas dimensões. Assim como a ampliação não tem por única finalidade tornar mais claro o que “sem ela” seria confuso (graças a ela, ao contrário, vemos aparecerem novas estruturas da matéria), tampouco a câmera lenta coloca simplesmente em relevo formas de movimento que já conhecíamos, mas descobre outras formas, perfeitamente desconhecidas, “que não representam absolutamente movimentos rápidos tor-

24. Rudolf Arnheim, op. cit., p. 138.

nados lentos, mas antes aparecem como movimentos fluidos, aéreos, supraterrrestres”.<sup>25</sup>

É bastante claro, conseqüentemente, que a natureza que fala à câmera é inteiramente diversa da que se dirige aos olhos. Diferente, sobretudo, porque substitui o espaço no qual o homem age conscientemente por um espaço onde sua ação é inconsciente. Se é banal analisar, pelo menos globalmente, o modo de andar dos homens, por outro lado, por certo nada sabemos de sua atitude na fração de segundo em que dá um passo. Conhecemos em geral o gesto que fazemos para apanhar um isqueiro ou uma colher, mas ignoramos quase tudo da relação que efetivamente se estabelece entre a mão e o metal, e, ainda mais, as mudanças que introduz nesses gestos a flutuação dos nossos diversos humores. É nesse domínio que a câmera penetra, com todos seus meios auxiliares, com suas subidas e descidas, seus cortes e suas separações, suas extensões de campo e suas acelerações, suas ampliações e reduções. Pela primeira vez, ela nos abre a experiência de um inconsciente visual, assim como a psicanálise nos fornece a experiência do inconsciente instintivo.

25. Segundo a expressão de André Breton, a obra de arte não tem valor senão à medida que é atravessada pelos reflexos do futuro. De fato, toda forma de arte acabada encontra-se no cruzamento de três linhas evolutivas. Em primeiro lugar, elabora a técnica que lhe convém. Antes do cinema, conhecíamos aquelas coleções de fotografias que, sob a pressão do polegar, sucediam-se rapidamente diante de nossos olhos e forneciam a imagem de uma luta de boxe ou de uma partida de tênis; vendiam-se nas lojas jogos automáticos em que o desenvolvimento das imagens era provocado pela rotação de uma manivela. Em segundo, elabora as formas de arte tradicionais, nos diversos níveis de seu desenvolvimento, com o objetivo de aplicá-las aos efeitos que visará, em seguida, a obter, mediante a nova forma de arte. Antes que o cinema se impusesse, os dadaístas, em suas manifestações, visavam introduzir no público um movimento que Chaplin, posteriormente, provocaria de maneira mais natural. Em terceiro, toda forma de arte prepara, sob uma forma freqüentemente invisível, modificações sociais à medida que modifica os modos de recepção, para adaptá-los às novas formas de arte. Antes que o cinema houvesse formado seu público, já um público se agrupava no *Kaiserpanorama* para fruir imagens (que já haviam deixado de ser imóveis). Esse público encontrava-se diante de uma tela móvel em que eram instalados estereoscópios, cada um dos quais orientado para um espectador. Diante desses aparelhos, apareciam automaticamente imagens sucessivas que paravam um instante e logo eram substituídas pela seguinte. Foi ainda com meios análogos que Edison revelou a um pequeno número de espectadores a primeira película filmada (antes da descoberta da tela e da projeção); o público olhava espantado para o aparelho em que se sucediam as imagens. Outrossim, o espetáculo apresentado no *Kaiserpanorama* traduzia, de modo particularmente claro, uma dialética de desenvolvimento. Pouco tempo antes do cinema permitir a visão coletiva das imagens animadas, graças a esse sistema de estereoscópios — logo abandonado — o que dominava ainda era a visão individual, com a mesma força que a contemplação da imagem divina pelo padre em sua cela.

Uma das tarefas essenciais da arte, em todos os tempos, consistiu em suscitar uma demanda, num tempo que não estava maduro para satisfazê-la em plenitude.<sup>26</sup> A história de cada forma de arte comporta épocas críticas, onde ela tende a produzir efeitos que só poderão ser, livremente obtidos após uma modificação do nível técnico, isto é, por meio de uma nova forma de arte. Por isso, os exageros e extravagâncias que se manifestam nas épocas de pretensa decadência nascem, na realidade, do que constitui, historicamente, o centro de forças mais rico da arte. Ainda em data recente, vimos os dadaístas se comprazerem com essas bárbaras manifestações. Somente hoje compreendemos para onde tendia seu esforço: o dadaísmo buscava produzir, com os meios da pintura (e da literatura), os próprios efeitos que o público exige agora do cinema.

Toda vez que aparece uma exigência radicalmente nova, abrindo caminho para o futuro, ela ultrapassava seus propósitos. Assim aconteceu no caso dos dadaístas, à medida que sacrificaram, em proveito de intenções (das quais não estavam conscientes sob a forma em que aqui as descrevemos), valores comerciais que adquiriram, desde então, grande relevância para o cinema. Os dadaístas davam muito menos importância à utilização mercantil de suas obras do que ao fato de que não pudessem elas se transformar em objetos de contemplação. Um de seus meios prediletos para alcançar esse objetivo consistiu no envilecimento sistemático da própria matéria de suas obras. Seus poemas são “saladas de palavras”; contêm obscenidades e todos os detritos verbais imagináveis. O mesmo ocorre com seus quadros, sobre os quais colavam botões e passagens de trem. Chegaram, assim, a despojar radicalmente de qualquer *aura* as produções às quais emprestavam o estigma da reprodução. Diante de um quadro de Arp ou de um poema de Stramm, é impossível se ter, como diante de um quadro de Derain ou de um poema de Rilke, o tempo necessário para se recolher e julgar. Para uma burguesia degenerada, a interiorização tornou-

se uma escola de comportamento associal: com o dadaísmo, a diversão torna-se um exercício de comportamento social.<sup>27</sup> Efetivamente, suas manifestações produziram diversão muito violenta, fazendo da obra de arte objeto de escândalo. Seu objetivo era, sobretudo, chocar a opinião pública. De espetáculo atraente para a vista ou de sonoridade sedutora para o ouvido, a obra de arte, com o dadaísmo, tornou-se choque. Projeta-se contra o espectador ou ouvinte. Adquire um poder traumático. E favorece assim o gosto pelo cinema, que também possui a característica de diversão, graças aos choques provocados no espectador pelas modificações de lugar e de cenário. Basta que se pense na diferença existente entre a tela cinematográfica, na qual se desenrola o filme, e a tela na qual se fixa o quadro! A pintura convida à contemplação; em sua presença, as pessoas abandonam-se às próprias associações de idéias. Nada disso ocorre no cinema; tão logo o olho capta uma imagem, esta já foi substituída por outra; o olhar jamais consegue se fixar. Duhamel — que, apesar de detestar o cinema e de nada compreender de sua significação, percebeu corretamente vários traços de sua estrutura — sublinha esse caráter quando escreve: “Eu já não posso pensar o que quero. As imagens em movimento substituem meus próprios pensamentos.”<sup>28</sup> Com efeito, a sucessão das imagens interdita toda associação no espírito do espectador. É disso que decorre sua influência traumatizante; como tudo o que choca, o filme não pode ser captado senão graças a um esforço mais intenso da atenção.<sup>29</sup> Por sua técnica, o cinema liberou o efeito de choque físico da ganga moral em que o dadaísmo, de certo modo, o havia encerrado.<sup>30</sup>

27. Duhamel, *Scènes de la vie future*, Paris 1930, p. 52.

28. O cinema é a forma de arte que corresponde à vida cada vez mais perigosa, que ao homem de hoje se promete. A necessidade de entregar-se a efeitos de choque é uma adaptação do homem aos perigos que o ameaçam. O cinema corresponde a profundas modificações do aparelho perceptivo, modificações que hoje, na escola da vida privada, experimenta o primeiro passageiro que chega à rua de uma grande cidade, e que, na escola da história, experimenta um cidadão qualquer de um Estado contemporâneo.

29. Se o cinema se esclarece à luz do dadaísmo, esclarece-se igualmente, de modo substancial, à luz do cubismo e do futurismo. Estes dois movimentos aparecem como tentativas insuficientes feitas pela arte para levar em conta, a seu modo, a intrusão dos aparelhos na realidade. Diferentemente de cinema, não utilizaram estes aparelhos para dar uma representação artística do real; o que fizeram foi, de certo modo, aliar a representação do real à da aparelhagem. Explica-se assim o papel preponderante que desempenha, no cubismo, o pressentimento de uma construção desta aparelhagem, repousando num efeito óptico, bem como, no futurismo, o pressentimento dos efeitos desta aparelhagem, tais como o cinema os evidenciará por causa do rápido desenrolar da película.

30. Duhamel, op. cit., p. 58.

26. O arquétipo teológico dessa interiorização é a consciência de estar só em face de Deus. Nas grandes épocas da burguesia, esta consciência tornou o homem bastante forte para sacudir a tutela da Igreja; na época de sua decadência, a mesma consciência devia favorecer no indivíduo uma secreta tendência a privar a comunidade das forças que ele acionava em sua relação privada com seu Deus.

A massa é uma matriz de onde brota, atualmente, todo um conjunto de novas atitudes em face da obra de arte. A quantidade tornou-se qualidade. O crescimento maciço do número de participantes transformou seu modo de participação. Que essa participação apareça inicialmente sob forma depreciativa, é algo que não deve absolutamente enganar o observador do processo. Pois são numerosos os que, não tendo ainda superado esse aspecto superficial das coisas, denunciaram-no apaixonadamente. As críticas de Duhamel são as mais radicais. O que ele observa sobre o cinema diz respeito a esse modo de participação que o filme desperta nos espectadores. Escreve Duhamel:

“É um divertimento de ilhotas, um passatempo de analfabetos, de criaturas miseráveis, esgotadas pelas suas necessidades e preocupações [...], um espetáculo que não requer nenhum esforço, que não supõe nenhuma continuidade nas idéias, não levanta nenhum problema, não desperta nenhuma paixão, não faz brilhar no fundo dos corações nenhuma luz, não excita nenhuma esperança, senão aquela, ridícula, de ser um dia ‘star’ em Los Angeles.”<sup>31</sup>

Como facilmente se percebe, no fim das contas, aqui, se reencontra a velha lamentação: as massas buscam diversão, mas a arte exige recolhimento. É um lugar-comum. Mas cabe perguntar se ele oferece uma boa perspectiva para compreender o cinema. É preciso olhá-lo de mais perto. Para traduzir a oposição entre diversão e recolhimento poder-se-ia dizer o seguinte: quem se recolhe diante de uma obra de

arte é envolvido por ela, penetra nela tal como o pintor chinês que, segundo a lenda, perdeu-se na paisagem que acabava de pintar; no caso da diversão, ao contrário, é a obra de arte que penetra na massa. Nada mais significativo, a esse respeito, que um edifício. Em todas as épocas, a arquitetura nos apresentou modelos de uma obra de arte só fruída na diversão e de modo coletivo. As leis dessa fruição são as mais ricas em ensinamentos.

Desde a Pré-história, os homens são construtores. Muitas formas de arte nasceram e, em seguida, desapareceram. A tragédia apareceu com os gregos para morrer com eles e não reaparecer senão muitos séculos mais tarde; e reaparecer apenas sob a forma de “regras”. O poema épico, que data da juventude dos povos, desapareceu na Europa em fins do Renascimento. O quadro nasceu na Idade Média e nada garante que deva durar indefinidamente. Mas a necessidade que têm os homens de habitar é permanente. A arquitetura jamais conheceu paralisações. Sua história é mais longa que a de qualquer outra arte e não devemos perder de vista seu modo de ação se queremos considerar a relação que liga as massas com a obra de arte. Há duas maneiras de fruir um edifício: pode-se utilizá-lo e pode-se contemplá-lo. Em palavras mais precisas, a fruição pode ser tátil ou visual. Desconhece-se inteiramente o sentido dessa fruição se apreciarmos tão-somente a atitude recolhida que adotam, por exemplo, a maioria dos viajantes em visita a monumentos célebres. Na ordem tátil, não existe nada, com efeito, que corresponda ao que a contemplação representa no domínio visual. A fruição tátil faz-se menos por via da atenção do que por via do hábito. No que respeita à arquitetura, é esse hábito que determina igualmente, em larga medida, a fruição visual. Ela consiste muito menos num esforço de atenção que numa tomada de consciência acessória. Mas, em determinadas circunstâncias, essa espécie de fruição ganha um valor canônico. Com efeito, nenhuma das tarefas que se impõem aos órgãos receptivos do homem, quando das grandes reviravoltas da história, é resolvida por via visual, isto é, pela contemplação. Para que isso ocorra, paulatinamente, é preciso recorrer à fruição tátil, ao hábito.

Ora, o homem que se diverte também pode adquirir hábitos; ou mais precisamente: é óbvio que ele não pode realizar certas tarefas, no estado de distração, senão quando elas se lhe tornaram habituais. Mediante essa espécie de divertimento, que tem por finalidade nos pro-

31. É preciso sublinhar aqui, com referência sobretudo aos jornais filmados, cujo valor propagandístico não pode ser subestimado, uma circunstância técnica de particular importância. À reprodução em massa, com efeito, corresponde uma reprodução das massas. Nos grandes cortejos festivos, nos gigantescos comícios, nas manifestações esportivas que agrupam multidões, finalmente na guerra, isto é, em todas as oportunidades em que hoje opera o aparelho que executa as filmagens, a massa pode se ver a si própria face a face. Esse processo, do qual é inútil sublinhar a importância, é estreitamente ligado ao desenvolvimento das técnicas de reprodução e de registro. Em geral, o aparelho capta melhor os movimentos de massa do que pode fazê-lo o olho humano. Imagens de milhares de homens não são bem captadas senão de uma perspectiva aérea. E, mesmo se o olhar humano puder captá-las tão bem quanto o aparelho, não pode ampliar, como faz a máquina, a imagem que se lhe oferece. Noutras palavras, os movimentos de massa, inclusive a guerra, representam uma forma de comportamento humano que corresponde muito particularmente à técnica dos aparelhos.

porcionar, a arte nos confirma, implicitamente, que nosso modo de percepção é hoje capaz de responder a novas tarefas. Outrossim, dado que o indivíduo conserva a tentação de recusar tais tarefas, a arte enfrentará as mais importantes a partir de quando puder mobilizar as massas. É o que faz atualmente por meio do cinema. Essa forma de recepção mediante o divertimento, cada vez mais evidente hoje em todos os domínios da arte, e que é em si mesma um sintoma de importantes modificações nos modos de percepção, encontrou no cinema seu melhor campo de experiência. Por seu efeito de choque, o filme corresponde a essa forma de recepção. Se ele rejeita basicamente o valor cultural da arte, não é apenas porque transforma cada espectador em especialista, mas porque a atitude desse especialista não exige de si nenhum esforço de atenção. O público das salas escuras é indubitavelmente um examinador, mas um examinador que se distrai.

#### EPÍLOGO

A proletarização crescente do homem contemporâneo e a progressiva importância das massas são dois aspectos do mesmo processo histórico. O fascismo pretende organizar as massas sem alterar o regime da propriedade, que as massas tendem, todavia, a rejeitar. Acredita superar essa dificuldade permitindo às massas expressar-se (mas sem reconhecer seus próprios direitos). As massas têm o direito de exigir uma transformação do regime de propriedade; o fascismo quer permitir que se expressem, mas conservando esse regime. O resultado é que tende, naturalmente, a uma estetização da vida política. A essa violência que se faz às massas, quando se lhes impõe o culto de um chefe, corresponde a violência sofrida por uma aparelhagem quando é colocada a serviço dessa religião.

Todos os esforços para estetizar a política culminam num único ponto. Esse ponto é a guerra. A guerra, e tão-somente a guerra, pode fornecer um objetivo aos grandes movimentos de massa, sem entretanto tocar no estatuto da propriedade. É assim que as coisas podem ser traduzidas em linguagem política. Em linguagem técnica, elas serão assim formuladas: só a guerra permite mobilizar todos os meios técnicos de nosso tempo sem nada alterar no regime da propriedade. É óbvio que o fascismo em sua glorificação da guerra não utiliza tais argumen-

tos. É entretanto muito instrutivo olhar nos textos que servem a essa glorificação. No manifesto de Marinetti sobre a guerra da Etiópia, lemos, com efeito:

Há 27 anos, nós futuristas insurgimo-nos contra a idéia de que a guerra seria antiestética [...] Eis por que afirmamos o seguinte: a guerra é bela, pois, em virtude das máscaras contra gases, do terrificante megafone, dos lança-chamas e dos carros de assalto, funda a soberania do homem sobre a máquina subjugada. A guerra é bela porque realiza, pela primeira vez, o sonho de um homem com o corpo metálico. A guerra é bela porque enriquece o prado florido com as orquídeas flamejantes que são as metralhadoras. A guerra é bela porque reúne, para compor uma sinfonia, a fuzilaria, o fogo dos canhões, a pausa entre os tiros, os perfumes e os odores da decomposição. A guerra é bela porque cria novas arquiteturas, como a dos tanques, das esquadrilhas aéreas em formas geométricas, das espirais de fumo subindo das cidades incendiadas e muitas outras ainda [...]. Escritores e artistas futuristas, lembrai-vos destes princípios fundamentais de uma estética de guerra, para que assim se esclareça [...] vosso combate por uma nova poesia e uma nova plástica!<sup>32</sup>

Esse manifesto tem a vantagem de dizer bem o que pretende dizer. O próprio modo pelo qual o problema é nele posto merece ser acolhido pelo dialético. Para ele, a estética da guerra apresenta-se do seguinte modo: quando o uso natural das formas produtivas é paralisado pelo regime da propriedade, o crescimento dos meios técnicos, dos ritmos, das fontes de energia, tende a um uso antinatural. Esse uso antinatural é a guerra, a qual — pelas destruições que traz — demonstra que a sociedade não estava bastante madura para fazer da técnica o seu órgão, que a técnica não estava bastante elaborada para dominar as forças sociais elementares. A guerra imperialista, com suas atrozes características, tem por causa determinante a defasagem entre a existência de poderosos meios de produção e a insuficiência de seu uso para fins produtivos (noutras palavras, o desemprego e a ausência de mercados). A guerra imperialista é uma revolta da técnica, que reclama sob a forma de “material humano” o que a sociedade lhe arrancou como matéria natural. Em vez de canalizar os rios, dirige o caudal humano para o leito das trincheiras; em vez de usar seus aviões para semear a

32. Publicado em *La Stampa* de Turim.

terra, espalha bombas incendiárias sobre as cidades; no uso bélico do gás, encontrou um novo meio de acabar com a *aura*.

*Fiat ars, pereat mundus*: é essa a palavra de ordem do fascismo, que, como Marinetti o reconhece, espera obter na guerra a satisfação artística de uma percepção sensível modificada pela técnica. Reside aí, evidentemente, a perfeita realização da arte pela arte. Na época de Homero a humanidade se oferecia em espetáculo aos deuses do Olimpo; ela agora se converteu no seu próprio espetáculo. Tornou-se tão alienada de si mesma que consegue viver sua própria destruição como um prazer estético de primeira ordem. A resposta do comunismo é politizar a arte.

*Tradução de Carlos Nelson Coutinho*

## A ARTE NA SOCIEDADE UNIDIMENSIONAL

*Herbert Marcuse*

## COMENTÁRIO

Herbert Marcuse é hoje o nome mais famoso entre os participantes do grupo alemão que, antes da ascensão do nazismo, formava o grupo depois conhecido como a Escola de Frankfurt. Desde a década de 1940 radicado nos EUA, Marcuse sobreviveu, ao contrário de Brecht, Adorno e Horkheimer, à fobia macartista, fato que se interpreta como efeito de, praticando matéria pouco visada, a filosofia, deixou de estar em foco. O texto que incluímos, inédito em livro (a não ser em coletânea reunida em italiano), foi publicado em maio de 1967 pela revista *Art Directions* de Nova York. Nele o autor concentra na arte as teses que o popularizaram: a poderosa sociedade capitalista de hoje desfaz a esperança clássica de poder ser vencida pela classe social que explora. O proletariado foi absorvido ou anestesiado pelo *establishment*. As forças de contestação não de ser recrutadas entre os diversos *lumpen* — não mais em sentido forçosamente econômico — disseminados pela sociedade. Acusado furiosamente pela direita e pela esquerda, uns o acusando de porta-voz dos desagregadores dos valores da civilização, outros o tomando como um conformista que procura resguardar sua boa consciência, a obra de Marcuse tem sido uma pedra no sapato dos que não pretendem rever suas premissas, nem mesmo para as revalidar. Como pensador político, sem dúvida, Marcuse sofre na carne as deficiências apontadas em todo o grupo de Frankfurt (com exceção de Benjamin):

a incapacidade de formular esboço de saída viável para o impasse que verificam. No seu caso em particular, essa deficiência é acrescentada pela recorrência a uma imagem simplista de o que seria a sociedade de fato humanizada: *habitat* onde se apaziguariam os instintos de agressividade e onde o princípio de realidade deixaria de se sobrepor, repressivo, ao instinto de prazer. É o que, como já o chamou J. G. Merquior (em *Arte e sociedade*, Adorno, Benjamin, Marcuse, 1969), a estetização da vida, com o que não operacionaliza nem a luta na vida (a política), nem melhor entende o fenômeno da arte. Embora assim reconheçamos, seu texto representa um dos momentos significativos da reflexão contemporânea sobre a função atual da arte. Enquanto o liberalismo burguês a esta confiou uma zona intacta, a “reserva florestal” onde a colocava, a arte conheceu um alibi para ser mantida. No momento porém em que o artista toma consciência de sua posição de múmia sacralizada, correlato à busca da sociedade industrial em “cultivar” suas reservas florestais — veja-se por exemplo a remodelação das relações do Estado com a mais típica reserva florestal do liberalismo, as universidades — a arte se pergunta sobre sua razão de ser e encontra dificuldade em se responder. Qual outro seria o fundo de que parte o *Doktor Faustus* de Thomas Mann? A danação de Adrian Leverkühn indica o extravio do artista onde mal cabe. Marcuse parte do pressuposto de que todos perdemos o barco. Sua tentativa: a busca de descobrir outro. Daí que valorize, na esteira dos formalistas russos, o efeito de estranhamento da linguagem na arte, sua linguagem revolucionária — ou seja, a da arte de vanguarda —, como a competente em seu campo, o da expressão, em negar o poder da repressividade instalada no próprio discurso com que nos pensamos. Não se trata de converter a arte em panacéia. Ela sozinha será um parafuso que gira no vazio. Trata-se de conscientizar (e saber os limites) sua função; como parcela, ela será relevante. Implicitamente, assim, Marcuse concorda com Adorno no elogio da arte “superior” e na abjuração da arte industrializada. E, em comum, os dois divergem do texto de W. Benjamin, em que se mostra que a linguagem revolucionária da arte exige a transformação correlata dos padrões de julgamento estético. Adorno, hipoteticamente, concorda com o postulado, mas não o pratica; Marcuse não o levanta sequer.

LCL

## A ARTE NA SOCIEDADE UNIDIMENSIONAL

*Herbert Marcuse*

A título de introdução pessoal, gostaria de contar como cheguei a sentir a necessidade de ocupar-me do fenômeno da arte. Uso o termo “arte” em seu sentido mais geral, englobando tanto a literatura e a música quanto as artes figurativas. Do mesmo modo, pretendo referir por “linguagem” (da arte, a linguagem artística) não apenas a da palavra mas ainda a da pintura, da escultura e da música.

Isso aconteceu por uma espécie de não-esperança ou desespero. Desespero ao perceber que toda a linguagem, toda a linguagem prosaica e particularmente a linguagem tradicional, de algum modo parece ter morrido. Ela me parece incapaz de comunicar o que hoje está acontecendo, arcaica e obsoleta em confronto com alguns dos resultados e com a força da linguagem poética e artística, especialmente no contexto da oposição contra essa sociedade, entre a juventude sublevada e rebelde do nosso tempo. Quando assisti e participei de suas demonstrações contra a Guerra do Vietnã, quando os ouvi cantar as canções de Bob Dylan, senti de algum modo, e isto é muito difícil de definir, que esta é na verdade a única linguagem revolucionária que hoje nos resta.

Isso pode soar romântico, e muitas vezes me censuro por ser talvez demasiado romântico em avaliar o poder radical, liberador da arte. Recordo a observação usual, expressa há muito tempo, acerca da inutilidade e talvez mesmo da culpabilidade da arte: o Partenon não valia o

sangue e as lágrimas de um só escravo grego. Igualmente leviana é a afirmação contrária de que somente o Partenon justificou a sociedade escravocrata. Bem, qual das duas afirmações é a correta? Se observo a sociedade e a cultura ocidentais de hoje, o massacre e a brutalidade totais em que ela se empenha, parece-me que a primeira afirmação é, talvez, mais correta que a segunda. Entretanto, a sobrevivência da arte pode vir a ser o único elo frágil que hoje conecta o presente com a esperança do futuro.

Em muitas das discussões que tive, levantou-se a questão da sobrevivência da arte em nossos tempos. Questionava-se a própria possibilidade da arte, a verdade da arte. Ela era questionada por conta do caráter totalitário de nossa sociedade afluyente, que, com facilidade, absorve todas as atividades não-conformistas e que, em virtude desse mesmo fato, invalida a arte como comunicação e representação de um mundo outro que o do *establishment*. Gostaria de discutir aqui se este ponto de vista é realmente correto, se a sociedade fechada, a sociedade onipresente e esmagadora em que hoje vivemos, se essa é, de fato, a razão da agonia da arte em nossos tempos. A questão levantada envolve a questão mais ampla do elemento histórico de toda a arte. Se examinamos esse elemento histórico na arte, seremos levados a dizer que a crise atual da arte faz simplesmente parte da crise geral da oposição política e moral à nossa sociedade, de sua inabilidade em definir, nomear e comunicar as metas da oposição a uma sociedade que, afinal de contas, entrega suas mercadorias. Entrega as mercadorias em maior proporção e talvez mesmo melhor do que nunca, e exige, para essa finalidade, o constante sacrifício de vidas humanas: morte, mutilação, escravatura. Mas isso ocorre a suficiente distância, de modo que realmente não toca muito à maioria de nós.

Os conceitos tradicionais e as palavras tradicionais usadas para designar uma sociedade melhor, ou seja, uma sociedade livre (e a arte tem algo a ver com a liberdade), parecem despojados de significado hoje em dia. São inadequados em comunicar o que homens e coisas possam ser e devem ser. Esses conceitos tradicionais se referem a uma linguagem que ainda é a de uma época pré-tecnológica e pré-totalitária em relação àquela em que vivemos. Não contêm a experiência das décadas de 1930, 40 e 60, e sua própria racionalidade parece militar contra a nova linguagem que pode ser capaz de comunicar o horror daquilo que é e a promessa daquilo que pode ser. Assim, desde os anos

30, encontramos a busca intensificada e metódica de uma linguagem nova, de uma linguagem poética como linguagem revolucionária, de uma linguagem artística como linguagem revolucionária. Isso implica o conceito da *imaginação* como faculdade cognitiva, capaz de transcender e romper o feitiço do *establishment*.

Nesse sentido, a tese surrealista, que se desenvolveu por este período, eleva a linguagem poética ao nível da única linguagem que não sucumbe a envolvente linguagem falada pelo *establishment*, uma metalinguagem de negação total — negação total que transcende mesmo a própria ação revolucionária. Noutros termos, a arte pode cumprir sua função revolucionária interna somente se ela própria não se torna parte de qualquer *establishment*, inclusive o *establishment* revolucionário. Isso, acredito eu, é muito claramente apresentado em uma declaração de Benjamin Péret, feita em 1943: “O poeta não mais pode ser reconhecido como tal a menos que oponha ao mundo em que vive um não-conformismo total. Volta-se contra todos, incluindo os revolucionários que se colocam apenas na arena política, que, por isso, é arbitrariamente isolada do conjunto do movimento cultural. Esses revolucionários assim proclamam a submissão da cultura ao êxito da revolução social.”

Em contraste, os surrealistas proclamam a submissão da revolução social à verdade da imaginação poética. Essa tese surrealista, contudo, é não-dialética à medida que minimiza o grau de falsidade e logro gerais de que a própria linguagem poética está infestada e infectada; ela não permanece pura. E o surrealismo há muito se tornou uma mercadoria vendável.

A arte, contudo, malgrado essa infecção e absorção, permanece. A linguagem da imaginação permanece linguagem de desafio, de acusação e protesto. Lendo um artigo na revista *Ramparts* sobre a Cruzada das crianças e sobre Bob Dylan, encontrei os versos seguintes de um poema de Arthur O’Shaughnessy. Não tinha a menor idéia de quem fosse Arthur O’Shaughnessy. Disseram-me que se tratava de um poeta na verdade muito ruim e para meu horror vi que o mesmo poema de O’Shaughnessy é extensamente citado no livro azul da John Birch Society. Mas apesar de tudo, e isso pode mostrar como é pequeno meu conhecimento sobre arte, eu gosto desses versos. Penso que eles dizem algo e que dizem algo importante e não me envergonho de repeti-los:

*One Man with a Dream, at Pleasure  
Shall go forth and conquer a crown;  
And three with a new song's measure  
Can trample an empire down*

À parte o mérito poético desses versos (pelo menos eles rimam), são simplesmente falsos e incorretos. Pois o que de fato aconteceu foi as cruzadas das crianças, desde a Idade Média, terem sido esmagadas pelos impérios, e não vice-versa, como os versos pretendem dizer. Contudo, apesar disso, os poemas e as canções persistem; as artes permanecem e parecem mesmo assumir uma nova forma e uma nova função: ou seja, querem ser, consciente e metodicamente, a antiarte do absurdo, da destruição, da desordem, da negação. E hoje, em um mundo em que o sentido e a ordem, o “positivo”, têm de ser impostos por todos os meios possíveis de repressão, as artes por si mesmas assumem uma posição política: a posição do protesto, da repulsa e da recusa.

Esse conteúdo político e objetivo da arte deve, por outro lado, afirmar-se até mesmo onde, em vez da forma de ruptura, negação e absurdo, são revividas formas clássicas e tradicionais; o celebrar do amor e da liberdade legítimos na poesia da Resistência francesa — a poesia que Péret rejeita. Parece que hoje entram na arte elementos (e hoje aí entram elementos mais do que nunca) que, usualmente, foram considerados estranhos e alheios à arte e que a arte, por si mesma, em seu desenvolvimento interior e em seus processos, tende para a dimensão política, sem abandonar a forma específica de arte. Nesse processo dinâmico, a dimensão estética vai perdendo seu simulacro de independência, de neutralidade. Ou antes, a situação histórica da arte a tal ponto tem mudado que a pureza e mesmo a possibilidade da arte *como arte* se tornam questionáveis. O artista é impelido a formular e a comunicar uma verdade que parece incompatível com a forma artística e inacessível a ela.

Disse que a arte hoje responde à crise de nossa sociedade. Encontram-se em jogo não só alguns aspectos e formas do sistema de vida estabelecido, mas o sistema como totalidade, e a emergência de necessidades e satisfações qualitativamente diferentes, de novos objetivos. A construção de uma ambiência técnica e natural qualitativamente nova, por parte de um tipo essencialmente novo de ser humano, pare-

ce necessária; a era da barbárie e da brutalidade avançada não deve continuar para sempre.

Isso significa que a arte deve encontrar a linguagem e as imagens capazes de comunicar essa necessidade *como sua própria*. Pois é impossível imaginar que novas relações entre homens e coisas jamais possam surgir se os homens continuam a ver as imagens e a falar a linguagem da repressão, da exploração e da mistificação. O novo sistema de necessidades e de metas pertence ao reino da experiência possível: podemos defini-lo nos termos da negação do sistema estabelecido, ou seja, formas de vida, um sistema de necessidades e de satisfações em que os instintos agressivos, repressivos e de exploração sejam subjugados pela energia sensual e apaziguante dos instintos vitais.

Qual pode ser então o papel da arte no desenvolvimento e realização da idéia de tal universo? A negação definitiva da realidade estabelecida seria um universo “estético”, estético no duplo sentido de pertencente à sensibilidade e à arte, ou seja, a capacidade de receber a impressão da forma: formas belas e agradáveis como o modo possível de existência de homens e coisas. Acredito que a imagem e a realização imaginária de tal universo é a finalidade da arte, que a linguagem da arte fala de tal universo sem nunca ser capaz de alcançá-lo e que a razão e a verdade da arte foram definidas e validadas pela própria irrealidade e inexistência de seu objetivo. Noutras palavras, a arte poderia realizar-se somente permanecendo ilusão e criando ilusões. Contudo — e este é, penso eu, o significado da situação presente da arte, da arte hoje —, pela primeira vez na história, é ela confrontada com a possibilidade de modos inteiramente novos de realização. Ou melhor, o lugar da arte no mundo está mudando, e a arte hodierna vem-se transformando em um fator potencial na construção de uma nova realidade, perspectiva que poderia significar o cancelamento e a transcendência da arte, no momento da realização de seu próprio fim.

A fim de que se faça mais claro o que estou querendo dizer, discuto em primeiro lugar em que sentido a arte é uma faculdade cognitiva dotada de uma verdade intrínseca e em que sentido a linguagem da arte revela uma verdade oculta e reprimida. Sugerirei que a arte, em sentido extremo, fala a linguagem da descoberta.

A arte (em primeiro lugar, mas não exclusivamente as artes figurativas) descobre que existem *coisas*; coisas e não meros fragmentos e partes da matéria para serem manipulados e usados arbitrariamente, mas

“coisas em si”; coisas que “pedem” algo, que sofrem e que se rendem ao domínio da forma, o que vale dizer, coisas que são intrinsecamente “estéticas”. A arte assim descobre e libera o domínio da forma sensível, o prazer da sensibilidade, em contraposição ao caráter do falso, do informe e do torpe na percepção, fatores repressivos da verdade e do poder da sensibilidade, da dimensão sensível como dimensão erótica.

Cito um dos grandes críticos “formalistas” russos, que, no tempo da revolução bolchevista, escreveu:<sup>1</sup> “A arte existe de modo a transmitir a sensação da vida, para fazer sentir o objeto, para que se experimente uma pedra ser uma pedra. A finalidade da arte é a sensação do objeto como visão e não como objeto familiar. A ‘arte singulariza os objetos’; obscurece as formas familiares e incrementa a dificuldade e a duração da percepção. Na arte, o ato perceptivo é um fim em si mesmo e deve ser prolongado. A arte é um meio de experimentar o devir do objeto: aquilo que ele já é, na arte é despojado de importância.” O processo artístico é assim a “liberação do objeto do automatismo da percepção”, que distorce e restringe o que as coisas são e o que as coisas podem ser. Conformemente, podemos dizer que a arte descobre e cria uma nova imediação, que emerge apenas com a destruição do velho. A nova imediação é alcançada por um processo de lembrança: imagens, conceitos, idéias há muito sabidas encontram, na obra de arte, sua representação sensível e sua verificação.

Parece-me que a arte como cognição e lembrança depende em grande medida da potência estética do *silêncio*: o silêncio da tela e da estátua; o silêncio que permeia a tragédia; o silêncio entre o qual a música é escutada. Silêncio como meio de comunicação, quebra do familiar; silêncio não apenas em algum lugar ou tempo reservado para a contemplação, mas como dimensão integral que existe sem ser usada. O ruído é sempre o companheiro da agressão organizada. O eros narcisista, primeiro estágio de toda energia erótica e estética, procura acima de tudo a tranquilidade. Essa é a tranquilidade em que os sentidos podem perceber e escutar o que é supresso nas atividades e divertimentos cotidianos, em que podemos realmente ver, ouvir e sentir o que somos e o que são as coisas.

1. A passagem citada pertence a ensaio de Victor Chklovski, *A arte como técnica*, publicado originalmente em 1917, um dos manifestos, talvez o mais importante, do movimento formalista russo. (N. do T.)

Estas proposições podem indicar em que medida a dimensão estética é uma dimensão potencial da própria realidade e não apenas da arte, como oposta à realidade. Podemos assim dizer que a arte se encaixa para sua própria realização. A arte está comprometida com a sensibilidade: nas formas artísticas, as necessidades biológicas e instintivas reprimidas encontram sua representação — tornam-se “objetivas” no projeto de uma realidade diferente. A “estética” é uma categoria existencial e sociológica, e, como tal, não se acrescenta à arte de fora para dentro, mas pertence à arte enquanto tal.

Mas então surge a questão: por que o conteúdo biológico e existencial da “estética” tem sido sublimado no reino ilusório e irreal da arte, em vez de na transformação da *realidade*? Há porventura alguma verdade na afirmação vulgar de que a arte, como ramo especial da atividade criadora, divorciada da produção material social, pertence ao que Marx chamou a “pré-história” da humanidade”, ou seja, à história do homem antes de sua liberação em uma sociedade livre? E é esse o motivo por que toda uma dimensão da realidade permaneceu “imaginária” “ilusão”? Tentar-me-ia levantar uma pergunta correlata: talvez não terá chegado o tempo de liberar a arte de seu confinamento em mera arte, em ilusão? Não terá chegado o momento de unir a dimensão estética e política, de preparar o terreno, no pensamento e na ação, para fazer da sociedade uma obra de arte? Talvez, nesse sentido, não se justifica historicamente o conceito da “morte da arte”? As realizações da civilização tecnológica não indicam a transformação possível da arte em técnica e da técnica em arte? No sentido realmente completo de uma experiência controlada com a natureza e com a sociedade, para conceder à natureza e à sociedade sua forma estética, o que vale dizer, a forma de um universo pacificado e harmonioso?

Por certo, o conceito de “arte política” é monstruoso e a arte por si nunca poderia cumprir essa transformação, podendo, entretanto, liberar a percepção e a sensibilidade necessitadas para a transformação. E, uma vez uma mudança social houvesse ocorrido, a arte, forma da imaginação, poderia guiar a construção da nova sociedade. E, à medida que os valores estéticos são os valores não agressivos por excelência, a arte como tecnologia e como técnica também viria a implicar a emergência de uma nova racionalidade na construção de uma sociedade livre, isto é, a emergência de novos modos e de novas metas do próprio progresso técnico.

Aqui, contudo, gostaria de inserir uma advertência. Qualquer tentativa de explicar as categorias estéticas em termos de sua aplicação à sociedade, à construção da ambiência social, quase inevitavelmente sugere a impostura das campanhas de edulcoramento ou o horror do realismo soviético. Devemos recordar: a realização da arte como princípio de reconstrução social *pressupõe* mudanças sociais fundamentais. O que está em jogo não é o embelezamento do que existe, mas sim a reorientação total da vida em uma nova sociedade.

Referi-me ao poder cognitivo da arte, nesse contexto, da arte que exprime e comunica um modo específico de percepção, de conhecimento, de compreensão, até mesmo de ciência, da arte que comunica uma verdade específica aplicável à realidade. Noutras palavras, usei mais de uma vez o conhecido clichê do parentesco entre a verdade e a beleza. Discutindo esse clichê, quero levantar a seguinte questão: por que a definição tradicional da arte em termos de beleza, quando uma grande parcela da arte, e da grande arte, é exatamente a negação da beleza? A tarefa do belo é talvez preparar a mente para a verdade ou se afirma que a afinidade entre a verdade e a beleza denota a harmonia entre a sensibilidade e o entendimento, entre o sensível e a razão? Mas então recordamos que a atividade sensível e a razão, que a receptividade para a beleza e a atividade do conhecimento antes parecem opostos que semelhantes. O conhecimento da verdade é, na maioria dos casos, terrível e doloroso e a verdade, por sua vez, pode ser chamada de bela apenas de maneira sublimada, altamente dessensualizada, se, por exemplo, falamos da beleza de uma solução matemática. Ou talvez se entende por beleza o meio sensorial de uma verdade outra e ainda não realizada, a saber, a harmonia entre o homem e a natureza, a matéria e o espírito, a liberdade e o prazer, que, na verdade, seria o fim da pré-história do homem? Hegel, em sua *Estética*, tem a visão de um estado do mundo em que a natureza inorgânica e orgânica, as coisas e os homens participem de uma organização racional da vida, em que a agressão foi aplacada pela harmonia entre o geral e o particular. Não é essa também a visão da sociedade como uma obra de arte, como a realização histórica da arte?

Essa imagem da arte como técnica no construir ou no guiar a construção da sociedade requer a inter-relação da ciência, da técnica e da imaginação para construir e sustentar um novo sistema de vida. A técnica como arte, como construção do belo, não como belos objetos ou

belos lugares, mas como a forma de uma totalidade da vida — sociedade e natureza. O belo como forma dessa totalidade nunca pode ser natural, imediato; deve ser criado e mediado pela razão e pela imaginação com a máxima precisão. É assim o resultado de uma técnica, mas de uma técnica que é o oposto da tecnologia e da técnica que dominam as sociedades repressivas de hoje, isto é, uma técnica liberta do poder destrutivo que experimenta homens e coisas, espírito e matéria como simples matéria de fracionamento, de combinação, de transformação, de consumo. Ao invés, a arte — técnica — liberaria as potencialidades da matéria, que protegem e reforçam a vida; seria governada por um princípio de realidade que subjugasse, na escala social, a energia agressiva pela energia dos instintos vitais. Em virtude de que qualidade, porém, a beleza é, em potência, capaz de neutralizar o poder destrutivo dos instintos agressivos e de desenvolver a sensibilidade erótica?

O belo parece situado numa posição intermédia entre os objetivos não-sublimados e os sublimados; não é parente estreito do impulso não-sublimado; ele é antes a manifestação sensível de algo diverso do sensível. É esta, penso, a definição tradicional da beleza, em termos de forma.

Qual é o cômputo efetivo da forma? A forma dispõe, determina e confere ordem à matéria, de modo a conceder-lhe um fim. Fim no sentido literal, ou seja, estabelece limites definidos dentro dos quais a força da matéria consegue delinear-se nos termos de realização e completude. A matéria assim formada pode ser orgânica ou inorgânica, forma de uma face, forma de uma vida, forma de uma pedra ou de uma mesa, mas também forma de uma obra de arte. E tal forma é bela à medida que corporifica essa pacificação da violência, da desordem e da força. Uma forma tal é ordem, até mesmo supressão, mas a serviço da sensibilidade e da alegria.

Ora, se a forma é nesse sentido essencial à arte e se o belo é o elemento morfológico essencial da arte, seguir-se-ia que a arte, em sua própria estrutura, é falsa, enganadora e auto-ilusória; a arte é, na verdade, uma ilusão: apresenta como existente aquilo que não é. Por isso a arte agrada; provê a realidade miserável de uma gratificação substitutiva. O clichê da gratificação substitutiva contém mais do que uma simples semente de verdade. Não me refiro aqui à psique do artista, sugiro sim que a própria estrutura da arte é substitutiva. Essa estrutura substitutiva modelou a relação da arte com o receptor, com o consumidor. São, de modo preciso, as mais autênticas obras de arte que teste-

munham essa função objetivamente substitutiva característica da arte. O grande artista pode capturar toda a amargura e horror, todo o desespero e tristeza da realidade — tudo isso se converte em beleza, mesmo gratificante, graças à própria forma artística. E é apenas por essa transfiguração que a arte mantém vivas a pena, a dor e o desespero, os mantém vivos, transformando-os em elementos de beleza e de eterno regozijo. Assim uma *catarse*, uma purificação, realmente ocorre na arte, que pacifica a fúria da rebelião e da denúncia e que torna o negativo em afirmativo. A capacidade mágica do artista acalma seja o horror, seja a alegria: conversão da dor em deleite e prazer, conversão do aleatório em valor duradouro, custodiado na mansão do tesouro da cultura, que, em tempos de guerra, é transferida para os subterrâneos, para voltar à luz quando o massacre houver findado.

A arte não se afirma sem essa transfiguração e afirmação. Não pode romper com a *catarse* mágica da forma; não pode dessublimar o horror e a alegria. Essa tela que nada representa ou tão-só um fragmento da realidade é ainda uma tela, com sua forma significativa mesmo se despojada de forma, mercadoria potencial para o mercado. Doutr lado, a dessublimação não seria de nenhuma ajuda. Tal dessublimação pode obliterar a diferença entre a metalinguagem da arte e a linguagem ordinária. Pode capturar e orgulhar-se da captura de *happenings* de cama e bidê, mas o choque há muito se gastou e o produto é comprado e absorvido. De um ou de outro modo, na disposição das linhas, no ritmo, no contrabandear os elementos transcendentais da beleza, a forma artística afirma-se a si mesma e nega a negação. A arte parece condenada a permanecer arte, cultura para um mundo e em um mundo de terror. A antiarte mais selvagem permanece de frente à tarefa impossível de ornamentar e dar forma ao terror. Parece-me que a cabeça de Medusa é o eterno símbolo adequado à arte: o terror como beleza; o terror captado na forma gratificante do objeto magnífico.

Hoje é diversa a situação da arte? A arte tornou-se incapaz de criar e de encarar a cabeça de Medusa? O que vale dizer, de todo incapaz de encarar-se a si mesma? Já se disse que é impossível escrever poemas depois de Auschwitz; a magnitude do terror hoje desafia todas as formas, mesmo a forma do informe.

Minha pergunta, entretanto, é a seguinte: o terror da realidade alguma vez impediu a criação da arte? A escultura grega e a arquitetura coexistiram pacificamente com o horror da sociedade escravocrata.

Os grandes romances de amor e aventura da Idade Média coincidiram com o massacre dos albigenses e com a tortura da Inquisição; e as tranquilas paisagens dos impressionistas coexistiram com a realidade representada em *Germinal* e em *Débauche* de Zola.

Ora, se isso é verdade, e se não é a magnitude do terror que justifica a futilidade da arte de hoje, será o caráter totalitário e unidimensional de nossa sociedade o responsável pela nova situação da arte? Também aqui devemos ter cautela. Os *elementos* da forma artística sempre foram idênticos aos da realidade existente. As cores do pintor, os materiais do escultor são elementos desse universo comum. Por que o artista de hoje parece incapaz de encontrar a transfiguração e transubstanciação da forma que capte as coisas e as liberte de sua sujeição a uma realidade bruta e destrutiva?

Temos outra vez de dirigir nossa atenção ao caráter histórico da arte. A arte enquanto tal, não apenas seus vários estilos e formas, é um fenômeno histórico. E talvez a história esteja agora superando a arte e a arte, a história. A situação e a função histórica da arte estão mudando. O *real* e a *realidade* estão se tornando o domínio prospectivo da arte, e a arte está-se convertendo em técnica no sentido literal, “prático” do termo: fazendo e refazendo coisas, mais do que pintando quadros; experimentando a potencialidade das palavras e dos sons, mais do que escrevendo poemas ou compondo músicas. Essas criações prefiguram por acaso a possibilidade da forma artística que se transforma em “princípio de realidade” — a autotranscendência da arte à base dos resultados da ciência da tecnologia e dos da própria arte?

Se podemos fazer qualquer uso da natureza e da sociedade, se podemos fazer qualquer uso do homem e das coisas, por que seríamos incapazes de transformar tudo isso no sujeito-objeto de um mundo pacificado, de um ambiente estético não agressivo? Nós sabemos como. Os instrumentos e os materiais estão disponíveis para a construção de tal ambiência, social e natural, em que os instintos vitais não sublimados redirigiriam o desenvolvimento das faculdades e das necessidades humanas, assim como o progresso técnico. Estão disponíveis as condições preliminares para a criação do belo não como ornamento, não como superfície do disforme, não como peça de museu, mas como expressão e objetivo de um novo tipo de homem: como necessidade biológica de um novo sistema de vida. E com essa mudança possível da posição e da função da arte, a arte, transcendendo-se a si mesma, tornar-

se-ia um fator da reconstrução da natureza e da sociedade, da reconstrução da *polis*, um fator político. Não uma arte política, não a política como arte, porém a arte como arquitetura de uma sociedade livre.

Contra essa possibilidade técnica, as sociedades repressivas estabelecidas mobilizam, em sua defesa, a agressividade em uma medida sem precedentes. Seu tremendo poder e sua tremenda produtividade impedem a estrada da liberação e da realização da arte. A situação presente da arte é, segundo meu parecer, muito claramente expressa na exigência, formulada por Thomas Mann, de que se refute a Nona Sinfonia. Deve-se refutar a Nona Sinfonia não apenas porque é errada e falsa (não podemos e não devemos cantar uma ode à alegria, nem mesmo como promessa), mas também porque ela existe e é verdadeira dentro de seus próprios limites, inserindo-se em nosso universo como justificação daquela “ilusão” que não é mais justificável.

A recusa de uma obra de arte, contudo, seria outra obra de arte. O acme da recusa da Nona Sinfonia creio que tenha sido alcançado por Stockhausen. E, se a revogação da grande arte do passado pode ser cumprida apenas por outra obra de arte, temos então o processo da arte de uma para outra forma, de um para outro estilo, de uma para outra ilusão.

Talvez, entretanto, algo de real acontece nesse processo. Se o desenvolvimento da consciência e da inconsciência nos conduz a ver coisas que não víamos ou que não são permitidas de ver, falar e ouvir uma linguagem que não ouvimos e não falamos ou que não são permitidas de ouvir e de falar, e se esse desenvolvimento agora afeta a própria forma da própria arte — então a arte, com toda sua força afirmativa, operaria como parte do poder liberador do negativo e ajudaria a libertar o inconsciente e o consciente mutilados, que solidificam o *establishment* repressivo. Acredito que a arte hoje cumpre essa tarefa mais consciente e metodicamente do que nunca.

O resto não diz respeito ao artista. A realização, a mudança real que liberarão homens e coisas, permanecem como fins da ação política; aí o artista não participa como artista. Hoje, porém, esta atividade externa se mostra, talvez, em estreita conexão com a situação da arte — e talvez ainda com o cumprimento da arte.

## SOCIOLOGIA DA VANGUARDA

*Edoardo Sanguineti*

Direito reservado do texto à *Art Direction*  
19 West 441.th Street — Nova York, N. Y.  
*Tradução de Laís Mourão e L. Costa Lima.*

## COMENTÁRIO

Ao lado do poeta Balestrini, o ensaísta e romancista Edoardo Sanguineti é o nome mais conhecido da atual vanguarda italiana, constituída sob o nome de *Gruppo 63*, que compreende ademais, entre outros, Arbasino, Barilli, Guglielmi, Leonetti e Pagliarini. O presente texto foi apresentado sob a forma de comunicação ao 1º Colóquio de Sociologia da Literatura, realizado em Bruxelas (21 a 23/5/1964) e publicado em *Littérature et Société* (Éditions de l'Institut de Sociologie, Université Libre de Bruxelles, Bruxelas 1967). No ensaio de Sanguineti, o conhecedor de Adorno encontrará eco de sua tese principal sobre a arte contemporânea (ver texto nº 5). Eco entretanto expurgado da extrema negatividade em que o pensador alemão se encerra. A partir de que elemento, porém, coloca-se a diferença? Em comum com Adorno, Sanguineti verifica que o repto ao *establishment* exercido pela arte de vanguarda é um projeto previamente sem vitória. O *establishment* aponta para o museu, assim como toda a arte de vanguarda localiza no museu a morte da arte. Museu: guardião de cadáveres que ele zela para que não apodreçam. Mas o repto cedo se dilui. Não porque os vanguardistas se cansam de ser “do contra”, mas porque o mercado termina por dar preço ao que nascera sem preço e contra o preço. Batalha então perdida? Vanguarda, atividade de *camicasas*? Essa a posição de Adorno. Onde Sanguineti se distingue? Verá saída em saber

que as cinzas dadaístas, já recolhidas nos museus, saltam o muro carcereiro, e trânsfugas preparam novo maio? Não, pois capciosa renasce a caça ao rato ressurreto, então de novo capturado, catalogado, depositado. Mas à diferença de Adorno, Sanguineti crê que mesmo essa derrota não é inútil. Ela mantém e estimula a consciência de repto. Ainda que amanhã seja tragada, hoje ela incomoda, o arredondamento das frases feitas, das idéias feitas, arredondamento do mundo pré-fabricado. Voltada para as elites intelectualizadas, ela, entretanto, em vez de aderente da classe social que permite sua formação intelectual, ao contrário a fratura. Mas essa não seria uma mera receita nova de politização da arte, que esquece sua dimensão própria? Com razão, o autor poderia responder pela negativa. Pois o que a vanguarda internacional hoje mostra é a impossibilidade de analisar-se sua especificidade como arte sem, paralelamente, compreender-se seu sentido como política. “[...] A mediação ideológica torna-se uma das características essenciais da experiência romanesca”, escrevera anteriormente o próprio Sanguineti (in *Gruppo 63, Il romanzo sperimentale*, Milão, 1966, p. 51). Ora, acrescentamos, o que é essa dimensão política da vanguarda se ela, por um lado, sabe previamente fadada a não vencer e se, por outro, não encontra apoio em nenhuma ortodoxia hoje vigente? É a correspondente na arte do repto contestador. De um pensamento que, se negando à demissão dos desiludidos, não se ilude, contudo, quanto à falsa positividade da opção que se lhes apresenta. Isso sem dúvida é bem pouco para quem não se contente com o quixotismo. Na provisoriidade de sua formulação, deposita-se a marca do contestador, figura que — independentemente de nossa posição quanto a seu tipo — cada vez mais caracteriza a presente década. Não deixa de ser então curioso observar-se como essa formulação é extraída de um texto de 1963, anterior, portanto, à onda contestadora que, anos depois, varreria o mundo. Essa coincidência, porém, é mais do que apenas curiosa. Ela demonstra como peculiar à nossa era o reconhecimento da falência dos sistemas implantados, aliado ao saber que já não se pode voltar atrás. Nem adesão, nem demissão. A única confiança na práxis inventora. Que necessita desdobrar sua invenção antes que o mecanismo da contestação se transforme noutra peça arredondada pelo *establishment*. Este não foi o trabalho de Sanguineti, nem de ninguém que saibamos. Mas pensar fora dessa premissa só pode apresentar a seguinte alternativa: ou o suicídio — outra forma de demissão — ou concluir

que toda a contestação atual é fenômeno passageiro, auto-engano de que em breve as pessoas se curarão. E, como a contestação, a própria vanguarda.

## SOCIOLOGIA DA VANGUARDA

*Edoardo Sanguineti*

Devo antes de tudo me desculpar, pois, na verdade, não é como sociólogo que falo, mas sim como crítico e escritor. São estas, com efeito, as duas modalidades segundo as quais, precisamente, eu me refiro à literatura. Foi por meio delas que encontrei problemas que, de modo direto, remetem aos problemas sociológicos. Trarei, portanto, aqui um simples testemunho.

Na qualidade de crítico, estudando, por exemplo, o realismo nos romances de Moravia, a origem da poesia moderna na Itália, em ensaio sobre o *gout liberty* e o que na Itália se chama a poesia crepuscular, fui levado a empregar, ao lado doutras formas de análise, como a estilística ou a psicanálise, métodos de natureza sociológica e, ademais, a ligar entre si esses diversos modos de interpretação e a francamente fundá-los no terreno das metodologias marxistas.

Na qualidade de escritor, por outro lado, há algum tempo me encontro revestido de uma responsabilidade, como teórico, daquilo que hoje se chama na Itália a nova vanguarda; isso me levou a esboçar uma interpretação do conceito de vanguarda, da qual falarei, porquanto este projeto coloca, segundo meu entender, apaixonantes problemas gerais de método. Nessa pesquisa, abordei, breve e sucessivamente, dois pontos precisos.

Eis o primeiro. A etimologia estrutural — no sentido marxista do termo — do fenômeno da vanguarda foi perfeitamente indicada por Walter Benjamin em um de seus fragmentos sobre Baudelaire, ao descrever o comportamento de Baudelaire no mercado literário: a inelutável prostituição do poeta quanto ao mercado como instância objetiva e quanto ao produto artístico como mercadoria. Essa situação bem explica por que, embora o fenômeno da vanguarda apresente analogias bastante frequentes com circunstâncias históricas doutras épocas e civilizações, afinal de contas, em sua mais profunda verdade, ele se revela um fenômeno romântico e burguês. As palavras exatamente empregadas por Benjamin são as seguintes: “Os contrastes pessoais entre os poetas são, por certo, bem antigos. Aqui, entretanto, encontramos a transposição desses contrastes para a esfera da concorrência no mercado do público. É este, o mercado, e não a proteção de um príncipe, que se tem de conquistar.” O conceito de público é, de forma estrita, um conceito romântico e burguês: a cada vez, temos de traduzir público por mercado do público. Para que seja claro, remeto às estranhas dificuldades encontradas nesse plano de certo modo por um crítico e, de modo inverso, no uso de um conceito. Dificuldades encontradas por um crítico: trata-se de Auerbach e de seu ensaio sobre a literatura e seu público na Antigüidade e na Idade Média (*Literatursprache und Publikum in der lateinischen Spätantike und im Mittelalter*). Nesta obra, é evidente que Auerbach não soube renunciar ao conceito de público como mercado do público em sua análise de épocas em que, evidentemente, o conceito não funciona.

Dificuldades encontradas no uso de um conceito: trata-se de uma idéia de comunicação. Fez-se muita filosofia a respeito, a propósito da comunicação estética, mas quase sempre sem se ter suficientemente consciência de que, no caso, se lidava com uma forma de comunicação bem particular, mesmo quando arbitrariamente projetada num passado que não pode integrar, com facilidade, semelhante projeção. Também aqui, quando se fala de comunicação estética, é preciso descerrar o sentido verdadeiro de uma noção que sublima, no sentido freudiano da palavra, a comunicação, no nível econômico, entre o produtor e o consumidor estético, ou seja, entre o escritor e o público, ou seja, ainda, entre o escritor e o mercado.

Em todo caso, a prostituição, de que Baudelaire nos torna conscientes, mostra com clareza o duplo movimento interior próprio à van-

guarda: por um lado, ela exprime, simultaneamente e com os mesmos gestos, a tensão heróica e patética por um produto artístico imaculado, que escaparia ao jogo imediato da procura e da oferta, que, em suma, não seria comercialmente utilizável; por outro, a cínica virtuosidade do persuasor oculto, para empregar a expressão de Vance Packard, que joga no circuito do consumo estético uma mercadoria tal que possa vencer, num surpreendente e audacioso movimento, a concorrência debilitada e quase inerte dos produtores menos astuciosos e menos livres de preconceitos. Quando estes acusam a arte de vanguarda de imoralidade ou insinceridade, exprimem, de fato, uma nostalgia artesanal ou um complexo pequeno burguês e testemunham atraso (no sentido do capitalismo clássico) de adaptação no nível comercial, no quadro da era do imperialismo (ou, como se diz com maior freqüência porém menos precisamente, do neocapitalismo); queixam-se, em suma, de um tipo de incoerência que, a seus olhos, aparece como fundamentalmente desleal. Tudo isso, bem entendido, sob a máscara de vigorosas idealizações ideológicas e de não menos amplas coberturas morais.

O momento heróico, patético — subtrair-se às leis do mercado — e o momento cínico — triunfar sobre o concorrente no mercado — muitas vezes suscetíveis de serem distinguidos cronológica, psicológica e talvez mesmo esteticamente, do ponto de vista histórico na verdade se confundem num só e mesmo instante, pois, estrutural e objetivamente, são a mesma coisa. Postergar o papel de cínico ao futuro negociante e não ao de agora é uma operação que de forma alguma modifica o sentido do fenômeno e que não torna mais inocente ou leal o sistema total que nos garante a existência do produto e a impossibilidade de defini-lo unicamente sob sua forma específica, ou seja, sob a forma de uma comunicação estética; somos assim trazidos a um ponto que já abordamos. De início, há, evidentemente, a oferta de um fetiche mais misterioso do que qualquer outro, a oferta de uma mercadoria pela qual ainda não existe nenhuma procura reconhecida. Ao contrário, na obra de vanguarda, a garantia estética do produto quer ser, em primeiro lugar, a ausência de qualquer relação formal — ou a maior ausência possível — com os produtos reconhecidos no mercado contemporâneo. A inesteticidade mercantil da forma de uma obra deveria ser reconhecida como um sinal seguro de sua distância desejada e explícita quanto a todas as leis e regras do mercado corrente; é como se a ausência da procura ou a recusa provocante de qualquer procura atual possível, interpretadas como

garantia da inocência e da lealdade da obra, pudessem-lhe retirar, hoje, amanhã e sempre, seu caráter de mercadoria.

O momento heróico e patético assim implica que se seja heróica e pateticamente cego. É preciso fechar os olhos para o momento em que, para existir de modo verdadeiramente reconhecível, socialmente reconhecível, o produto estético vai começar sua existência própria, natural e efetiva de mercadoria. O artista age pondo entre parêntese o bom emprego do capital que (como ele já deve esperar) irá alcançá-lo na próxima esquina. Simplesmente rejeita a idéia daquele emprego, mas apenas em sua própria imaginação artística e por uma verdadeira higiene estética; deixa-o a léguas de distância. De fato, ademais, o artista está disposto a correr o risco que sua obra, por hipótese, não exista de modo algum, ou seja, que ela não entre no círculo da comunicação estética e social, a fim de evitar, supondo que isso seja possível, o filtro da mercantilização que marcará toda sua significação e fatalmente a diminuirá. Embora o *marchand* possa, diante de tal obra, farejar um negócio, de maneira alguma esse é o interesse do artista. Com efeito, na maior parte dos casos verdadeiros, o aspecto comercial fica por completo nas mãos do *marchand*. O gesto de inocência consiste em deixar o manuscrito numa garrafa. Stendhal já identificava o livreiro (“M. Levasseur, Place Vendôme, Paris”), mas ainda podia escrever sem que enrubescesse: “Se tenho êxito, tenho oportunidade de ser lido em 1900 pelas almas que amo, as Madame Roland, as Mélanie Guilbert, as [...]”. Resumindo numa fórmula: a história da palavra êxito contém o segredo da estética romântica burguesa. Mas o que importa que guardemos é o seguinte: se a arte de vanguarda tem na verdade essa etimologia estrutural é bem pouco o consolo que resta aos moralistas, pois aí reencontramos, de maneira simplesmente evidente e francamente dramática, as próprias características constatadas em qualquer obra estética da época romântica e burguesa, talvez só um pouco menos carregadas de heroísmo e de cinismo. Minhas palavras aqui visam aos artistas que trabalham como burgueses tranqüilos em seus pequenos negócios e consideram que a arte é uma coisa sempre bem conhecida, admitida por todos e situada no horizonte de um mercado concebido, não sem alguma utopia, como capaz de um eterno equilíbrio, de um mercado em que a procura e a oferta sempre podem pacificamente se corresponder e coincidir. Desde Baudelaire até nós — mas, no fundo, se quiserem, mais largamente, tendo-se conta a advertência

já feita, em toda a história da arte romântica e burguesa — a verdade oculta da arte encontra-se na vanguarda que na arte desvela, com evidente indiscrição, o mecanismo oculto, mecanismo a que, finalmente, todo o desenvolvimento da cultura romântica e burguesa obedece, dentro de uma lógica segura. Aqui, a aventura estética perpetuamente se insurge contra a ordem do mercado, mas, em todos os casos, pela própria força das coisas, e, na verdade, pela própria força do mercado, realiza a aventura desordenada da razão comercial da arte.

Chegamos então ao segundo ponto que pretendo abordar.

No plano da estrutura, a vanguarda sempre se ergue contra a mercantilização estética, mas, decididamente, como descrevi, nela termina por mergulhar. Seu modo de resistir à pressão econômica é, de resto, comprometido pelo fato de que ela sempre se coloca, ao mesmo tempo, no ponto mais alto — este é o sentido oculto da palavra vanguarda — do regime comercial da estética contemporânea: reflete seus movimentos à medida que dela participa. Ao nível da superestrutura, a vanguarda acaba no museu que, no fim da história, como no pior conto de fadas, tranqüilamente a devora. Não nos pode consolar saber que pode renascer de suas próprias cinzas, sob uma figura nova; renasce apenas para ser outra vez devorada. O futuro do futurismo devia precisamente começar pela destruição do museu, ou seja, concretamente, pela destruição daquela contemplação desinteressada que é, segundo a notável tese de Adorno, em seu ensaio sobre a *Missa Solemnis*, de Beethoven, a neutralização completa do fato estético, sua queda premeditada num limbo inútil.

Haverá talvez aqui um ponto que será interessante desenvolver a propósito do futurismo. Pelo menos a propósito do modo como o futurismo se manifestou na Itália. E algum dia eu gostaria de fazer uma história sociológica da idéia do sublime. Creio que será preciso estudar o que se poderia designar como a crise romântica do sublime, quase totalmente ligada, conforme penso, à crise do regime aristocrático; será preciso estudar no romantismo, ou seja, na civilização burguesa, essa espécie de nostalgia do sublime e essa demonstrada impossibilidade de alcançá-lo, que, no fundo, exprimem a má consciência da arte romântica e burguesa. Analisando a relação que houve, em toda a primeira vanguarda italiana do início do século, entre, de um lado, o que se chamava a poesia crepuscular, e, de outro, o futurismo, pode-se interpretar a antinomia entre essas duas direções, completamente

opostas, tomando como verdadeira pedra de toque a idéia do sublime. Por um lado, a poesia crepuscular recusa o sublime, o que na época quer dizer que recusa a *liberty* do *art nouveau*, para acabar de uma vez por todas com uma forma estética que julga insustentável e inautêntica. Por outro, do lado do futurismo, está-se consciente da mesma dificuldade, mas antes se procura fundar um novo sublime: quando o futurismo proclama, por exemplo, que numa máquina se encontram valores estéticos sublimes, esses valores novos são dirigidos de maneira a substituir as virtudes do velho sublime que não mais podem ser celebradas, pois, desaparecida a base social do tipo aristocrático, o velho sublime não tem mais consistência efetiva e deve ser deixado de lado. Este duplo movimento verifica-se ademais no futurismo italiano. Por uma parte, há ao mesmo tempo uma recusa da história, uma vontade de destruição da história, que exprime o desejo de ultrapassar a condição de uma arte votada ao museu, de uma arte votada a engendrar ruínas, e uma pesquisa que pretende desenvolver uma sensibilidade completamente nova e de novos conteúdos. Mas, para resumirmos, essa empresa leva o futurismo para o lado do fascismo. Por outra parte, há uma segunda direção que também empurra o futurismo no sentido do fascismo: é a sublimação forçada da indústria, ou seja, do grande capital; caberia estudar esse fato, por exemplo, com a ajuda das investigações de Guérin sobre as relações entre o fascismo e o grande capital. Numa palavra, trata-se de uma nostalgia do sublime que se põe a serviço do grande capital, podendo-se, na obra de D'Annunzio, reencontrar sob outra forma o mesmo processo.

Outro problema, à margem deste, é o da contemplação desinteressada como fundamento teórico da estética burguesa. Na Itália, a questão foi recentemente debatida, de modo indireto, quando se levantou o problema da obra aberta. Como se sabe, em um ensaio notável, Umberto Eco estudou a condição estética da obra de arte de hoje, opondo à obra de arte tradicional, fechada, em clausura, a obra de arte aberta, que exige a participação ativa e direta do espectador e, por exemplo, na música, a participação do intérprete, chamado a colaborar diretamente na criação. Não é o artista que define até ao cabo sua obra, é o intérprete — e, neste caso, o intérprete é a figura do público, do espectador — que intervém na obra. Aparentemente, e eis o ponto em que estou em desacordo com Eco, aí se daria uma ruptura definitiva com o passado, de que, na literatura, a obra de Joyce nos oferece o primeiro

exemplo. No ensaio de *Répertoire*,<sup>1</sup> consagrado a *Finnegan's Wake*, Michel Butor confessa que nunca leu o livro de ponta a ponta e declara que só a leitura parcial, episódica é possível, pois sempre se tem de colaborar com o texto, reconstituindo-o em sua própria cabeça e interpretando-o da maneira mais livre e, justamente, mais aberta. Creio que essa atitude reflete uma crise essencial da contemplação desinteressada: o objeto estético não é mais uma coisa fechada que se encontra em face do espectador; dá-se aí o retorno a um tipo particular de abertura prática, de participação efetiva na obra de arte. E, mesmo em níveis bem mais simples que os de um Stockhausen, se se pensa no êxito do jazz na civilização ocidental, percebe-se que o lugar que os executantes e os ouvintes nele assumem é de todo paralelo à iniciativa que executantes e ouvintes da *neue Musik* podem tomar. Mas seria preciso aí distinguir com maior atenção vários aspectos; penso que a verdadeira teoria da obra aberta já se encontra em Brecht. Apenas — o que é curioso e inverte absolutamente os termos — Brecht chama precisamente obra aberta o que nós chamamos obra fechada e obra fechada o que chamamos de obra aberta. Para ele, as obras do passado, pelo menos tal como são utilizadas em nossa civilização, são obras abertas, às quais se deve fechar: a nova estética não é a da abertura da obra, mas a de seu fechamento. O princípio antiaristotélico colocado por Brecht visa precisamente a essa atitude — no teatro, por exemplo, que é o caso mais bem analisado pelo dramaturgo: o espectador não deve participar da obra, mas encontrar-se totalmente de fora; em seu ensaio sobre *Mahagonny*, Brecht fez essa famosa comparação entre o teatro aristotélico (aberto) e os princípios do teatro épico (fechado). Mais ainda: em seu ensaio sobre o teatro chinês, explica que há, de um lado, um prazer desinteressado, idêntico ao que bem se pode chamar a “participação mística” na obra de arte e que, no fundo, corresponde à idéia de *catharsis* em Aristóteles e que existe, doutro lado, um tipo oposto de participação, não mais consistente na identificação com o personagem, mas, ao contrário, numa atitude de tipo intelectual de compreensão da situação e da explicação desta ao nível do intelecto, sem haver nenhuma participação sentimental, ou seja, sem nenhuma projeção ou identificação. Por fim, há verdadeiramente dois tipos de abertura da

1. Trata-se de “Equisse d'un Seuil pour *Finnegan*”. (N. do T.)

obra: a que se pode intitular de abertura prática ou sentimental e a abertura ideológica. A abertura prática é de todo tradicional ou, se querem, burguesa; seu caráter pertence à ordem da identificação e da projeção; em resumo, remete a explicações bastante interessantes, evidentemente de ordem psicanalítica, e o próprio fato de que se possa explicar a idéia de *catharsis* em Aristóteles, de modo bem direto, com temas de natureza psicanalítica, demonstra que, nessa perspectiva, o papel do inconsciente é o dominante. De resto, não é por acaso que, como se sabe, a tragédia por excelência, aos olhos de Aristóteles e dos aristotélicos, seja o *Édipo Rei* de Sófocles. Doutro lado, encontramos essa espécie de participação ideológica, a que Brecht se dedica, que consiste justamente, em oposição às atitudes do passado, em fechar a obra, ou seja, em tornar impossível o processo de projeção e de identificação. Pode-se, então, ainda falar de outra obra aberta, se assim quiserem, mas exclusivamente no sentido de abertura ideológica da obra.

Assim, para resumir, pode-se dizer que há dois modos de ultrapassar o caráter de prazer desinteressado do consumo estético, considerando-se a obra no campo prático: há, de um lado, aquela tendência, por completo burguesa e reacionária, pela qual a obra conserva e mesmo exalta, a partir de então, a tradicional abertura de identificação, empurrando o espectador para o interior da obra, para sua participação direta; há, doutro lado, a criação de uma distância infranqueável entre a obra e o espectador e então, se ousar dizer, essa espécie de abertura prática da obra, abertura de caráter ideológico, a única que pode violar os limites da contemplação.

Devemos, contudo, retornar à nossa perspectiva.

Em última análise, o dadaísmo pode e deve ser interpretado como a recusa da própria arte em um mundo em que a arte só é concebível sob a forma inerte de museu. A entrada do dadaísmo, como não importa de qual outra vanguarda, nas paredes dos museus é paralela e complementar à sua entrada no mercado. Museu e mercado são absolutamente contíguos e comunicantes. Ou melhor, são duas fachadas do mesmo edifício social. Preço e valor são palavras equívocas pois designam na obra de arte tanto sua qualidade estética quanto o seu custo. Preço e valor atuam ao mesmo tempo no lado praticamente ativo ou teoricamente ocioso do fenômeno estético; se o museu é a figura real da autonomia da arte, é, paralelamente, a figura de compensação de sua heteronomia mercantil. A arte desce ao nível do mercado, mas, mergu-

lhada nesse banho salutar, é imediatamente rejeitada para o alto e inacessível olimpo dos clássicos. O processo permanece misterioso até o instante em que é surpreendido na totalidade de seu mecanismo: compreende-se então que o museu tem sua razão de ser específica na sublimação que nele se realiza de toda a realidade comercial do fato estético. O museu é o prolongamento superior e extremo da arte como mercadoria; nele afinal se acalma o tilintar violento das moedas; no museu, a realidade esconde sua cabeça entre as nuvens e o produto artístico se propõe como o único objeto para o qual não há dinheiro que possa pagá-lo. A luta contra o museu é a bandeira natural de cada vanguarda, sua palavra de ordem necessária e profunda; o que está em jogo, com efeito, é a possibilidade, mesmo perpetuamente fraudada, de restituir à arte mercantilizada a sua verdade ideal, que não é outra senão a sua efetiva razão prática, a sua possibilidade de agir esteticamente. Decaída ao nível de divertimento gratuito, rejeitada para o plano dos problemas variados colocados pelos tempos de lazer — e, desse ponto de vista, a exploração do museu estético é uma solução paralela à exploração do “museu natural” de velha beleza da natureza, que é o turismo de massa —, a arte procura escapar a seu destino de brinquedo estéril, salvar algum título de nobreza no oceano dos instrumentos de comunicação de massa. Mas, na melhor das hipóteses, apenas consegue aumentar seu preço, antes de cair no museu.

Assim, a elite econômica, destruindo o sentido da arte, assume o nobre papel de salvá-la. É ao pequeno burguês que cabe, por definição, a conservação do velho bom senso e, por ilusão, a conservação de todos os eternos valores humanos, tal como lhe introjetaram a escola, a família, a igreja. Ele assim permanece, pobre homem, atordoado, siderado e atônito pela desumanização da arte. Mas nada pode intimidar o grande burguês que regula os preços, dirige o consumo e sabe bem o que compra. Assim como conhece que cada tem seu preço e que se trata simplesmente de pagar o justo preço, assim também sabe que, cedo ou tarde, toda obra de arte encontrará sua vez num museu preciso.

*Tradução de L. Costa Lima*

# SIGNIFICAÇÃO DA PUBLICIDADE

*Jean Baudrillard*

## COMENTÁRIO

Nascido em 1929, Jean Baudrillard é assistente de sociologia da Faculdade de Nanterre. Os fragmentos aqui reunidos aparecem em seu livro *Le système des objets* (Gallimard 1968). Por meio deles o autor se propõe a analisar a função latente da publicidade. Pois já não se trata de saber qual sua função manifesta,<sup>1</sup> que é a de procurar a promoção de vendas. Tal aspecto não se mostra relevante desde que pesquisas norte-americanas demonstraram o poder da publicidade ser aí bem menor que o geralmente suposto (ver texto nº 2). A publicidade de um produto tende a ser anulada diante da publicidade doutro similar, porém rival. É o que Baudrillard chama criação de um mecanismo de resistência ao imperativo publicitário. Se isso entretanto é verdade, como será explicado o empenho com que os homens de negócio continuam a jogar dinheiro na publicidade? Porque, dirá o autor, simultaneamente à resistência que se forma contra suas mensagens, a publicidade funciona como persuasor. Não se acredita no que, neste ou naquele caso particular, diz a publicidade, crê-se sim na Publicidade. A reflexão

---

1. Utilizamos a distinta função latente/manifesta para, de modo mais direto, acentuar a impregnação funcionalista presente no texto de Baudrillard, o qual, entretanto, não pode ser chamado funcionalista porque seu modelo de sociedade não corresponde ao da sociedade como equilíbrio "latente" ou "manifesto" dos campeões da escola (ver a respeito comentário ao texto nº 2).

que traduzimos procura esclarecer o mecanismo dessa ambivalência. Resiste-se ao imperativo publicitário, se é persuadido em favor da recepção do indicador da publicidade. O imperativo diz respeito à mensagem publicitária, em que não se crê. O indicador diz respeito à existência mesma do cartaz publicitário. Essa existência é aceita, pelo consumidor porque serve para racionalizar sua compra, “demonstrando-lhe” que fez um bom negócio, seja por se colocar na corrente da moda, seja por adquirir um produto de “comprovada durabilidade”, seja ainda por se tornar usuário de algo que tem a energia elétrica do tigre, a velocidade lírica da corça etc. A publicidade, por conseguinte, tem como função latente o estabelecimento de uma temática de proteção e gratificação. “Conforto e segurança às suas mãos”, “a maciez da espuma para o contato de seu corpo”, “alimente-se sem perder a elegância”, inconscientemente os publicitários exploram a linha “certa”. Temática que termina sendo presuntiva: “O olhar é presunção de contato, a imagem e sua leitura são presunção de posse.” Porquanto, se a publicidade funciona para o consumidor como pretensa gratificação, para o produtor ela interessa por diversa razão: como interiorização das normas e valores da sociedade cujo ápice ele ocupa. Aqui chegado, a reflexão de Baudrillard lembra a de Adorno (ver texto nº 5) no que ele chama o “complexo da castração” lastreado em nossa sociedade. Pois a gratificação publicitária é, ao mesmo tempo, não gratificação, estigma da repressão. A gratificação publicitária leva ao onírico, é gratificação do que não se pode completar. O erotismo se dilui desde a publicidade de sabonetes até a da marca do carro esporte. Mas o erotismo publicitário leva a quê? Ao devaneio do que poderia ser. Do que se proíbe no exato instante em que se mostra. A exemplo do que faz a publicidade do detergente Pax aqui analisado. A paz no anúncio é semelhante à pichação de paredes apresentada por publicidades brasileiras: anti-paz, antipichação. Gratificação que disfarça o repressivo controlador.

LCL

9

## SIGNIFICAÇÃO DA PUBLICIDADE

*Jean Baudrillard*

### I. O IMPERATIVO E O INDICATIVO PUBLICITÁRIO

A publicidade tem como tarefa informar as características deste ou daquele produto e promover a sua venda. Essa função “objetiva” resta em princípio sua função primordial.<sup>1</sup>

Da informação, a publicidade passou à persuasão, depois à “persuasão clandestina” (Vaneek Packard), visando agora a um consumo dirigido: temo-nos amedrontado diante da ameaça de condicionamento totalitário do homem e suas necessidades. Ora, pesquisas mostraram que a força de impregnação publicitária era menor do que se pensava. Rapidamente se verifica uma reação por saturação (as diversas publicidades se neutralizam umas às outras ou cada uma por seus excessos). Por outro lado, a injunção e a persuasão levantam todas as espécies de contramotivações e de resistências (racionais ou irracionais: reação à passividade, não se quer ser “possuído” reação à ênfase, à repetição do discurso etc.), em suma, o discurso publicitário dissuade ao mesmo

1. Não esqueçamos, porém, que as primeiras publicidades diziam respeito às poções milagrosas, aos remédios de senhoras idosas e a outros truques: informação, por conseguinte, porém das mais tendenciosas.

tempo que persuade e daí parece que o consumidor é, senão imunizado, pelo menos um usuário bastante livre da mensagem publicitária.

Isso dito, a função explícita da publicidade não nos deve enganar: se ela não persuade o consumidor quanto a certa marca precisa (Omo, Simca ou Frigidaire), o faz quanto a outra coisa mais fundamental para a ordem da sociedade inteira. Omo ou Frigidaire não passam de álibis para essa função.

Assim como a função do objeto pode, por fim, não passar de um álibi para as significações latentes que impõe, assim também na publicidade e com tanta maior amplidão por se tratar de um sistema de conotação mais puro — o produto designado (sua denotação, sua descrição), tende a não passar de um álibi, sob a evidência do qual se desenvolve toda uma confusa operação de integração,

Se mais a mais resistimos ao *imperativo* publicitário, por outro lado, em sentido inverso, nos tornamos mais sensíveis ao *indicativo* da publicidade, ou seja, à sua própria *existência* como segundo produto de consumo e *evidência* de uma cultura. É nessa medida que “acreditamos” nela; o que nela consumimos é o luxo de uma sociedade que se dá a ver como instância distribuidora de bens e que se “ultrapassa” numa cultura. Recebemos ao mesmo tempo uma instância e sua imagem.

## 2. A LÓGICA DO PAPAÍ NOEL

Os que negam o poder de condicionamento da publicidade (dos *mass media* em geral) não descobriram a lógica particular de sua eficácia. Não mais se trata de uma lógica do enunciado e da prova, mas sim de uma lógica da fábula e da adesão. Não se acredita, deixa-se entretanto que ela fique de perto. No fundo, a “demonstração” do produto não persuade ninguém: serve para racionalizar a compra, que, de todo modo, precede ou ultrapassa os motivos racionais. Sem “acreditar” nesse produto, *acredito, porém, na publicidade que me deseja fazer crer*. É a história do Papai Noel: as crianças não mais se perguntam sobre sua existência e não relacionam essa existência com os presentes que recebem como se se tratasse de um jogo de causa e efeito. A crença no Papai Noel é uma fabulação racionalizante que permite preservar na segunda infância a relação miraculosa de gratificação pelos pais (e mais precisamente pela mãe), que caracterizara as relações da

primeira infância. Essa relação miraculosa, completada pelos fatos, interioriza-se numa crença que é seu prolongamento ideal. A ficção não é artificial, pois se funda no interesse *recíproco* que as duas partes mantêm no sentido de preservar aquela relação. O Papai Noel em tudo isso não tem importância e a criança nele só acredita porque no fundo não tem importância. O que ela consome por meio dessa imagem, dessa ficção, desse álibi — e em que acreditará mesmo quando deixar de crer —, é o jogo da solicitude miraculosa dos pais e os cuidados que estes assumem em ser cúmplices da fábula. Os presentes apenas sancionam tal compromisso.<sup>2</sup>

A operação publicitária é do mesmo tipo. Nem o discurso retórico, nem mesmo o discurso informativo acerca das virtudes do produto tem efeito decisivo sobre o comprador. O indivíduo é sensível à temática latente de proteção e de gratificação, ao cuidado que “se” tem de solicitá-lo e persuadi-lo, ao signo, ilegível à consciência, de em alguma parte existir uma instância (no caso, social, que remete diretamente à imagem materna) que aceita informá-lo sobre seus próprios desejos, adverti-los e racionalizá-los a seus próprios olhos. Ele não “acredita” na publicidade mais do que a criança no Papai Noel. O que não o impede de aderir da mesma maneira a uma situação infantil interiorizada e de se comportar de acordo com ela. Daí a eficácia bem real da publicidade, segundo uma lógica que, embora sem ser a do condicionamento-reflexo, não é menos rigorosa: lógica da crença e da regressão.<sup>3</sup>

## 3. GRATIFICAÇÃO E REPRESSÃO: A DUPLA INSTÂNCIA

Precisamos ouvir por essa doce litania do objeto o verdadeiro imperativo da publicidade. “Veja como a sociedade não faz mais do que se adaptar a você e a seus desejos. Portanto, é razoável que você se

2. Os placebos são substâncias neutras que os médicos administram aos doentes psicossomáticos. Não é raro que esses doentes se restabeleçam tanto por causa de tal substância inativa quanto por efeito de um medicamento real. Que integram, que assimilam esses doentes pelos placebos? A idéia da medicina + a presença do médico. A mãe e o pai ao mesmo tempo. Ainda neste caso a crença lhes ajuda a recuperar uma situação infantil e a resolver regressivamente um conflito psicossomático.

3. Seria necessário ampliar essa análise para as comunicações de massa em geral, mas este não é o lugar oportuno.

integre nesta sociedade.” A persuasão, como diz Packard, faz-se clandestina, mas não visa tanto à “compulsão” de compra e ao condicionamento pelos objetos quanto à adesão ao consenso social que esse discurso sugere: o objeto é um serviço, é uma relação pessoal entre você e a sociedade. Que a publicidade se organize a partir da imagem maternal ou a partir da função lúdica, de qualquer modo ela visa a *um mesmo processo de regressão aquém dos processos sociais reais* de trabalho, de produção, de mercado e de valor, que poderiam perturbar esta miraculosa integração: esse objeto, o senhor não o comprou, o senhor sim emitiu o seu desejo e todos os engenheiros, técnicos etc. com ele o gratificaram. Numa sociedade industrial, a divisão do trabalho já dissocia o trabalho de seu produto. A publicidade coroa esse processo, dissociando radicalmente, no momento da compra, o *produto do bem* de consumo: intercalando entre o trabalho e o produto do trabalho uma vasta imagem maternal faz com que o *produto* não seja mais considerado como tal (com sua história etc.), mas pura e simplesmente como bem, como *objeto*. Ao mesmo tempo que dissocia, no mesmo indivíduo, produtor e consumidor, graças à abstração material de um sistema muito diferenciado de objetos, a publicidade se afana, em sentido inverso, em recriar uma confusão infantil entre o objeto e o desejo do objeto, em retornar o consumidor ao estágio em que a criança confunde sua mãe com o que ela lhe dá.

De fato, a publicidade não omite tão cuidadosamente os processos objetivos, a história social dos objetos senão para, pela instância social imaginária, melhor impor a ordem real de produção e de exploração. É aí que se precisa escutar, atrás da psicagogia publicitária, a demagogia e o discurso *político*, a tática desse discurso que, ainda nesse plano, repousa sobre um desdobramento: o da realidade social em uma instância real e em uma imagem — a primeira se diluindo atrás da segunda, tornando-se ilegível e só dando vez a um esquema de absorção na ambiência maternal. Quando a publicidade em substância lhe propõe: “A sociedade adapta-se totalmente a você, integre-se totalmente nela”, é claro que a reciprocidade é falsificada: é uma instância imaginária que se adapta a você, enquanto, em troca, você se adapta a uma ordem bem real. Mediante poltrona “que se adapta às formas de seu corpo”, você esposa e se responsabiliza por toda a ordem técnica e política da sociedade. A sociedade se faz maternal para que melhor pre-

serve uma ordem de coerção.<sup>4</sup> Vemos por aí o imenso papel *político* que desempenham a difusão dos produtos e as técnicas publicitárias: asseguram propriamente a substituição das ideologias anteriores, morais e políticas. Melhor ainda: enquanto a integração moral e política não se exercia sem problemas (necessitava lançar mão da repressão aberta), as novas técnicas economizam a repressão: o consumidor interioriza, no próprio movimento do consumo, a instância social e suas normas.

Essa eficácia é reforçada pelo próprio estatuto do signo publicitário e pelo processo de sua “leitura”.

Os signos publicitários nos falam dos objetos, mas sem explicá-los em vista de uma práxis (ou muito pouco): de fato, remetem aos objetos reais como a um mundo ausente. São literalmente “legenda”, ou seja, põem-se aí para que sejam lidos. Se não remetem ao mundo real, tampouco o substituem exatamente: são signos que impõem uma atividade específica, a leitura.

Se veiculassem uma informação, haveria leitura plena e transição para o campo prático. Mas desempenham outro papel: o de prova de ausência do que designam. Nessa medida, a leitura, não transitiva, organiza-se em um sistema específico de *satisfação*, no qual, entretanto, aparece sem cessar a determinação de ausência do real: a *frustração*.

A imagem cria um vazio, visa a uma ausência. Por isso é “evocadora”. Mas é um subterfúgio. Provocando um investimento, ela o corta ao nível da leitura. Faz convergir as veleidades flutuantes sobre um objeto que mascara, ao mesmo tempo que o revela. Ela engana, sua função é *mostrar e enganar*. O olhar é presunção de contato, a imagem e sua leitura são presunção de posse. A publicidade assim não oferece nem uma satisfação alucinatória, nem uma mediação prática para o mundo: a atitude que suscita é a de veleidade enganada — empresa inacabada, surgir contínuo, engano contínuo, auroras de objetos, auroras de desejos. Todo um rápido psicodrama se desenrola na leitura da imagem. Ele, em princípio, permite ao leitor assumir sua passividade e transformar-se em consumidor. De fato, a profusão de imagens é sempre usada para, ao mesmo tempo, elidir a conversão para o real, para alimentar sutilmente a culpa-

---

4. Por detrás desse sistema de gratificação, vemos ademais reforçarem-se todas as estruturas de autoridade: planificação, centralização, burocracia-partidos, Estados, aparelhos reforçam sua dominação a partir dessa vasta imagem maternal que torna cada vez menos possível a sua contestação real.

bilidade por uma frustração contínua, para bloquear a consciência mediante uma satisfação sonhadora. No fundo, a imagem e sua leitura não são de modo algum o caminho mais curto para um objeto, mas sim para uma outra imagem. Assim se sucedem os signos publicitários como as auroras de imagens nos estados hipnagógicos.

Precisamos reter bem essa função de omissão do mundo na imagem, função de frustração. Somente isso nos permite compreender como o *princípio de realidade omitido na imagem nela, entretanto, transparece eficazmente como repressão contínua do desejo* (sua espetacularização, seu bloqueio, sua decepção e, finalmente, sua transferência regressiva e derrisória num objeto). Será aqui que apreenderemos o acordo profundo do signo publicitário com a ordem global da sociedade: não é mecanicamente que a publicidade veicula os valores dessa sociedade, é, mais sutilmente, por sua função ambígua de *presunção* — algo entre a posse e a ausência de posse, ao mesmo tempo designação e prova de ausência — que o signo publicitário “faz passar” a ordem social em sua dupla determinação de gratificação e repressão.<sup>5</sup>

Gratificação, frustração: as duas vertentes inseparáveis da integração. Sendo legenda, cada imagem dissipa a polissemia angustiante do mundo. Mas, para ser legível, ela se faz pobre e expedita — ainda suscetível de muitas interpretações, restringe seu sentido pelo discurso que a subintitula, como uma segunda legenda. E, sob o signo da leitura, sempre remete a outras imagens. A publicidade, por fim, tranqüiliza as consciências por uma semântica social dirigida e dirigida, em último termo, por um único significado, que é a própria sociedade global. Esta assim se reserva todos os papéis: suscita uma multidão de imagens, cujo sentido, por outro lado, esforça-se em reduzir. Suscita a angústia e a acalma. Cumula e engana, mobiliza e desmobiliza. Sob o signo da publicidade, instaura o reino de uma liberdade do desejo. Mas nela o desejo nunca é efetivamente liberado — seria o fim da ordem social —, o desejo só é liberado na imagem e em doses suficientes para provocar os reflexos de angústia e de culpabilidade ligados à emergên-

5. Esta análise é transponível no sistema dos objetos. É porque o objeto é ambíguo, é por não ser apenas um objeto, mas sempre, ao mesmo tempo, *prova de ausência da relação humana* (assim como o signo publicitário é prova de ausência do objeto real), que o objeto pode, também ele, desempenhar um papel potente de integração. A especificidade prática do objeto, contudo, faz que a prova de ausência do real seja aí menos acisada que no signo publicitário.

cia do desejo. Aliciada pela imagem, mas enganada e culpabilizada também por ela, a veleidade de desejo é recuperada pela instância social. Profusão de liberdade, contudo imaginária, contínua orgia mental, contudo orquestrada, regressão dirigida em que todas as perversidades são resolvidas em favor da ordem: se, na sociedade de consumo, a gratificação é imensa, a repressão é também enorme; recebemo-las conjuntamente na imagem e no discurso publicitários, que fazem o princípio repressivo da realidade atuar no próprio coração do princípio de prazer.

#### 4. A PRESUNÇÃO COLETIVA

##### *Detergente Pax*

A publicidade que silencia sobre os processos objetivos de produção e de mercado também omite a sociedade real e suas contradições. Joga com a presença/ausência de um coletivo global, com a *presunção coletiva*. Esse coletivo é imaginário, mas, virtualmente consumido, basta para assegurar o condicionamento serial. Considere-se, por exemplo, um cartaz Pax. Nele se vê uma multidão imensa e indistinta que agita brancas bandeiras imaculadas (a brancura Pax) em direção a um ídolo central, um gigantesco pacote de Pax, de reprodução fotográfica e dimensão igual, que se mostra de face para a multidão, no edifício da ONU, em Nova York. É bem claro que toda uma ideologia de paz e candura alimenta a imagem. Aqui, entretanto, consideremos sobretudo a hipóstase coletiva e seu uso publicitário. Persuade-se o consumidor no sentido de que ele, pessoalmente, deseja Pax, à medida que, de antemão, se lhe apresenta sua imagem de síntese. Esta multidão é ele, e seu desejo é evocado pela *presunção do desejo coletivo na imagem*. A publicidade aqui é muito hábil: cada desejo, seja o mais íntimo, ainda visa ao universal. Desejar uma mulher é subentender que todos os homens são suscetíveis de desejá-la. Nenhum desejo, nem mesmo sexual, subsiste sem a mediação de um imaginário coletivo. Talvez não possa sequer emergir sem esse imaginário: seria imaginável que se pudesse amar uma mulher de que se estivesse certo que nenhum homem do mundo seria capaz de desejá-la? Inversamente, se multidões inteiras adulam uma mulher, fica-

rei gamado por ela mesmo sem a conhecer. Esse é o recurso sempre presente (e o mais freqüentemente ocultado) da publicidade. Se é normal que vivamos nossos desejos em referência coletiva, a publicidade se dedica, todavia, a transformar tal constância na dimensão sistemática do desejo. Ela não se fia na espontaneidade das necessidades individuais, prefere controlá-las pelo funcionamento do coletivo e pela cristalização da consciência sobre esse coletivo puro. Uma espécie de sociodinâmica totalitária festeja suas mais belas vitórias: uma estratégia da solicitação coletiva institui-se sobre a presunção coletiva. Essa promoção do desejo pela única determinação de grupo capta uma necessidade fundamental, a da comunicação, mas para orientá-la não quanto a uma coletividade real, mas sim a um fantasma coletivo. O exemplo de Pax é claro: a publicidade finge solidarizar os indivíduos à base de um produto cuja compra e uso precisamente os remetem às suas esferas individuais. Paradoxalmente, somos induzidos a comprar em nome de todo mundo, por solidariedade reflexa, um objeto sobre o qual nossa primeira providência será usá-lo para diferenciar-nos dos outros. *A nostalgia coletiva serve para alimentar a concorrência individual.* De fato, mesmo essa concorrência é ilusória, pois, finalmente, cada um dos leitores do cartaz comprará *pessoalmente* o mesmo objeto que os outros. O balance da operação, seu “lucro” (para a ordem social) consiste, portanto, na identificação regressiva a uma totalidade coletiva vaga e, daí, na interiorização da sanção grupal. Cumplicidade e culpabilidade como sempre estão aqui ligadas: o que *também* estabelece a publicidade é a culpabilidade (virtual) quanto ao grupo. Não mais porém segundo o esquema tradicional da censura: aqui, a angústia e a culpabilidade são de início suscitadas para todos os fins úteis; e este fim, pela emergência de um desejo dirigido, é a submissão às normas do grupo. É fácil contestar o imperativo explícito do cartaz Pax (não será ele que me fará comprar Pax em vez de Omo, Sunil ou não comprar nada); é menos fácil recusar o significado segundo, a multidão vibrante, exaltada (sublinhada pela ideologia de “paz”). Resiste-se mal a esse esquema de cumplicidade *porque não se trata sequer de resistir*: a conotação ainda aqui é bastante legível, mas a sanção coletiva não é forçosamente figurada por uma multidão, porquanto pode ser retransmitida por qualquer outra representação. Por exemplo, erótica: por certo não compramos batatas fritas porque venham ilustradas

com uma cabeleira loura e duas belas nádegas. Mas é certo que, nessa breve mobilização da libido pela imagem, toda a instância social terá tido tempo de passar, com seus esquemas habituais de repressão, de sublimação e de transferência.

*Tradução de L. Costa Lima*

A SEMIOLOGIA: CIÊNCIA CRÍTICA E/OU  
CRÍTICA DA CIÊNCIA

*Julia Kristeva*

## COMENTÁRIOS

Julia Kristeva pertence ao grupo que reflete a influência da obra de L. Althusser. Radicada em Paris e escrevendo em revistas especializadas como *Tel Quel*, *La Pensée*, *Langages* e *Communications*, o seu livro de estréia acha-se no momento apenas anunciado. O texto que selecionamos foi publicado na revista *La nouvelle critique* (nº 16, 1968), sendo no mesmo ano recolhido na publicação que abrange os textos da mais recente crítica francesa, *Théorie d'ensemble* (Éd. du Seuil), caracterizada pelo esforço (polêmico) de reunir os contributos da lingüística, da obra de Lévi-Strauss em um balizamento de origem marxista. A autora assinala os três estágios pelos quais a semiologia tem passado. No primeiro, como Saussure a formulava, a semiologia, ciência geral dos signos verbais ou não-verbais, ocuparia a posição de círculo maior no qual a lingüística estaria como círculo menor, pois circunscrita à análise dos sistemas verbais. No segundo, onde se destaca a contribuição de R. Barthes, as relações se invertem. Qualquer análise de signos os revela impregnados de verbalização. Logo, o signo verbal apresenta o caráter de irreducibilidade quanto a qualquer outro sistema semiológico (gestual, sonoro, lúdico, pictórico etc.). No terceiro estágio, aqui desenvolvido, nota-se a quebra do padrão de superioridade que, no estágio segundo, desempenhavam os modelos lingüísticos. Lógica, lingüística e matemática agora contribuem de igual para os

modelos semiológicos. Essa quebra é acompanhada doutra mais profunda: a “subversão” dos conceitos científicos, em virtude da posição particular que, segundo Kristeva, a semiologia ocupa em face das ciências particulares. Sinteticamente tal posição é compreendida pelas tarefas que a semiologia teria a seu cargo: ela é tanto prática de estabelecimento de modelos quanto teoria e/ou crítica dessa prática. Onde:

$$S = PEM + Te \text{ e/ou } C \text{ de } P$$

Absorvendo em si prática e conceitualização, teoria e sistemática, bem como a crítica incessante desses instrumentos produzidos, para Kristeva a semiologia não remete a uma epistemologia, pois a traz consigo. A semiologia recusa-se, nesta concepção, a dar lugar à epistemologia, ao pensar a ciência fora das ciências particulares, por ser ela esse próprio pensar em ato. É o que se comprova cotejando este ensaio com o de Thomas Herbert, “Pour une théorie générale des idéologies” (*Cahiers pour l'analyse*, no 9, Éd. du Seuil, Paris, 1968, p. 74 e ss). O que Herbert diz no início de sua abordagem poderia ser endossado por Kristeva caso Herbert houvesse acrescentado que a “ciência das ideologias” tem o nome preciso de semiologia: “[...] se toda ciência é ciência de uma ideologia, a ciência das ideologias não pode escapar a esta lei: ela não tem, portanto, por objeto primeiro uma realidade que seria a ideologia sob suas diversas formas “naturais”, mas sim uma teoria ideológica da ideologia” (p. 76). Essas coincidência e diferença simultâneas melhor se verificam ao notarmos que Herbert emprega em sua teorização instrumental de procedência basicamente lingüística (conceitos de deslocamento metafórico e metonímico), enquanto Kristeva se reclama doutros, retirados da lógica e da matemática e, ainda, por não serem “subvertidos”, conforme a proposta da autora. Ora, tomar a semiologia como o *locus* epistemológico não seria sobrecarregá-la e, daí, previamente comprometer sua promessa de realização? As investigações de autores ainda não são bastantes para confirmar a dúvida ou desfazê-la. Assim, ao menos provisoriamente, a semiologia passa a ser pensada como ciência analítica e epistemologia de todo e qualquer discurso. A contribuição incontestável do estudo, portanto, não está aí; ela se mostra na reflexão que empreende sobre as relações entre seu pen-

samento e o de Marx. Kristeva pretende desenvolver a contraface de problema que Marx deixara intacta. Como assim? Mesmo por se tratar da análise de um sistema particularizado, o capitalismo, Marx restringe sua análise do trabalho entendendo-o como valor (“tempo” gasto na fabricação de uma mercadoria, o qual determinará seu preço de custo, primeiro fator a ser considerado no cálculo de seu preço efetivo). Podemos então escrever:

$$T \rightarrow V \rightarrow \text{Sentido}$$

Sendo que “Sentido” coloca-se na cadeia por ser fator extraído a partir do “valor” (de troca ou de uso), assegurado no e pela mercadoria (o objeto de arte ao entrar no museu já tivera seu “sentido” determinado, como etapa posterior ao “valor” que o mercado lhe concedera). Ora, realizando-se o trabalho em uma economia de mercado, o valor a considerar torna-se basicamente o de troca, o que então estabelece um empobrecimento maior dentro de uma realidade já empobrecida (pois T é marcado como coisa distinta de si, como V). Chegando a essa etapa, Kristeva tem condição de precisar o que entende como próprio à análise semiológica e nós de compreender qual a contraface da problemática de Marx que vai explorar. A saber: considerando-se que T é determinado como V no âmbito de um sistema socioeconômico específico, considerando-se que, nas sociedades, não há plano que funcione como determinante mecânico ao qual os outros se ajustem conforme a hipótese das empostações reducionistas — então na sociedade, mesmo capitalista, há sistemas que devem ser indagados fora da relação  $T \rightarrow V$  (de troca). É a isso que Kristeva chama análise da produtividade dita *texto*. No esforço de concretização de tal proposta, Freud torna-se-lhe relevante. Trata-se de colher o mecanismo do pensar antes de este ser investido de uma carga significativa (conteúdo) determinada. Assim então se estabelecem as duas equações:

$$\text{Produção} = T \rightarrow V \text{ (de troca)} \rightarrow \text{Sentido}$$

$$\text{Produtiv.} = \text{descoberta leis pensam. textualizado} \rightarrow \text{pré-sentido}$$

Na segunda proposição, em que a semiologia deverá encontrar seu terreno próprio, o conteúdo só é recuperado após descoberto o sistema que preside o agenciamento do texto.

LCL

10

## A SEMIOLOGIA: CIÊNCIA CRÍTICA E/OU CRÍTICA DA CIÊNCIA

*Julia Kristeva*

Num momento decisivo de auto-análise, o discurso (científico) se volta hoje sobre as *linguagens* para retirar seus modelos.

Ou melhor, já que a prática (social: isto é, a economia, os costumes, a arte etc.) é encarada como um sistema significante “estruturado como uma linguagem”, toda prática pode ser cientificamente estudada como *modelo secundário* relativamente à *língua* natural, modelada sobre essa língua e modelando-a.<sup>1</sup>

É exatamente nesse ponto que a semiologia se articula, ou melhor, atualmente, *se procura*.

Tentaremos aqui destacar algumas de suas particularidades que lhe asseguram um *lugar preciso* na história do *conhecimento* e da *ideologia* pois que, a nosso ver, esse tipo de discurso marca decisivamente o processo de subversão cultural que nossa civilização está prestes a sofrer. Particularidades que explicam a hostilidade mal camuflada da *parole* (da consciência) burguesa nas suas múltiplas variantes (do esteticismo esotérico ao cientificismo positivista, do jornalismo “liberal”

---

N.B. A posição teórico-política da autora mudou drasticamente nas últimas décadas. Muito provavelmente, ela hoje não acatará o que aqui dizia (Nota em março de 2002).

---

1. Cf. *Troudy po Znakovym Sistemam* (Investigações sobre os sistemas sígnicos), Tartu, Estônia, URSS 1965. (Alguns dos ensaios apresentados no volume russo tornam-se agora mais acessíveis ao leitor ocidental por sua tradução ao italiano, em *I Sistemi di Segni e lo Strutturalismo Sovietico*, antologia realizada por Remo Faccani e Umberto Eco, Bompiani, Milão, 1969, LCL.)

ao “militantismo” limitado) que consideram essa pesquisa “obscura”, “gratuita”, “esquemática” ou “empobrecedora”, isso quando recuperam, como margem inofensiva, os produtos menores, coisa que uma investigação em curso não deixa de denunciar.

Em face da expansão (e da contestação) da semiologia, uma teoria de sua aplicação é necessária que a situe na história da ciência e do pensamento sobre a ciência e que se ligue à pesquisa, hoje empreendida apenas pelo marxismo com a seriedade dos trabalhos de (e inspirados por) L. Althusser.

As notas que seguem são apenas uma *anáfora* (um gesto de indicação) dessa necessidade. Assim não falaremos tanto no que é a semiologia e sim no que ela nos parece *poder fazer*.

## 1. A SEMIOLOGIA COMO ELABORAÇÃO DE MODELOS (MODELAGEM)

A complexidade do problema começa desde a definição dessa pesquisa nova. Para Saussure que introduziu o termo (*Cours de Linguistique Générale*, 1916), a semiologia deveria designar uma vasta ciência dos signos da qual a Linguística seria apenas uma parte. Ora, descobriu-se num segundo estágio que, qualquer que seja o objeto-signo da semiologia (gesto, som, imagem etc.), ele só é acessível ao conhecimento por meio da *langue*.<sup>2</sup> Disso resulta que “a linguística não é uma parte, mesmo privilegiada, da ciência geral dos signos; a semiologia é que é parte da linguística: precisamente aquela parte que leva em conta as *grandes unidades significantes do discurso*”.<sup>3</sup>

Não podemos abordar aqui as vantagens e as desvantagens dessa inversão<sup>4</sup> a nossos olhos muito pertinente e que exige, por sua vez, modificações em razão da própria abertura que ela permitiu. Segundo J. Derrida, assinalaremos as limitações científicas e ideológicas que o

2. “A Semiologia é levada a encontrar cedo ou tarde a linguagem (*a verdade*) no seu caminho, não somente a título de modelo, mas também a título de componente, de *relais* ou de significado”. (R. Barthes, *Le Degré Zéro de l'Écriture*, Éléments de Sémiologie, Bibl. Médiation, Paris, 1965).

3. *Ibid.*

4. Cf. sobre esse assunto a crítica de J. Derrida, *De la Grammatologie*, Éd. de Minuit, 1967.

modelo *fonológico* pode impor a uma ciência que visa modelar as práticas *translingüísticas*. Mas fixaremos o gesto básico da semiologia: ela é uma *formalização*, uma *produção de modelos*.<sup>5</sup> Assim, quando dissermos semiologia, pensaremos na elaboração (o que, aliás, está por fazer) de modelos: ou seja, de sistemas formais de estrutura isomorfa ou análoga<sup>6</sup> à estrutura de um outro sistema (do sistema estudado).

Dito de outro modo, num terceiro estágio a semiologia se elaboraria como uma axiomatização dos sistemas significantes, sem se deixar prender por suas relações de dependências epistemológicas com a linguística, mas tomando de empréstimo às ciências formais (a matemática, a lógica que, desde logo, são reduzidas à condição de ramificações da vasta “ciência” de modelos da linguagem) seus modelos que a linguística, em troca, poderia adotar para se renovar.

Nesse sentido, mais de que uma semiologia, falaremos de um *nível semiológico* que é o nível de axiomatização (da formalização) dos sistemas significantes.<sup>7</sup>

Definindo a semiologia como uma produção de modelos, designamos seu *objeto*, mas, ao mesmo tempo, tocamos na particularidade que a distingue entre as outras “ciências”.<sup>8</sup> Os modelos que a semiologia elabora, como os modelos das ciências exatas, são *representações*<sup>9</sup> e como tais se realizam nas coordenadas espaço-temporais. Ora — e eis surgir a distinção com outras ciências exatas —, a semiologia é também a produção da *teoria* da modelagem que ela é: uma teoria que em

5. Cf. A. Rosenbluth e W. Wiener, “The role of models in science”, *Philosophy of Science*, 1945, vol. n. 4, p. 314. Notemos o sentido etimológico da palavra “modelo” para precisar, enfim, o conceito: lat. *modus* = medida, melodia, modo, cadencia, limite conveniente, moderação, maneira.

6. A noção de analogia que parece chocar as consciências puristas deve ser aqui tomada no seu sentido sério e que Mallarmé definia “poeticamente” assim: “Todo mistério está nisso: estabelecer as identidades secretas por um dois a dois que gasta e usa os objetos, em nome de uma pureza central.”

7. “Pode-se dizer que o semiológico constitui uma espécie de significante que, tomado como um nível analógico qualquer, articula o significado simbólico e o constitui num entrelaçamento de significações diferenciadas”. (A. J. Greimas, *Sémantique Structurale*, Larousse, 1966).

8. A visão clássica distingue entre ciências naturais e ciências humanas e considera ciências “puras” principalmente as primeiras.

9. O modelo é sempre uma representação. O problema consiste no que está representado e como aparece a função da representação” (G. Frey, “Symbolische und ikonische Modelle” in *Synthese*, 1960, vol. XII, nc. 2/3, p. 213).

princípio pode abordar o que não é da ordem da representação. Evidentemente, uma teoria está sempre implícita nos modelos de cada ciência. Mas a semiologia *manifesta* essa teoria, ou melhor, ela não existe sem essa teoria que a constitui, o que vale dizer, ela constitui ao mesmo tempo (e a cada vez) seu *objeto* (portanto, o *nível semiológico* da prática estudada) e seu *instrumento* (o tipo de modelo que corresponderia a uma certa estrutura semiológica designada pela teoria). Em cada caso concreto da pesquisa semiótica, uma reflexão teórica destaca o modo de funcionamento significativo que se trata de axiomatizar e um formalismo vem representar o que a teoria destacou. (Notemos que esse movimento é sincrônico e dialético e só não o dizemos diacrônico por comodidade de representação.)

A semiologia é assim um tipo de pensamento em que a ciência se alimenta (é consciente) do fato de ser uma teoria. Em cada momento em que ela se produz, a semiologia pensa seu objeto, seu instrumento e suas relações, logo *se* pensa, e torna-se nesta volta sobre si mesma, a *teoria da ciência que ela é*. O que significa a semiologia ser a cada etapa uma reavaliação de seu objeto e/ou de seus modelos, uma crítica desses modelos (logo, das ciências das quais eles são retirados) e de si mesma (como sistema de verdades constantes). Cruzamento das ciências e de um processo teórico sempre em curso, a semiologia não pode se constituir como uma ciência e ainda menos como a ciência: ela é um caminho aberto de procura, uma crítica constante que remete a si mesma, isto é, que se autocritica. Sendo sua própria teoria, a semiologia é o tipo de pensamento que, sem se erigir em sistema, é capaz de se modelar (de se pensar) a si mesma.

Mas essa volta sobre si mesma não é um círculo. A pesquisa semiológica permanece uma pesquisa que não encontra nada ao fim da pesquisa (“nenhuma chave para nenhum mistério”, dirá Lévi-Strauss); senão seu próprio gesto ideológico, para tomar consciência dele, negá-lo e recomeçar de novo. Tendo por *finalidade um conhecimento*, ela termina por encontrar como resultado de seu trajeto uma *teoria* que, sendo ela própria um sistema significativo, remete a pesquisa semiótica ao seu ponto de partida: ao modelo da própria semiologia para criticá-lo ou invertê-lo.

Isso para dizer que a semiologia só se pode cumprir como uma *crítica da semiologia* que leva a outra coisa que não a semiologia: ou seja, *ideologia*. Por essa via, que Marx foi o primeiro a praticar, a semiologia

torna-se na história do saber o lugar em que se rompe aquela tradição pela qual e na qual “a ciência se apresenta como um *círculo fechado* sobre si mesmo, a mediatização subordinando o fim ao começo, o que constitui a base simples do processo; mas esse círculo é, além disso, um *círculo de círculos*; porque cada membro, uma vez animado pelo método, é uma reflexão sobre si que, do fato de voltar ao começo, é em si mesma começo de um novo membro. Os fragmentos dessa cadeia representam as ciências particulares, cada uma com um *antes* e um *depois* ou, mais exatamente, cada uma só tem um *antes* e mostra seu *depois* no próprio silogismo”.<sup>10</sup> A prática semiótica rompe com essa visão teleológica de uma ciência subordinada a um sistema filosófico e em virtude disso, destinada a se autoconverter em sistema.<sup>11</sup> Sem se tornar um sistema, o lugar da semiologia como elaboração de modelos e de teoria é o lugar de contestação e de autocontestação: um “círculo” que não se fecha. Seu “fim” não recupera seu “começo” mas o rejeita, agita-o e se desdobra noutro discurso, isto é, em outro objeto e em outro método; ou melhor, não há mais fim que não seja começo, o começo é um fim e vice-versa.

Portanto, toda semiologia só se pode cumprir como crítica da semiologia. Ponto morto das ciências, a semiologia é a consciência dessa morte e a procura do *científico* com essa consciência; mais (ou menos) que uma ciência, ela é sobretudo o lugar de agressividade e de subversão do discurso científico no próprio interior do discurso. Pode-se sustentar que a semiologia é essa “ciência das ideologias” como se sugeriu na Rússia revolucionária<sup>12</sup> mas também uma ideologia das ciências.

Tal concepção da semiologia não implica absolutamente relativismo ou ceticismo agnóstico. Retoma, ao contrário, a prática científica de Marx à medida que recusa um sistema absoluto (aí compreendido o sistema científico), mas conserva o procedimento científico,

10. Hegel, *Science de la logique*, T. II, p. 571, Aubier, 1949.

11. “O conteúdo do conhecimento entra, como tal, no círculo de nossas considerações, porque sendo deduzido, ele pertence ao método. O próprio método se amplia para tornar-se um sistema” (ibid., p. 566).

12. “Para a ciência marxista as ideologias se colocam dois problemas fundamentais: 1) os problemas das particularidades e das formas do material ideológico organizado como um material significativo. 2) O problema das particularidades e das formas de comunicação social que realiza esta significação” (P.N. Medvedev, *Formalni metod v literaturovedenii Kriticheskoiye uvedenie v sotsiologicheskiju poetiku* [O método formal na teoria literária. Introdução crítica a uma sociologia da poética], Leningrado, 1928). Analisaremos mais adiante a importância dessa distinção.

isto é, o processo de elaboração de modelos dublado pela teoria que subentende esses modelos. Fazendo-se no vaivém constante entre os dois, mas também afastada relativamente a eles — pois, do ponto de vista de uma tomada de posição teórica na prática social em curso, um tal pensamento evidencia aquele “corte epistemológico” que Marx introduziu.

A semiologia assim concebida implica: 1ª a relação particular da semiologia com as outras ciências e mais especialmente com a lingüística, a matemática e a lógica, das quais ela retira seus modelos; 2ª a introdução de uma nova terminologia e a subversão da terminologia existente.

A semiologia de que falamos se serve de modelos lingüísticos, matemáticos e lógicos e os liga às práticas significantes que aborda. Essa junção é um fato tanto teórico quanto científico, portanto profundamente ideológico e que desmistifica a exatidão e a “pureza” do discurso científico. Subverte as premissas exatas de onde parte a pesquisa científica, de modo que na semiologia, a lingüística, a lógica e a matemática são “premissas subvertidas” que não têm nada (ou que têm muito pouco) a ver com seu caráter fora da semiologia. Longe de serem unicamente a fonte de empréstimos de modelos para a semiologia, essas ciências exatas são também o *objeto recusado* da semiologia, o objeto que ela recusa para se construir explicitamente como uma crítica. Termos matemáticos como “teorema da existência” ou “axioma da escolha”; físicos como “isotropia”; lingüísticos como competência (*competence*), execução (*performance*), geração, anáfora; lógicos como disjunção, estrutura ortocomplementar etc. podem obter um sentido diferente quando são aplicados a um novo objeto ideológico, como, por exemplo, o objeto com que se elabora uma semiologia contemporânea e que é diferente do campo conceitual no qual os termos respectivos foram concebidos. Atuando sobre “a novidade da não novidade”, sobre essa diferença de sentido de um mesmo termo em diferentes contextos teóricos, a semiologia desvela como a ciência nasce numa ideologia. “O novo objeto bem pode conservar algumas ligações com o antigo objeto ideológico, pode-se reencontrar nele *elementos* que pertenciam também ao antigo objeto; mas o sentido desses elementos muda com a nova estrutura que lhes confere, exatamente, seu sentido. Essas semelhanças aparentes, atuando sobre elementos isolados, podem enganar uma análise superficial que ignore a função

da estrutura na constituição do sentido dos elementos de um objeto[...].”<sup>13</sup> Marx praticou essa subversão dos termos das ciências precedentes: a “mais-valia” era para a terminologia dos mercantilistas o “resultado de uma majoração do valor do produto”. Marx deu um novo sentido à mesma palavra; colocou assim em prática “a novidade da não-novidade de uma realidade figurante nas duas decisões diferentes, isto é, na modalidade dessa *realidade* inscrita em dois discursos teóricos”.<sup>14</sup>

Se a abordagem semiológica provoca essa inversão do sentido dos termos, por que empregar uma terminologia que já tem um emprego estrito?

Sabe-se que toda renovação do pensamento científico fez-se por meio e graças a uma renovação da terminologia: não há invenção propriamente dita senão quando aparece um novo termo (seja oxigênio ou cálculo infinitesimal). “Todo aspecto novo de uma ciência implica uma revolução nos termos técnicos (*Fachonsdrücken*) dessa ciência. [...] A economia política, em geral, se contentou em retomar tais quais os termos da vida comercial e industrial, e em operar com eles, sem se aperceber que esta maneira se limitava no círculo estreito das idéias expressas por estes termos[...].”<sup>15</sup> Hoje, considerando como passageiros o sistema capitalista e o discurso que o acompanha, a semiologia quando pensa a prática significativa no seu projeto crítico serve-se de termos diferentes dos que empregavam os discursos anteriores das “ciências humanas”.

Renunciando assim à terminologia cientista e subjetivista, a semiologia endereça-se ao vocabulário das ciências exatas. Mas, como indicamos anteriormente, esses termos têm uma *outra aceção* no novo campo ideológico em que a pesquisa semiótica *pode* se construir — alteridade que retomaremos a seguir. Esse emprego de termos das ciências exatas não impede a possibilidade de introdução de uma terminologia nova, nos pontos mais decisivos da pesquisa semiótica.

13. L. Althusser, *Lire le Capital*, II, p. 125.

14. *Ibid.*, p. 114.

15. Engels, Prefácio à edição inglesa de *OCapital*, 1866 (citado por L. Althusser, *op. cit.*, p. 112).

isto é, o processo de elaboração de modelos dublado pela teoria que subentende esses modelos. Fazendo-se no vaivém constante entre os dois, mas também afastada relativamente a eles — pois, do ponto de vista de uma tomada de posição teórica na prática social em curso, um tal pensamento evidencia aquele “corte epistemológico” que Marx introduziu.

A semiologia assim concebida implica: 1ª a relação particular da semiologia com as outras ciências e mais especialmente com a lingüística, a matemática e a lógica, das quais ela retira seus modelos; 2ª a introdução de uma nova terminologia e a subversão da terminologia existente.

A semiologia de que falamos se serve de modelos lingüísticos, matemáticos e lógicos e os liga às práticas significantes que aborda. Essa junção é um fato tanto teórico quanto científico, portanto profundamente ideológico e que desmistifica a exatidão e a “pureza” do discurso científico. Subverte as premissas exatas de onde parte a pesquisa científica, de modo que na semiologia, a lingüística, a lógica e a matemática são “premissas subvertidas” que não têm nada (ou que têm muito pouco) a ver com seu caráter fora da semiologia. Longe de serem unicamente a fonte de empréstimos de modelos para a semiologia, essas ciências exatas são também o *objeto recusado* da semiologia, o objeto que ela recusa para se construir explicitamente como uma crítica. Termos matemáticos como “teorema da existência” ou “axioma da escolha”; físicos como “isotropia”; lingüísticos como competência (*competence*), execução (*performance*), geração, anáfora; lógicos como disjunção, estrutura ortocomplementar etc. podem obter um sentido diferente quando são aplicados a um novo objeto ideológico, como, por exemplo, o objeto com que se elabora uma semiologia contemporânea e que é diferente do campo conceitual no qual os termos respectivos foram concebidos. Atuando sobre “a novidade da não novidade”, sobre essa diferença de sentido de um mesmo termo em diferentes contextos teóricos, a semiologia desvela como a ciência nasce numa ideologia. “O novo objeto bem pode conservar algumas ligações com o antigo objeto ideológico, pode-se reencontrar nele *elementos* que pertenciam também ao antigo objeto; mas o sentido desses elementos muda com a nova estrutura que lhes confere, exatamente, seu sentido. Essas semelhanças aparentes, atuando sobre elementos isolados, podem enganar uma análise superficial que ignore a função

da estrutura na constituição do sentido dos elementos de um objeto[...].”<sup>13</sup> Marx praticou essa subversão dos termos das ciências precedentes: a “mais-valia” era para a terminologia dos mercantilistas o “resultado de uma majoração do valor do produto”. Marx deu um novo sentido à mesma palavra; colocou assim em prática “a novidade da não-novidade de uma realidade figurante nas duas decisões diferentes, isto é, na modalidade dessa *realidade* inscrita em dois discursos teóricos”.<sup>14</sup>

Se a abordagem semiológica provoca essa inversão do sentido dos termos, por que empregar uma terminologia que já tem um emprego estrito?

Sabe-se que toda renovação do pensamento científico fez-se por meio e graças a uma renovação da terminologia: não há invenção propriamente dita senão quando aparece um novo termo (seja oxigênio ou cálculo infinitesimal). “Todo aspecto novo de uma ciência implica uma revolução nos termos técnicos (*Fachonsdrücken*) dessa ciência. [...] A economia política, em geral, se contentou em retomar tais quais os termos da vida comercial e industrial, e em operar com eles, sem se aperceber que esta maneira se limitava no círculo estreito das idéias expressas por estes termos[...].”<sup>15</sup> Hoje, considerando como passageiros o sistema capitalista e o discurso que o acompanha, a semiologia quando pensa a prática significativa no seu projeto crítico serve-se de termos diferentes dos que empregavam os discursos anteriores das “ciências humanas”.

Renunciando assim à terminologia cientista e subjetivista, a semiologia endereça-se ao vocabulário das ciências exatas. Mas, como indicamos anteriormente, esses termos têm uma *outra aceção* no novo campo ideológico em que a pesquisa semiótica *pode* se construir — alteridade que retomaremos a seguir. Esse emprego de termos das ciências exatas não impede a possibilidade de introdução de uma terminologia nova, nos pontos mais decisivos da pesquisa semiótica.

13. L. Althusser, *Lire le Capital*, II, p. 125.

14. *Ibid.*, p. 114.

15. Engels, Prefácio à edição inglesa de *O Capital*, 1866 (citado por L. Althusser, *op. cit.*, p. 112).

## 2. A SEMIOLOGIA E A PRODUÇÃO

Até aqui definimos o objeto da semiologia como um *nível* semiológico: como uma ruptura tal nas práticas significantes que o significado é modelado como signifiante. Nada melhor que essa definição para designar a novidade da pesquisa semiótica em relação às “ciências humanas” precedentes, e à ciência em geral: novidade pela qual a semiologia liga-se à pesquisa de Marx à medida que ele apresenta uma economia ou uma sociedade (um significado) como uma permutação de elementos (significantes). Se, sessenta anos depois da aparição do termo, pode-se falar hoje de uma semiologia “clássica”, digamos que a sua *demarche* é captada pela definição dada. Parece-nos entretanto que nos situaremos na *abertura permitida* pelo pensamento de nosso século (Marx, Freud, a reflexão husserliana), se definirmos o objeto da semiologia de maneira mais sutil e como segue.

A grande novidade da economia marxista era, como se sublinhou várias vezes, pensar o social como um *modo de produção* específico. O trabalho deixa de ser uma *subjetividade* ou uma essência do homem: Marx substitui o conceito de “uma potência sobrenatural de criação” (*Crítica de Gotha*) pelo da “produção” vista sob seu duplo aspecto: processo de trabalho e relações sociais de produção cujos elementos participam de uma combinatória de lógica particular. Pode-se dizer que as variações dessa combinatória são os diferentes tipos de *sistemas* semióticos. Assim, o pensamento marxista coloca, pela primeira vez, a *problemática* do trabalho produtor como característica primordial na definição de um sistema semiótico. Isso se dá quando, por exemplo, Marx destrói o conceito de “valor” e só fala de valor “porque ele é uma cristalização de trabalho social”.<sup>16</sup> Chega mesmo a introduzir conceitos (“a mais-valia”) que só devem sua existência ao trabalho *não mensurável*, mas que são mensuráveis unicamente por seu efeito (a circulação das mercadorias, a troca).

Mas, se de acordo com Marx a produção é colocada como problemática e como combinatória que determina o social (ou valor), ela só é estudada do ponto de vista do social (do valor), portanto da distribuição e da circulação das mercadorias, e não do ponto de vista do

interior da produção em si mesma. O estudo que Marx empreende é um estudo da sociedade capitalista, as leis de troca e do capital. Neste espaço e para os objetivos deste estudo, o trabalho se “reifica” em um objeto que assume um lugar preciso (para Marx, determinante) no processo da troca, mas que não é menos examinado sob o ângulo dessa troca. Marx foi assim levado a estudar o trabalho como *valor*, a adotar a distinção valor de uso/valor de troca e — sempre seguindo as leis da sociedade capitalista — só estuda esta última. A análise marxista recai sobre o *valor de troca*, isto é, sobre o *produto do trabalho* posto em circulação: o trabalho, no sistema capitalista, advém como valor (*quantum* de trabalho) e é como tal que Marx analisa sua combinatória (força de trabalho, trabalhadores, patrões, objeto de produção, instrumento de produção). Da mesma maneira, quando aborda o trabalho em si mesmo e estabelece distinções no interior do conceito “trabalho”, as faz do ponto de vista da circulação: circulação de uma utilidade (e então o trabalho é *concreto*: “[...] dispêndio da força humana sob tal ou qual forma produtiva, determinada por um fato particular, e, sob este título de trabalho *concreto e útil*, produz valores de uso ou utilidades”,<sup>17</sup> ou circulação de um valor e então o trabalho é abstrato: “dispêndio no sentido fisiológico da força humana”). Assinalamos entre parênteses que Marx insiste na relatividade e na historicidade do valor e sobretudo do valor de troca.

Além disso, quando tenta abordar o valor de uso, para se isentar um momento desse processo abstrato de circulação (simbólico) de valores de troca numa economia burguesa, Marx contenta-se em indicar — e os termos são aqui muito significativos — que se trata de um *corpo* e de um *dispêndio*. “Os valores de uso, isto é, os corpos das mercadorias são combinações de dois elementos, matéria e trabalho. [...] O trabalho não é pois a única fonte dos valores de uso que ele produz, da riqueza material. Ele é o *pai* e a terra é a *mãe*.”<sup>18</sup> “Afim, toda atividade produtiva, abstração feita de seu caráter útil, é um *dispêndio* de força humana.”<sup>19</sup>

17. *Le Capital*, in *Oeuvres*, bibl. de la Pléiade, p. 573.

18. *Ibid.*, p. 570.

19. *Ibid.*, p. 571.

16. Marx, *Critique de l'économie politique*.

Marx põe claramente os problemas: do ponto de vista da distribuição e do concurso social, ou digamos, da comunicação, o trabalho é sempre um valor, de uso ou de troca. Em outros termos, se na comunicação os valores são sempre e indefectivelmente cristais de trabalho, o trabalho não representa nada fora do valor no qual se cristaliza. Esse trabalho-valor é mensurável pelo valor que é e não de outra maneira: mede-se o valor pela quantidade de tempo social necessário à produção.

Tal concepção do trabalho, tirada do espaço em que ela é produzida, isto é, do espaço capitalista, pode levar à valorização da produção e atrair as críticas pertinentes da filosofia heideggeriana.

Mas — e Marx esboça claramente essa possibilidade — um outro espaço é pensável em que o trabalho poderia ser apreendido fora do valor, ou seja, antes da mercadoria produzida e posta em circulação na cadeia comunicativa. Nessa cena em que o trabalho não *representa* ainda nenhum valor e não quer dizer nada, logo não tem sentido, nesta cena trata-se das relações de um *corpo* e de um *dispêndio*. Essa produtividade anterior ao valor, esse “trabalho pré-sentido”, Marx não tem nem a intenção nem os meios de abordá-lo. Faz apenas uma descrição crítica da economia política: uma *crítica* do sistema de troca de signos (de valores) que ocultam um trabalho-valor. Lido como crítica, o texto de Marx sobre circulação de dinheiro é um dos cumes que atingiu o discurso (comunicativo), já que ele só pode falar da comunicação *mensurável* sobre o fundo de produção; a qual é apenas indicada. Nesse aspecto a reflexão crítica de Marx sobre o sistema de troca faz pensar na crítica contemporânea do signo e da circulação do sentido: o discurso crítico sobre o signo, ademais, não deixa de ser reconhecido no discurso crítico sobre o dinheiro. Assim, quando J. Derrida funda sua teoria da “*écriture*” em oposição à teoria da circulação dos signos, escreve: “Este movimento de abstração analítica na circulação dos signos arbitrários é paralela àquele no qual se constitui a moeda. O dinheiro substitui as coisas por seus signos. Não somente no interior de uma sociedade mas de uma cultura para outra, ou de uma organização econômica para outra. Isso porque o alfabeto é comerciante. Ele deve estar compreendido *no momento monetário da racionalidade econômica. A descrição crítica do dinheiro é a reflexão fiel do discurso sobre a ‘écriture’*.”<sup>20</sup>

20. J. Derrida, *De la Grammatologie*, 1967, p. 424. O grifo é nosso.

Foi necessário o longo desenvolvimento da ciência do discurso, das leis de suas permutações e de suas anulações; foi necessária uma longa meditação sobre os princípios e os limites do *Logos* como modelo típico do sistema de comunicação de sentido (de valor), para que, hoje, se possa colocar o conceito desse “trabalho” que “não quer dizer nada”, dessa produção muda, mas marcante e transformadora, anterior a dizer circular, à comunicação, à troca, ao sentido. Um conceito que se forma na leitura, por exemplo, de textos como os de J. Derrida quando ele escreve “traço”, “grama”, “diferença” ou “*écriture avant le letre*” criticando o *signo* e o *sentido*.

Nessa direção, notemos a contribuição magistral de Husserl e de Heidegger, mas sobretudo de Freud que, primeiramente, se preocupou com o trabalho constitutivo da significação anterior ao sentido produzido e/ou ao discurso representativo: com o mecanismo do sonho. Intitulando um dos capítulos da *Interpretação dos sonhos* “O trabalho do sonho”, Freud descortina a própria produção como um *processo* não de troca (ou de uso) de um sentido (de um valor), mas de jogo permutativo que modela a própria produção. Freud abre assim a problemática do trabalho como *sistema semiótico particular*, distinto do de troca: esse trabalho se faz no interior do discurso comunicativo, mas dele essencialmente difere. Ao nível da manifestação ele é um hieróglifo, e no nível latente, um *pensamento de sonho*. “Trabalho de sonho” torna-se um conceito teórico que origina uma nova procura: a que toca à produção pré-representativa, à elaboração do “pensar” antes do pensamento. Para essa nova procura uma ruptura radical separa o *trabalho do sonho* do trabalho do pensamento desperto: “não se pode compará-los”. “O trabalho do sonho não pensa nem calcula; de uma maneira mais geral, ele não julga; contenta-se em transformar.”<sup>21</sup>

Todo o problema da semiologia atual nos parece estar aí: continuar a formalizar os sistemas semióticos do ponto de vista da comunicação (arrisquemos uma comparação brutal: como Ricardo considerava a mais-valia do ponto de vista da distribuição e do consumo), ou então abrir no interior da problemática da comunicação (que é inevitavelmente toda problemática social) esta outra cena que é a produção de sentido anterior ao sentido.

21. Freud, *L'Interpretation des Rêves*, P.U.F., 1968, p. 432.

Se se adota a segunda alternativa, duas possibilidades se oferecem: ou se isola um aspecto mensurável, logo representável, do sistema significantemente estudado a partir de um conceito não mensurável (o trabalho, a produção, ou a grama, o traço, a diferença); ou se tenta construir uma nova problemática científica (no sentido designado acima de uma ciência que é também uma teoria) que esse novo conceito não deixa de suscitar. Dito de outro modo, no segundo caso, trata-se de construir uma nova *ciência* depois que se tenha definido um novo objeto: o *trabalho* como prática semiótica diferente da troca.

Várias manifestações da atualidade social e científica justificam, na verdade exigem, uma tal tentativa. A presença imperativa do mundo do trabalho na cena histórica reclama seus direitos contra o sistema de troca e impõe ao *conhecimento* inverter sua óptica: não mais *troca fundada sobre a produção*, mas *produção regulada pela troca*.

A própria ciência exata já se defronta com os problemas do não-representável e do não-mensurável; ela tenta pensá-los não como desvio em relação ao mundo observável, mas como uma estrutura de leis particulares. Não estamos mais no tempo de Laplace em que se acreditava na inteligência superior capaz de englobar “na mesma fórmula os movimentos dos maiores corpos do universo e os dos mais leves átomos: nada seria incerto para ela, e o futuro como o passado seria presente a nossos olhos”.<sup>22</sup> A mecânica dos *quanta* percebe que nosso discurso (a *inteligência*) precisa ser “fraturado”, deve mudar de objeto e de estrutura, para abordar uma problemática que não se enquadra mais com o raciocínio clássico; fala-se então de *objeto inobservável*<sup>23</sup> e procuram-se novos modelos, lógicos e matemáticos, de formalização.

Herdeira dessa infiltração do pensamento científico no interior do não-representável, a semiologia da produção se servirá, sem dúvida, desse modelos que as ciências exatas elaboraram (a lógica polivalente, a topologia). Mas por ser ela uma ciência-teoria do discurso e portanto de si mesma, por tender a tomar a via dinâmica da produção antes do próprio produto e, portanto, rebelde à representação que se serve unicamente de modelos (representativos), recusa-se a fixar a própria formalização que lhe dá corpo, retornando-a incessantemente

22. Laplace, *Essais Philosophiques sur les Probabilités*, Gauthier Villar, 1921, p. 3.

23. H. Reichenbach, *Philosophical Foundations of Quantum Mechanics*, 1946.

por uma teoria inquieta do não-representável (não-mensurável). A semiologia da produção assim acentuará a *alteridade* de seu objeto quanto a um objeto de troca (representável e representativo) que aborda as ciências exatas. Ao mesmo tempo, acentuará a subversão da terminologia científica (exata), orientando-a para essa outra cena do trabalho, hoje apenas entrevista, antes do momento do valor.

É aí que se encontra a dificuldade da semiologia: para si mesma e para aqueles que, lhe sendo exteriores, querem compreendê-la. É efetivamente impossível compreender de que fala uma tal semiologia que coloca o problema de uma produção que não equivale à comunicação fazendo-se sempre por meio dela, se não se aceita essa ruptura que separa claramente a problemática da troca do trabalho.

Entre as múltiplas conseqüências que uma tal visão semiótica apresenta, assinalemos uma: ela substitui à concepção de uma *historicidade linear*, a necessidade de estabelecer uma tipologia das práticas significantes segundo os modelos particulares de produção de sentido que os estabelecem. Essa visão é portanto diferente do historicismo tradicional, substituído pela pluralidade das produções irreduzíveis uma à outra e, irreduzível ainda, ao pensamento da troca. Insistamos que não se trata de catalogar uma lista de *modos* de produção: Marx o sugeriu limitando-se ao ponto de vista da circulação dos produtos. Visa-se colocar a diferença entre os tipos de produção significantes antes do produto (o valor): as filosofias orientais tentaram abordá-los sob o aspecto do trabalho pré-comunicativo.<sup>24</sup> Esses tipos de produção constituirão talvez o que se chamou uma “história monumental” “à medida que ela é o fundo”, de modo literal, relativamente a uma história “cursiva, figurada, teleológica [...]”.<sup>25</sup>

### 3. SEMIOLOGIA E “LITERATURA”

No campo assim definido da semiologia, a chamada prática dita literária ocupa um lugar privilegiado?

24. Para um ensaio de tipologia das práticas significantes cf. o nosso “Pour une semiologie des paragraphes” in *Tel Quel* 29 e “Distance et anti-représentation”, in *Tel Quel* 32.

25. Ph. Sollér, “Programme” in *Logiques*, Ed. du Seuil, Coll. Tel Quel, 1968.

Para a semiologia a literatura não existe. Ela só existe como um discurso igual aos outros e não como objeto estético. Ela é uma *prática semiótica particular* com a vantagem de tornar mais apreensível que outras essa problemática da produção de sentido que uma semiologia nova se coloca, e por conseqüência, só tem interesse à medida que ela (a “literatura”) é encarada na sua irredutibilidade ao objeto da lingüística normativa (do discurso codificado e denotativo). Poder-se-ia assim adotar o termo “*écriture*” quando se trata de um texto visto como produção, para distingui-lo dos conceitos de “literatura” e de discurso (*parole*). Compreende-se então que é leviandade, senão má-fé, escrever *parole* (ou *écriture*), língua falada (ou língua escrita).

Visto como prática, o texto literário “não é assimilável ao conceito historicamente determinado de literatura”. Ele implica a inversão e a mudança completa do solo e dos efeitos desse conceito... Dito de outra maneira, a problemática específica da “*écriture*” se separa maciçamente do mito e da representação para se pensar na sua literalidade e em seu espaço. A prática define-se ao nível do texto à medida que esse termo remete, daqui por diante, a uma função que, entretanto, a *écriture* “não exprime”, mas de que ela *dispõe*. Economia dramática cujo “lugar geométrico” não é representável (é desempenhado).

Todo texto “literário” pode ser encarado como produtividade. Ora, a história literária desde fim do século XIX apresenta textos modernos que, nas suas próprias estruturas, se pensam como produção irredutível à representação (Joyce, Mallarmé, Lautréamont, Roussel). Assim uma semiologia da produção deve abordar esses textos, justamente para alcançar uma prática escritural voltada para a produção, com um pensamento científico em busca da produção. E retirar dessa pesquisa todas as conseqüências, isto é, as transformações recíprocas que as duas práticas mutuamente se infligem.

Elaborados sobre e a partir desses textos modernos, os modelos semióticos assim produzidos se voltam para o texto social — para as práticas sociais de que a literatura é apenas uma variante não-valorizada — a fim de pensá-las como transformações-produções em curso.

Fevereiro de 1968

*Tradução de Marilena Werneck*

## A MENSAGEM FOTOGRÁFICA

*Roland Barthes*

## COMENTÁRIO

Nascido em 1915, Roland Barthes é hoje o nome mais conhecido — não se leia necessariamente o mais importante — da semiologia de procedência francesa, assim como o crítico que pela primeira vez procurou aplicar o método estruturalista à análise literária — não importam as objeções que, em nome desse próprio método se lhe façam. O presente texto foi publicado no número inicial (1962) da revista *Communications* e não se encontra, pelo menos ainda, em forma de livro. O autor parte de um modelo simples e bem conhecido nos estudos sobre linguagem: como em toda mensagem, a mensagem fotográfica contém três partes: emissão, canal, meio receptor. A primeira e a terceira impõem uma abordagem de procedência sociológica, desta porém escapa o eixo mesmo do fenômeno — a decifração do canal. Assim acontece porque este — no caso presente, a mensagem fotográfica —, constituindo um sistema próprio, é uma forma de discurso anterior à análise sociológica, não suscetível de ser por ela imediatamente apreendido, embora, acrescentemos, passível de posterior interpretação também sociológica. A foto de jornal, noutras palavras, deve ser indagada como manipulação de sistema. É como tal que deve ser analisada. Assim procedendo, descobre o autor que a foto funciona como montagem entre dois sistemas prévios, aí aglutinados: a) o propriamente fotográfico, cujos constituintes imediatos mínimos são

linhas, superfícies e tonalidades; b) o sistema do texto cujos constituintes imediatos mínimos são as palavras. Quanto a (b), sabemos: o discurso realizado no texto é decodificado em face de um código, a *langue*, a cujas regras obedece. Mas o que dizer de (a)? Os primeiros passos, escreve Barthes, ainda serão aqui dados. Este é, com efeito, o núcleo de maior importância de seu trabalho. Dentro dessa *demarche* inicial verifica-se: o sistema fotográfico caracteriza-se, de início, por ser uma mensagem sem código, porquanto se pretende a pura transcrição do real. Enquanto no discurso textual, entre a coisa de que se fala e a mensagem falada, interpõe-se um código que, acrescentemos, não “reflete” — ao contrário do que supõe a semiologia do marxismo oficial<sup>1</sup> — a realidade objetiva, na mensagem fotográfica, entre o objeto “verdadeiro” e sua imagem não há interferência de terceiro elemento, mas sim a sua coincidência. A imagem pretende-se *analógica* do que se fotografou. Como *analogon*, a foto seria pura denotatividade, transparência do real que por ela se dá à mostra. Mas essa conclusão — extremamente confirmadora da “isenção” das agências de notícia — é simplista e parcial. Mensagem sem código, a foto contém um *estilo*. É por este que se introduz sua conotação ou significado segundo. O desenvolvimento deste comentário nos levaria a então mostrar como é assim que a foto presta seu serviço, na verdade importantíssimo, às mitologias contemporâneas. Ou seja, como por sua conotatividade, criada sobre sua pretensão analógica e tomando esta como seu álibi, ela se põe a serviço da mistificação. A tese, entretanto dirá o conhecedor de Barthes, não é nova, pois já se encontra formulada em seu livro anterior, *Mythologies* (1957). A diferença contudo é capital: Barthes no texto que apresentamos dá condições de demonstrar-se a teoria que antes, por certo, formulava, mas ainda sem oferecer meios de verificá-la. Em ciência vale menos a novidade das teses do que o esforço de formalizá-las. É o que Barthes agora faz.

LCL

1. Ver a respeito *Semiótica e Marxismo* de L.O. Rêznikov, trad. ital. da Bompiani, Milão, 1967.

## A MENSAGEM FOTOGRÁFICA

Roland Barthes

A fotografia de imprensa é uma mensagem. A totalidade dessa mensagem é constituída por uma fonte emissora, um canal de transmissão e um meio receptor. A fonte emissora é a redação do jornal, o grupo de técnicos, dentre os quais uns batem a foto, outros a escolhem, a compõem, a tratam, e outros enfim a intitulam, preparam uma legenda para ela e a comentam. O meio receptor é o público que lê o jornal. E o canal de transmissão é o próprio jornal, ou, mais exatamente, um complexo de mensagens concorrentes, de que a foto é o centro, mas de que os contornos são constituídos pelo texto, título, legenda, paginação, e, de maneira mais abstrata mas não menos “informante”, pelo próprio nome do jornal (pois este nome constitui um saber que pode fazer infletir fortemente a leitura da mensagem propriamente dita: uma foto pode mudar de sentido ao passar de *l'Aurore* para *l'Humanité*). Essas constatações não são gratuitas, pois a partir delas se verifica que as três partes tradicionais da mensagem não reclamam o mesmo método de exploração. A emissão e a recepção daquela concernem ambas a uma sociologia: trata-se de estudar grupos humanos, de lhes definir motivações, atitudes, e de tentar ligar o comportamento deles à sociedade total de que fazem parte. Mas no que diz respeito à mensagem mesma, o método só pode ser diferente: quaisquer que sejam a origem e o destino da mensagem, a foto não é apenas um produto ou um cami-

nho, é também um objeto, dotado de uma autonomia estrutural: sem de nenhum modo pretender separar esse objeto de seu uso, torna-se necessário prever aqui um método particular, anterior à própria análise sociológica, e que não pode ser senão a análise imanente dessa estrutura original, que uma fotografia é.

Naturalmente, mesmo à vista de uma análise apenas imanente, a estrutura da fotografia não é uma estrutura isolada; ela comunica pelo menos com uma outra estrutura, que é o texto (título, legenda ou artigo) de que vai acompanhada toda foto de imprensa. A totalidade da informação é pois suportada por duas estruturas diferentes (das quais uma é lingüística); essas duas estruturas são convergentes, mas como suas unidades são heterogêneas, não podem se misturar; aqui (no texto) a substância da mensagem é constituída por palavras; ali (na fotografia), por linhas, superfícies, tonalidades. Além disso, as duas estruturas da mensagem ocupam espaços reservados, contíguos, mas não “homogeneizados”, como, por exemplo, num enigma figurado que funde numa só linha a leitura de palavras e figuras. E também, muito embora não haja foto de imprensa sem comentário escrito, a análise deve incidir primeiro sobre cada estrutura separada; é só quando se tiver esgotado o estudo de cada estrutura que se poderá compreender a maneira como se completam. Destas duas estruturas, uma já conhecida, a da *langue* (mas não é bem verdade, a da “literatura” que constitui a *parole* do jornal: sobre este ponto ainda resta um grande trabalho a fazer); a outra, a da foto propriamente dita, é mais ou menos conhecida. Limitar-nos-emos a definir as primeiras dificuldades de uma análise estrutural da mensagem fotográfica.

#### O PARADOXO FOTOGRÁFICO

Qual é o conteúdo da mensagem fotográfica? Que é que a fotografia transmite? Por definição, a própria cena, o real literal. Do objeto à sua imagem, há decerto uma redução: de proporção, de perspectiva e de cor. Mas essa redução não é em nenhum momento uma *transformação* (no sentido matemático do termo); para passar do real à sua fotografia, não é de nenhum modo necessário fragmentar o real em unidades e constituir essas unidades em signos substancialmente diferentes do objeto que oferecem à leitura; entre esse objeto e sua imagem não é de

modo algum necessário interpor um relê, isto é, um código; decerto, a imagem não é o real; mas ela é pelo menos seu perfeito *analogon*, e é precisamente esta perfeição analógica que, para o senso comum, define a fotografia. Surge assim o estatuto particular da imagem fotográfica: é *uma mensagem sem código*; proposição de que é necessário extrair imediatamente um corolário importante: a mensagem fotográfica é uma mensagem contínua.

Existirão outras mensagens sem código? À primeira vista, sim: são precisamente todas as reproduções analógicas da realidade: desenhos, quadros, cinema, teatro. Mas, de fato, cada uma dessas mensagens desenvolve de maneira imediata e evidente, além do próprio conteúdo analógico (cena, objeto, paisagem), uma mensagem suplementar, que é o que se chama comumente o *estilo* da reprodução; trata-se pois de um segundo sentido, de que o significante é um certo “tratamento” da imagem sob a ação do criador, e cujo significado, quer estético, quer ideológico, remete a uma certa cultura da sociedade que recebe a mensagem. Em suma, todas essas “artes” imitativas comportam duas mensagens: uma mensagem *denotada*, que é o próprio *analogon*, e uma mensagem *conotada*, que é a maneira como a sociedade dá a ler, em certa medida, o que ela pensa. Essa dualidade de mensagens é evidente em todas as reproduções não fotográficas: não há desenho, por mais exato, cuja exatidão mesma não seja transformada em estilo (“verista”); não há cena filmada cuja objetividade não seja em última análise lida como o próprio signo da objetividade. Aqui ainda o estudo das mensagens conotadas está por fazer (seria necessário notadamente decidir se o que se chama obra de arte pode reduzir-se a um sistema de significações); pode-se apenas prever que, para todas essas artes imitativas, quando são comuns, o código do sistema conotado é verossimilmente constituído, quer por uma simbólica universal, quer por uma retórica de época, numa palavra, por uma reserva de estereótipos (esquemas, cores, grafismos, gestos, expressões, grupos de elementos).

Ora, em princípio, no que diz respeito à fotografia, nada de semelhante, ao menos quanto à fotografia de imprensa, que não é nunca uma fotografia “artística”. Uma vez que a fotografia se dá por um análogo mecânico do real, sua mensagem primeira enche de algum modo plenamente sua substância e não deixa nenhum lugar ao desenvolvimento da mensagem segunda. Em suma, de todas as estruturas de informa-

ção<sup>1</sup> a fotografia seria a única a ser exclusivamente constituída e ocupada por uma mensagem denotada, que esgotaria completamente o seu ser; diante de uma fotografia, o sentimento de “denotação” ou, se se preferir, de plenitude analógica é tão forte que a descrição de uma fotografia é literalmente impossível; porque *descrever* consiste exatamente em juntar à mensagem denotada um relê ou uma mensagem segunda, mergulhada num código que é a língua (*langue*), e que constitui fatalmente, por mais cuidado que se tome para ser exato, uma conotação relativamente ao análogo fotográfico: descrever não é portanto apenas ser inexato ou incompleto, é mudar de estrutura, é significar outra coisa além do que se mostra.<sup>2</sup>

Ora, esse estatuto puramente “denotante” da fotografia, a perfeição e a plenitude de sua analogia, numa palavra sua “objetividade”, tudo isso se arrisca a ser mítico (são os caracteres que o sentido comum atribui à fotografia): pois de fato, há uma forte probabilidade (e isso será uma hipótese de trabalho) para que a mensagem fotográfica (ao menos a mensagem de imprensa) seja também ela conotada. A conotação não se deixa forçosamente apreender imediatamente ao nível da própria mensagem (ela é, se quisermos, simultaneamente visível e ativa, clara e implícita), mas pode-se já induzi-la de certos fenômenos que se passam ao nível da produção e da recepção da mensagem: de um lado, uma fotografia de imprensa é um objeto trabalhado, escolhido, composto, construído, tratado segundo normas profissionais, estéticas ou ideológicas, que são outros tantos fatores de conotação; e, de outro, essa mesma fotografia não é apenas percebida, recebida, ela é *lida*, ligada mais ou menos conscientemente pelo público que a consome a uma reserva tradicional de signos; ora, todo o signo supõe um código, e é este código (de conotação) que seria necessário tentar estabelecer. O paradoxo fotográfico seria então a coexistência de duas mensagens, uma sem código (seria o análogo fotográfico) e outra com código (seria

1. Trata-se bem entendido de estruturas “culturais”, ou culturalizadas, e não de estruturas operacionais: as matemáticas, por exemplo, constituem uma estrutura denotada, sem nenhuma conotação; mas se a sociedade de massa dela se apodera, e dispõe, por exemplo, de uma fórmula algébrica num artigo consagrado a Einstein, essa mensagem, no início puramente matemática, carrega-se de uma conotação muito forte, pois *significa* a ciência.

2. Descrever um desenho é mais fácil, pois se trata em suma de descrever uma estrutura já conotada, trabalhada e vista de uma significação *codificada*. É talvez por isso que os testes psicológicos utilizam muitos desenhos e pouquíssimas fotografias.

a “arte” ou o tratamento ou a “escritura” ou a “retórica” da fotografia); estruturalmente, o paradoxo não é evidentemente a colusão de uma mensagem denotada e de uma mensagem conotada: provavelmente é esse o *status* fatal de todas as comunicações de massa; é que a mensagem conotada (ou codificada) se desenvolve aqui a partir de uma mensagem *sem código*. Esse paradoxo estrutural coincide com um paradoxo ético: quando se quer ser “neutro, objetivo”, a gente se esforça por copiar minuciosamente o real, como se a analogia fosse um fator de resistência ao investimento de valores (é, ao menos, a definição do realismo estético): como então a fotografia pode ser ao mesmo tempo “objetiva” e “investida”, natural e cultural? É apreendendo o modo de imbricação da mensagem denotada e da mensagem conotada que se poderá talvez um dia responder a essa questão. Mas, para se empreender esse trabalho, é necessário lembrarmo-nos de que na fotografia a mensagem denotada sendo absolutamente analógica, isto é, privada de todo recurso a um código, quer dizer ainda: *continua*, não há lugar para procurar as unidades significantes da primeira mensagem; ao contrário, a mensagem conotada comporta bem um plano de expressão e um plano de conteúdo, significantes os significados: obriga, portanto, a um verdadeiro deciframento. Esse deciframento seria hoje prematuro, porque para isolar as unidades significantes e os temas (ou valores) significados, seria necessário proceder (talvez por meio de testes) a leituras dirigidas, fazendo variar artificialmente certos elementos da fotografia para observar se essas variações de formas arrastam variações de sentido. Ao menos, pode-se desde já prever os principais planos de análise da conotação fotográfica.

#### OS PROCESSOS DE CONOTAÇÃO

A conotação, isto é, a imposição de um sentido segundo a mensagem fotográfica propriamente dita, se elabora nos diferentes níveis de produção da fotografia (escolha, tratamento técnico, enquadramento, paginação): ela é em suma uma codificação do análogo fotográfico; é então possível destacar processos de conotação; mas esses processos, é necessário lembrar, nada têm a ver com unidades de significação, tais como uma análise ulterior de tipo semântico permitirá talvez um dia definir; propriamente eles não fazem parte da estrutura fotográfica.

Esses processos são conhecidos; limitar-nos-emos a traduzi-los para termos estruturais. Com todo rigor, seria necessário separar os três primeiros (trucagem, pose, objetos) dos três últimos (fotocenia, esteticismo, sintaxe); pois que nesses três primeiros procedimentos, a conotação é produzida por uma modificação do próprio real, isto é, da mensagem denotada (estes preparativos não são evidentemente próprios da fotografia); se entretanto os incluímos nos procedimentos de conotação fotográfica é porque também eles se beneficiam do prestígio da denotação; a fotografia permite ao fotógrafo *esquivar* a preparação que ele faz sofrer à cena que vai captar; nem por isso é menos seguro que, do ponto de vista de uma análise estrutural ulterior, não seja certo que se possa ter em conta o material que eles fornecem.

1. *Trucagem*. Em 1951, uma foto largamente difundida pela imprensa americana custava sua cadeira, diz-se, ao senador Millard Tydings; essa foto representava o senador conversando com o líder comunista Earl Browder. Na verdade, tratava-se de uma fotografia trucada, constituída pela aproximação artificial dos dois rostos. O interesse metódico da trucagem é que ela intervém no próprio interior do plano de denotação sem avisar; ela utiliza a credibilidade particular da fotografia, que não é, conforme se viu, mais que seu poder excepcional de denotação, para fazer passar como simplesmente denotada uma mensagem que na verdade é fortemente conotada; em nenhum outro tratamento a conotação toma tão completamente a máscara “objetiva” da denotação. Naturalmente, a significação só é possível à medida que há reservas de signos, esboço de código; aqui, o significativo é a atitude de conversação dos dois personagens; notar-se-á que essa atitude não se torna signo senão para certa sociedade, isto é, apenas à vista de certos valores: é o anticomunismo sobranceiro do eleitorado americano que faz do gesto dos interlocutores o sinal de uma familiaridade repreensível; isto é dizer que o código de conotação não é nem artificial (como numa língua verdadeira) nem natural: é histórico.

2. *Pose*. Eis uma fotografia de imprensa largamente difundida quando das últimas eleições americanas: o busto do presidente Kennedy, visto de perfil, olhos para o céu, mãos juntas. Aqui trata-se da pose mesma do *sujeito* que prepara a leitura dos significados de conotação: juvenildade, espiritualidade, pureza; a fotografia não é

evidentemente significante senão porque existe uma reserva de atitudes estereotipadas que constituem elementos feitos de significação (olhar para o céu, mãos juntas); uma “gramática histórica” da conotação iconográfica deveria portanto procurar materiais na pintura, no teatro, nas associações de idéias, nas metáforas correntes etc., isto é, precisamente na “cultura”. Como se disse, a pose não é um processo especificamente fotográfico, mas é difícil não falar dela, uma vez que tira seu efeito do princípio analógico que fundamenta a fotografia: a mensagem não é aqui a “pose”, mas “Kennedy orando”: o leitor recebe como uma simples denotação o que de fato é uma estrutura dupla, denotada-conotada.

3. *Objetos*. É preciso reconhecer aqui uma importância particular ao que se poderia chamar a pose dos objetos, pois que o sentido conotado surge então dos objetos fotografados (quer tenhamos disposto artificialmente esses objetos diante da objetiva se o fotógrafo teve vagar para isso, quer entre várias fotografias o paginador escolha a de tal ou tal objeto). O interesse reside em que esses objetos são indutores correntes de associações de idéias (biblioteca-intelectual), ou de uma maneira mais obscura, verdadeiros símbolos (a porta da câmara de gás de Chessmann remete à porta fúnebre das antigas mitologias). Esses objetos constituem excelentes elementos de significação: de um lado são descontínuos e completos em si mesmos, o que é para um signo uma qualidade física; e, de outro, remetem a significados claros, conhecidos; são, portanto, os elementos de um verdadeiro léxico, estáveis a ponto de se poder facilmente erigi-los em sintaxe. Eis, por exemplo, uma “composição” de objetos: uma janela aberta sobre telhados de telha, uma paisagem de vinhedos; diante da janela, um álbum de fotografias, uma lupa, um vaso de flores; portanto, estamos no campo, ao sul do Loire (vinhas e telhas), numa residência burguesa (flores sobre a mesa), cujo hóspede idoso (lupa) revive suas recordações (álbum de fotografias): trata-se de François Mauriac em Malagar (*Paris-Match*); a conotação “salta” de certa forma de todas essas unidades significantes, no entanto “captadas” como se se tratasse de uma cena imediata e espontânea, isto é, insignificante; encontramos-la explicitada no texto, que desenvolve o tema das ligações de Mauriac com o terreno. O objeto talvez não possua uma *força*, mas, por certo, possui um sentido.

4. *Fotogenia*. Já se fez a teoria da fotogenia (Edgard Morin em *Le cinéma ou l'homme imaginaire*), e não cabe aqui voltar à significação geral desse procedimento. Bastará definir a fotogenia em termos de estrutura informativa: na fotogenia, a mensagem conotada reside na própria imagem, “embelezada” (isto é, em geral sublimada) por técnicas de iluminação, impressão e tiragem. Essas técnicas deveriam ser recenseadas, pelo menos à medida que a cada uma delas correspondesse um significado de conotação suficientemente constante para ser incorporado a um léxico cultural dos efeitos “técnicos” (por exemplo, o “*fou* de movimento” ou *filé*, lançado pela equipe do dr. Steinert para significar o espaço-tempo). Esse recenseamento seria, aliás, uma excelente ocasião para distinguir os efeitos estéticos dos efeitos significantes — salvo quanto a reconhecer talvez que em fotografia, contrariamente às intenções dos fotógrafos de exposição, nunca existe *arte*, mas sempre *sentido* — o que precisamente oporia enfim, segundo um critério preciso, a boa pintura, ainda que fosse fortemente figurativa, à fotografia.

5. *Estetismo*. Se se pode falar de estetismo em fotografia, será, ao que parece, de maneira ambígua: quando a fotografia se faz pintura, isto é, composição ou substância visual deliberadamente tratada “na massa”, será quer para se significar ela mesma como “arte” (é o caso do “pictorialismo” do início do século), quer para impor um significado ordinariamente mais sutil e mais complexo que o permitiriam outros processos de conotação; Cartier-Bresson assim construiu a recepção do cardeal Pacelli pelos fiéis de Lisieux como um quadro de um mestre antigo; mas essa fotografia não é de nenhum modo um quadro; de um lado, seu anúncio estetismo remete (maliciosamente) a idéia mesma de quadro (o que é contrário a toda pintura verdadeira) e, de outro, a composição significa aqui de uma maneira declarada uma certa espiritualidade extática, traduzida precisamente em termos de espetáculo objetivo. Vê-se aliás aqui a diferença entre a fotografia e a pintura: no quadro de um Primitivo, a “espiritualidade” não é de nenhum modo um significado, mas, se se pode dizer, o ser mesmo da imagem; decerto, pode haver em determinadas pinturas elementos de código, figuras de retórica, símbolos de época; mas nenhuma unidade significativa remete à espiritualidade, que é uma maneira de ser, não o objeto de uma mensagem estruturada.

6. *Sintaxe*. Já se falou aqui de uma leitura discursiva de objetos signos no interior de uma mesma fotografia; naturalmente, várias fotografias podem se constituir em seqüência (é o caso corrente das revistas ilustradas). O significante de conotação não se encontra então mais ao nível de nenhum dos fragmentos da seqüência, mas àquele (supra-segmental, diriam os linguístas) do encadeamento. Eis quatro instantâneos de uma caçada presidencial em Rambouillet; a cada tiro, o ilustre caçador (Vincent Auriol) aponta seu fuzil para uma direção imprevista, com grande risco para os guardas que fogem ou se jogam por terra: a seqüência (e apenas a seqüência) oferece à leitura uma comicidade que surge, segundo um processo bem conhecido, da repetição e da variação das atitudes. Notar-se-á a esse propósito que a foto solitária é muito raramente (isto é, muito dificilmente) cômica, contrariamente ao desenho; o cômico tem necessidade de movimento, isto é, de repetição (o que é fácil no cinema), ou de tipificação (o que é possível no desenho), sendo essas duas conotações interditas à fotografia.

#### O TEXTO E A IMAGEM

Tais são os principais processos de conotação da imagem fotográfica (ainda uma vez, trata-se de técnicas, não de unidades). Pode-se-lhes acrescentar, de maneira constante, o próprio texto que acompanha a fotografia de imprensa. Cabem aqui três observações.

Primeiro, o seguinte: o texto constitui uma mensagem parasita, destinada a conotar a imagem, isto é, a lhe “insuflar” um ou vários significados segundos. Dizendo de outra forma, e isso é uma inversão histórica importante, a imagem já não *ilustra* a palavra; é a palavra que, estruturalmente, é parasita da imagem; essa inversão tem o seu preço: nos modos tradicionais de “ilustração”, a imagem funcionava como um retorno episódico à denotação, a partir de uma mensagem principal (texto) que era sentido como conotado, pois que ele tinha precisamente necessidade de uma ilustração; na relação atual, a imagem não vem “iluminar” ou “realizar” a palavra; é a palavra que vem sublimar, patetizar ou racionalizar a imagem; mas como essa operação se faz a título acessório, o novo conjunto informativo parece principalmente fundado sobre uma mensagem objetiva (denotada) da qual a palavra não passa de uma espécie de vibração segunda, quase inconseqüente;

outrora, a imagem ilustrava o texto (tornava-o mais claro); hoje, o texto torna pesada a imagem, enxerta-a de uma cultura, de uma moral, de uma imaginação; outrora havia a redução do texto à imagem, hoje há amplificação de uma à outra: a conotação já não é vivida senão como a ressonância natural da denotação fundamental constituída pela analogia fotográfica; está-se então em face de um processo caracterizado de naturalização do cultural.

Outra observação: o efeito de conotação é provavelmente diferente segundo o modo de apresentação do discurso; quanto mais próximo está o discurso da imagem, menos parece conotá-la; iscada de algum modo pela mensagem iconográfica, a mensagem verbal parece participar de sua objetividade, a conotação da linguagem se “inocenta” pela denotação da fotografia; é verdade que nunca se dá incorporação verdadeira, de vez que as substâncias das duas estruturas (aqui gráfica, lá icônica) são irreduzíveis; mas existem provavelmente graus no amálgama; a legenda tem provavelmente um efeito de conotação menos evidente que a manchete ou o artigo; título e artigo se destacam sensivelmente da imagem, o título por seu impacto, o artigo por sua distância, um porque rompe, o outro porque afasta o conteúdo da imagem; a legenda, ao contrário, por sua disposição mesma, por sua medida média de leitura, parece duplicar a imagem, isto é, participar de sua denotação.

Entretanto é impossível (e será esta uma última observação a propósito do texto) à palavra dublar a imagem, pois na passagem de uma estrutura a outra elaboram-se fatalmente significados segundos. Qual é a relação desses significados de conotação com a imagem? Trata-se aparentemente de uma explicitação, isto é, numa certa medida, de uma ênfase; com efeito, na maioria das vezes, o texto só faz amplificar um conjunto de conotações já incluídas na fotografia; mas às vezes também o texto produz (inventa) um significado inteiramente novo e que é de algum modo projetado retroativamente na imagem, a ponto de aí parecer denotado: *Roçaram a morte, seu rosto o prova*, diz a manchete de uma foto em que se vê Elisabeth e Philip descer do avião; entretanto, no momento da foto, esses dois personagens ignoravam ainda todo o acidente aéreo a que acabavam de escapar. Às vezes também a palavra pode chegar até a contradizer a imagem de maneira a produzir uma conotação compensatória; uma análise de Gerbner (*The Social Anatomy of the Romance Confession Cover-girl*) mostrou que em cer-

tas revistas sentimentais a mensagem verbal das manchetes da capa (de conteúdo sombrio e angustiante) acompanhava sempre a imagem de uma *cover-girl* radiosa; as duas mensagens entram aqui em compromisso; a conotação tem uma função reguladora, preserva o jogo irracional da projeção-identificação.

#### A INSIGNIFICÂNCIA FOTOGRÁFICA

Viu-se que o código de conotação não era verossimilmente nem “natural” nem “artificial”, mas histórico, ou, se se prefere: “cultural”; os signos aí são gestos, atitudes, expressões, cores ou efeitos, dotados de certos sentidos em virtude do uso de uma certa sociedade: a ligação entre o significante e o significado, isto é, a significação propriamente dita, permanece, senão imotivada, pelo menos inteiramente histórica. Não se pode dizer, portanto, que o homem moderno projete na leitura da fotografia sentimentos e valores caracteriais ou “eternos”, isto é, infra ou trans-históricos, a menos que se precise bem que a significação seja sempre elaborada por uma sociedade e uma história definidas; a significação é, em suma, o movimento dialético que resolve a contradição entre o homem cultural e o homem natural.

Graças ao seu código de conotação, a leitura da fotografia é portanto sempre histórica; ela depende do “saber” do leitor, exatamente como se se tratasse de uma língua verdadeira, inteligível somente se aprendemos os seus signos. Em resumo, a “linguagem” fotográfica não deixaria de lembrar certas línguas ideográficas, nas quais estão misturadas unidades analógicas e unidades sinaléticas, com a diferença de o ideograma ser vivido como um signo, enquanto a “cópia” fotográfica passa pela denotação pura e simples da realidade. Reencontrar esse código de denotação seria portanto isolar, recensar e estruturar todos os elementos “históricos” da fotografia, todas as partes da superfície fotográfica que tiram seu próprio descontínuo de um certo saber do leitor, ou, se assim preferimos, de sua situação cultural.

Ora, nessa tarefa, será necessário talvez ir muito longe. Nada diz que haja na fotografia partes “neutras” ou que pelo menos a insignificância completa da fotografia seja talvez de todo excepcional; para resolver esse problema, seria necessário primeiro elucidar completamente os mecanismos de leitura (no sentido físico, e não já semântico, do termo)

ou, se se prefere, de percepção da fotografia; ora, sobre este ponto, não sabemos grande coisa; como lemos uma fotografia? Que percebemos? Em que ordem, segundo que itinerário? E o que é mesmo perceber? Se, segundo certas hipóteses de Bruner e Piaget, não há percepção sem categorização imediata, a fotografia é verbalizada no momento mesmo em que é percebida; ou melhor ainda: ela só é percebida verbalizada (ou, se a verbalização tarda, há desordem da percepção, interrogação, angústia do sujeito, traumatismo, segundo a hipótese de G. Cohen-Séat a propósito da percepção fílmica). Nessa perspectiva, a imagem, apreendida imediatamente por uma metalinguagem interior, que é a *langue*, não conheceria em suma realmente nenhum estado denotado; ela só existiria socialmente imersa ao menos numa primeira conotação, aquela mesma das categorias da língua; e sabemos que toda língua toma partido sobre as coisas, que ela conota o real, pelo menos o fragmentando; as conotações da fotografia coincidem então, *grosso modo*, com os grandes planos de conotação da linguagem.

Assim, além da conotação “perceptiva”, hipotética mas possível, encontraríamos então modos de conotação mais particulares. Primeiro uma conotação cognitiva, cujos significantes seriam escolhidos, localizados em certas partes do *analogon*: perante tal vista de cidade, eu *sei* que estou num país norte-africano, porque vejo à esquerda um letreiro em caracteres árabes, ao centro um homem de *gandurah* etc.; a leitura depende aqui estreitamente da minha cultura, do meu conhecimento do mundo; é provável que uma boa fotografia de imprensa (e elas o são todas, pois são selecionadas) jogue facilmente com o suposto saber dos seus leitores, escolhendo as cópias que comportem a maior quantidade possível de informações desse gênero, de maneira a euforizar a leitura; ao se fotografar Agadir destruída, vale mais dispor de alguns signos de “arabidade”, muito embora a arabidade nada tenha a ver com o próprio desastre; porque a conotação saída do saber é sempre uma força reconfortante: o homem ama os signos e os ama claros.

Conotação perceptiva, conotação cognitiva: resta o problema da conotação ideológica (no sentido mais amplo do termo) ou ética, a que introduz na leitura da imagem razões ou valores. É uma conotação forte, exige um significante muito elaborado, ordinariamente de ordem sintática: reencontro de personagens (como foi visto a propósito da trucagem), desenvolvimento de atitudes, constelação de objetos; o filho do xá do Irã acaba de nascer; eis na fotografia: a realeza (berço

adorado por uma multidão de servidores que o rodeiam), a riqueza (várias *nurses*), a higiene (blusas brancas, teto do berço em plexiglass), a condição apesar de tudo humana dos reis (o bebê chora), isto é, todos os elementos contraditórios do mito principesco, tal como o consumimos hoje. Trata-se aqui de valores apolíticos, e o léxico é rico deles e claro; é possível (mas é apenas uma hipótese) que ao contrário a conotação política seja na maioria das vezes confiada ao texto, à medida que as escolhas políticas são sempre, se se pode dizer, de má-fé: de tal fotografia, eu posso dar uma leitura de direita ou uma leitura de esquerda (ver a esse respeito uma enquete da IFOP, publicada por *Temps Modernes*, 1955); a denotação, ou sua aparência, é uma força impotente a modificar as opiniões políticas: nenhuma foto jamais convenceu ou desmentiu alguém (mas ela pode “confirmar”) à medida que a consciência política é talvez inexistente fora do *logos*: a política é o que permite *todas* as linguagens.

Essas poucas observações esboçam uma espécie de quadro diferencial das conotações fotográficas; vê-se em todo o caso que a conotação vai muito longe. Será isso dizer que uma pura denotação, um *aquém de linguagem* seja impossível? Se ela existe, não é talvez ao nível do que a linguagem corrente chama insignificante o neutro, o objetivo, mas bem ao contrário ao nível das imagens propriamente traumáticas: o trauma é precisamente o que suspende a linguagem e bloqueia a significação. Decerto, situações normalmente traumáticas podem ser apreendidas num processo de significação fotográfica; mas é que então precisamente elas são assinaladas por um código retórico que as distancia, as sublima, as pacifica. As fotografias propriamente traumáticas são raras, porque, em fotografia, o trauma é inteiramente tributário da certeza que a cena realmente teve lugar: *era necessário que o fotógrafo estivesse lá* (é a definição mítica da denotação); mas isto posto (que, na verdade, é já uma conotação), a fotografia traumática (incêndios, naufrágios, catástrofes, mortes violentas, colhidas “ao vivo”) é aquela de que nada há a dizer: a foto-choque é por estrutura insignificante: nenhum valor, nenhum saber, em último termo nenhuma categorização verbal poder ter domínio sobre o processo institucional da significação. Poderia se imaginar uma espécie de lei: quanto mais o trauma é direto, tanto mais difícil é a conotação; ou ainda: o efeito “mitológico” de uma fotografia é inversamente proporcional a seu efeito traumático.

Por quê? É que, sem dúvida, como toda significação bem estruturada, a conotação fotográfica é uma atividade institucional; à escala da sociedade total, sua função é integrar o homem, isto é, dar-lhe segurança; todo código é a um tempo arbitrário e racional; todo recurso a um código é portanto uma maneira para o homem de se provar, de se experimentar mediante uma razão e uma liberdade. Nesse sentido, a análise dos códigos talvez permita definir historicamente uma sociedade mais fácil e seguramente que a análise de seus significados, pois estes podem aparecer com frequência como trans-históricos, pertencendo a um fundo antropológico mais que a uma história verdadeira: Hegel definiu melhor os antigos gregos esboçando a maneira como eles faziam significar a natureza do que descrevendo o conjunto de seus “sentimentos e crenças” sobre esse assunto. Da mesma forma, nós temos mais a fazer do que recensear diretamente os conteúdos ideológicos de nosso tempo; pois tentando reconstruir em sua estrutura específica o código de conotação de uma comunicação tão larga como a fotografia de imprensa, podemos esperar reencontrar, em sua finura mesma, as formas de que nossa sociedade usa para se serenar, e por aí apreender a medida, os desvios e a função profunda desse esforço; perspectiva tanto mais premente, como se disse no começo, quanto, no que concerne à fotografia, ela se desenvolve sob a forma de um paradoxo: o que faz de um objeto inerte uma linguagem e que transforma a incultura de uma arte “mecânica” na mais social das instituições.

*Tradução de César Bloom*

## ESTILO E MEIO NO FILME

*Erwin Panofsky*

## COMENTÁRIO

Nascido em Hannover (1892), professor da Universidade de Hamburgo (1926-1933), radicado nos EUA desde o advento do nazismo, professor do *Institute of Advanced Study* de Princeton (a partir de 1935) até sua morte (1968), Erwin Panofsky é o continuador da grande historiografia da arte em língua alemã, que teve em A. Riegl, Dvorak e Wölfflin alguns de seus maiores expoentes. Seus livros e ensaios sobre a matéria [*Die Perspektive als "symbolische Form"* (1924), *Studies in Iconology* (1939), *Albrecht Dürer* (1943), *Meaning in Visual Arts* (1955), *Renaissance and Renascences* (1956), *Gothic Architecture and Scholasticism* (1957)] são acessíveis em edições norte-americanas, italianas e francesas, permanecendo todavia inéditas ao público de língua portuguesa. O estudo que apresentamos apareceu na revista *Critique* (vol. I, 3, 1947). Constitui uma espécie de *divertissement* de um *scholar* bem-humorado. Curiosa conversação o percorre. O leitor atento poderá recompor o diálogo que tem Adorno e Benjamin como interlocutores. Quanto a Adorno, as palavras de Panofsky seriam de réplica e discrepância. Em relação a Benjamin, cujo texto embora anterior não é citado, a muda conversação se transforma em estranha convergência. Reconstruamos os passos do diálogo. Adorno (ver texto nº 5) mostra a indústria cultural como a entronização da *aurea mediocritas*. A arte, inclusive pelo cinema, perde sua acepção genuína

de verdade negativa. A condenação dos *mass media* é feita, portanto, em termos de arte e só depois em nome da sociedade fraudada. Ora, é em termos de arte que Panofsky justifica o cinema como arte. Mostra-o como meio específico, a exigir a feitura de uma linguagem diversa de formas artísticas que lhe pareceriam mais afins, o teatro, a poesia, as quais, na verdade, lhe são antitéticas. Mas o leitor teria direito a reclamar: como falar em discrepante diálogo quando os “interlocutores” falam de planos diversos: Adorno, o social, Panofsky, o artístico? O próprio Adorno entretanto divergiria. Ele pretende tratar dos dois planos, assim como de nossa parte diríamos que Panofsky também os abrange. A diferença consiste no seguinte: Adorno pretende pensar o cinema utilizando instrumental de sensibilidade basicamente sociológica, enquanto Panofsky procura antes descobrir sua especificidade como cinema. Sem esse cuidado prévio, o analista — e não meramente Adorno — tende ao sociologismo, enquanto de sua posse o analista não pode confundir análise conjuntural — histórica — e definição interna. (Concretize-se essa diferença de abordagens e resultados vendo-se a explicação dos clichês no cinema tal como dada pelos dois autores: em Adorno, eles simplesmente se opõem à prática da arte “superior”, em Panofsky, a *Mulher Fatal*, a *Garota Direita*, o *Pai de Família* etc., aparecem como recorrências de um fundo estandardizado de reserva que tampouco a grande arte do passado, como a gravura de Dürer, recusou. Pois não há arte sem redundância.) Por outro lado, a convergência com o ensaio de Walter Benjamin (ver texto n. 6) corre pelas razões contrárias, *i.e.*, da idêntica busca de definir o específico fílmico. Dinamizador do espaço, espacializador do tempo, o cinema afasta-se das artes conhecidas do teatro e da poesia por estar sujeito ao princípio por aqueles ignorado da co-expressibilidade. Panofsky não chega a precisar o “inconsciente visual” que Benjamin já via realizado pelo cinema, seu princípio contudo encaminha para a revelação. E é mesmo pela semelhança de prática metodológica que capta a importância da máquina-como-personagem no cinema, à diferença dos meios tradicionais. É ainda pela maior fecundidade do método seguido — antecipador dos estudos recentes de um Christian Metz e semiólogos em geral — que consegue mostrar na prática a veracidade da afirmação de Lévi-Strauss: a forma distingue-se do conteúdo por lhe ser anterior e por apresentar um número restrito de possibilidades, enquanto vários e inesgotáveis são os conteúdos. Assim mostra na

comparação que empreende entre o desenvolvimento do cinema, o desenvolvimento do mosaico e da gravura linear, todos eles repetindo o mesmo processo de formatividade, que Panofsky descreve.

## ESTILO E MEIO NO FILME

*Erwin Panofsky*

A arte do filme é a única cujo desenvolvimento foi testemunhado desde o começo por homens ainda vivos; esse desenvolvimento é tanto mais interessante porque se deu em condições contrárias às precedentes. Não foi um anseio artístico que propiciou a descoberta e a perfeição gradual de uma nova técnica: foi uma invenção técnica que propiciou a descoberta e a perfeição gradual de uma nova arte.

Daí depreendemos dois fatos fundamentais. Primeiro, que a base primordial da apreciação de filmes não foi um interesse objetivo num assunto específico, muito menos um interesse estético na apresentação formal de um tema, mas o simples prazer de as coisas parecerem mover-se, não importa que coisas fossem. Segundo, que os filmes — exibidos primeiro em “cinetoscópios”, isto é, exibições cinematográficas, de pequenos quadros ou objetos vistos através de uma lente encaixada num pequeno orifício, mas projetados numa tela já desde 1894 — são, originariamente, um produto de arte folclórica genuína (considerando que, via de regra, a arte folclórica deriva do que se conhece como “arte superior”). Muito no começo das coisas encontramos o simples registro de movimentos: cavalos galopando, trens ferroviários, carros de bombeiros, acontecimentos esportivos, cenas de rua. E quando se chegou a fazer filmes narrativos, foram eles produzidos por fotógrafos que eram tudo menos “produtores” ou “diretores”,

tiveram o desempenho de pessoas que eram tudo menos atores, e apreciados por pessoas que se teriam sentido muito ofendidas se alguém as chamasse “amantes da arte”.

Os elencos desses filmes arcaicos eram geralmente recrutados num “café”, onde freqüentadores desempregados ou cidadãos comuns de aparência adequada eram solicitados a se reunir em certa hora. Um fotógrafo arrojado entrava em ação, contratava quatro ou cinco tipos convenientes e fazia o filme, instruindo-os cuidadosamente sobre o que fazer: “Agora finja desferir uma pancada na cabeça desta senhora”; e (para a senhora): “E a senhora finja que cai”. Filmes como esses eram exibidos juntamente com os registros puramente fatuais do “movimento pelo movimento”, em alguns poucos poeiras, na maioria freqüentados pelas “classes inferiores” e um punhado de jovens em busca de aventuras (por volta de 1905, lembro-me que havia apenas um único *kino*, obscuro e levemente mal-afamado, em toda a cidade de Berlim, tendo, por alguma razão indecifrável, o nome inglês de *The Meeting Room*). Não é de admirar que as “classes superiores”, quando começaram lentamente a se aventurar nesses primeiros cinemas, o tenham feito não com a finalidade de buscar diversão normal e possivelmente séria, mas com aquela sensação característica de contrafeita condescendência com que mergulhamos em licenciosas campanhas, nas profundezas folclóricas de Coney Island ou de um mafuá europeu. Mesmo até alguns anos atrás, era atitude preceitual dos que gozavam de proeminência social ou intelectual permitirem-se confessar apreço por filmes austeramente pedagógicos como *The Sex life of the Starfish* ou filmes de “belos cenários”, e nunca demonstrar um sério agrado pela narrativa.

Atualmente não há por que negar que os filmes narrativos são não apenas “arte” — freqüentemente não muito boa mas o mesmo se pode aplicar a outros meios — como também, ao lado da arquitetura, cartuns e “desenho comercial”, a única arte visual inteiramente viva. Os filmes restabeleceram aquele contato dinâmico entre a produção artística e o consumo de arte, o qual, por motivos muito complexos para serem aqui considerados, se acha extremamente debilitado, senão por completo interrompido, em muitos outros campos de arte. Queiramos ou não, os filmes é que moldam, mais do que qualquer outra força isolada, as opiniões, o gosto, a linguagem, a vestimenta, a conduta e até mesmo a aparência física de um público que abrange mais de 60% da população da

terra. Se todos os poetas líricos, compositores, pintores e escultores sérios fossem forçados pela lei a cessar suas atividades, uma fração bem pequena do público em geral tomaria conhecimento do fato e uma outra ainda menor iria lamentá-lo seriamente. Se a mesma coisa acontecesse com o cinema, as conseqüências sociais seriam catastróficas.

No começo, então, havia os registros diretos do movimento, não interessa o que se movesse, isto é, os ancestrais pré-históricos dos nossos “documentários”; e, pouco depois, as primeiras narrativas, isto é, os ancestrais pré-históricos dos nossos “longa-metragens”. A ânsia por um elemento narrativo somente poderia ser satisfeita recorrendo-se a artes mais antigas, e era de esperar que o natural fosse recorrer ao teatro, uma peça constituindo aparentemente o *genus proximum* de um filme narrativo, no que este pudesse ter de narrativa interpretada por pessoas que se movem. Mas, na realidade, a imitação dos desempenhos teatrais foi um desenvolvimento comparativamente tardio e inteiramente frustrado. O que sucedeu no início foi coisa muito diversa: ao invés de imitar um desempenho teatral já dotado de certa quantidade de movimento, os primeiros filmes acrescentaram movimento a obras de arte originariamente estacionárias, de modo que a deslumbrante invenção técnica pudesse conseguir um triunfo próprio, sem intrometer-se na esfera da cultura superior. A linguagem viva, que é sempre certa, endossou essa escolha sensata quando fala ainda de “imagem móvel”<sup>1</sup> ou simplesmente “imagem”, ao invés de aceitar a pretensiosa e fundamentalmente errônea “peça para a tela”.<sup>2</sup>

As obras estacionárias animadas nos primeiros filmes eram na verdade quadros: pinturas ruins do século XIX e cartões postais (ou trabalhos em cera *à la* Madame Tussaud), completados pelas histórias em quadrinhos — importantíssima fonte da arte cinematográfica — e temas de canções populares, revistas vagabundas e novelas baratas. Os filmes provenientes dessa ascendência agradavam direta e intensamente a uma mentalidade de arte folclórica. Satisfaziam — muitas vezes simultaneamente — primeiro: um sentido primitivo de justiça e decoro, em que a virtude e a diligência eram recompensadas, enquanto o vício e a preguiça eram punidos; segundo, sentimentalismo mani-

1. Em inglês, “*moving picture*”. (N. do T.)

2. Em inglês, “*screen play*”. (N. do T.)

festos, em que “o fio tênue de um interesse amoroso fictício” fluía “por meio de canais algo tortuosos”, ou em que o pai, o querido pai, voltava da taverna para encontrar o filho morrendo de difteria; terceiro, um instinto primordial de derramamento de sangue e crueldade, em que Andreas Hofer enfrentava o pelotão de fuzilamento, ou em que (num filme de 1893-94) a cabeça da rainha Mary dos escoceses era realmente cortada; quarto, gosto pela pornografia leve (recordo-me com grande prazer de um filme francês, por volta de 1900, em que uma senhora bem torneada aparentemente, mas não na realidade, e uma outra esbelta aparentemente, mas não na realidade, apareciam no ato de vestir roupas de banho — uma *porcheria* honesta e direta, muito menos censurável do que os agora extintos filmes de Betty Boop e, lamento dizê-lo, algumas das mais recentes produções de Walt Disney); e, finalmente, aquele grosseiro senso de humor, graficamente descrito como “paste-lão”, que se sustenta à custa do instinto sádico e pornográfico, seja isoladamente ou em combinação.

Não foi senão por volta de 1905 que se ousou uma adaptação cinematográfica do *Fausto* (com um elenco ainda “desconhecido” e bem típico), e foi só por volta de 1911 que Sarah Bernhardt emprestou o seu prestígio a uma inacreditavelmente engraçada tragédia cinematográfica, *Queen Elizabeth of England*. Esses filmes representam a primeira tentativa consciente de transplantar o cinema do nível da arte folclórica para o de “arte verdadeira”; mas também testemunham o fato de que essa louvável finalidade não poderia ser atingida de maneira tão simples. Cedo se verificou que a imitação de um espetáculo teatral com palco preparado, saídas e entradas determinadas e ambições evidentemente literárias era o que o cinema devia evitar.

Os caminhos autênticos da evolução estavam abertos, não fugindo do caráter de arte folclórica do filme primitivo, mas desenvolvendo-o dentro dos limites de suas próprias possibilidades. Esses arquétipos primordiais de produções de filme do nível da arte folclórica — sucesso ou punição, sentimento, sensação, pornografia e humor grosseiro — conseguiram desabrochar em história genuína, tragédia e romance, crime, aventura e comédia, logo que se verificou que poderiam ser transfigurados: não por uma injeção artificial de valores literários, porém mediante a exploração das possibilidades originais e específicas do novo meio. Significativamente, os começos desse desenvolvimento legítimo antecedem as tentativas de dotar o filme dos valores superio-

res de uma ordem diversa (o período crucial estendendo-se entre os anos de 1902 até por volta de 1905), e os passos decisivos foram empreendidos por pessoas que eram leigas ou estranhas, do ponto de vista do teatro sério.

Essas possibilidades originais e específicas podem ser definidas como *dinamização do espaço* e, conseqüentemente, *espacialização do tempo*. Essa afirmação é evidente por si mesma, a ponto de chegar a ser trivial, mas pertence àquela espécie de verdades que, em virtude mesmo de sua trivialidade, são facilmente esquecidas ou desprezadas: tudo o que existe no espaço, mesmo as paredes de um aposento ou o rochedo de Gibraltar, pode e deve ser investido de uma aparência de movimento, enquanto tudo o que acontece no tempo, mesmo os pensamentos e os sentimentos nas almas dos homens, pode e deve ser tornado visível.

Num teatro, o espaço é estático, isto é, o espaço representado no palco, como também a relação espacial do assistente com o espetáculo são inalteravelmente fixados. O espectador não pode deixar o lugar, e o cenário não pode mudar durante um ato (exceto quanto a incidentes, tais como luas ascendentes ou nuvens se formando, e reempréstimos ilegítimos de filmes, tais como palcos giratórios e telões móveis). Mas, para compensar essa restrição, o teatro tem a vantagem de que o tempo, o meio da emoção e do tempo transmissível pela fala, é livre e independente de tudo o que possa suceder no espaço visível. Hamlet pode dizer o seu famoso monólogo deitado num canapé no meio da cena, sem fazer nada e apenas vagamente discernível ao espectador e ouvinte, e no entanto por suas meras palavras fasciná-lo com a sensação da mais intensa ação emocional.

Com o cinema a situação é inversa. Aqui, também, o espectador ocupa um lugar fixo, mas apenas fisicamente, e não como o objeto de uma experiência estética. Esteticamente, ele está em movimento permanente, à medida que o seu olho se identifica com as lentes da câmera que muda permanentemente de distância e direção. E tão móvel quanto o espectador é, pela mesma razão, o espaço que lhe é apresentado. Não apenas os corpos se movem no espaço, como também o próprio espaço, aproximando-se, recuando, girando, dissolvendo e recristalizando-se à medida que aparece pela locomoção e localização controladas da câmera e pelo corte e seleção das várias tomadas — sem mencionar os efeitos especiais, tais como visões, transformações,

desaparições, tornadas rápidas e lentas, inversões e truques de filmes. Isso abre um mundo de possibilidades com que jamais poderá sonhar o teatro. À parte os truques fotográficos, tais como a participação de espíritos desencarnados na ação nas séries *Topper* ou os prodígios mais efetivos operados por Roland Young em *The Man who Could Work Miracles*, existe, no plano puramente concreto, uma riqueza inumerável de temas tão inacessíveis ao teatro “legítimo” quanto uma neblina ou uma tempestade de neve o é para o escultor; toda a espécie de fenômenos elementares e, contrariamente, acontecimentos por demais microscópicos para serem visíveis em condições normais (tal como a salvadora injeção de soro aplicada no último momento ou a fatal mordida do mosquito da febre amarela); cenas de batalha em escala real; todas as espécies de operações, não apenas no sentido cirúrgico, como também no de qualquer construção, destruição ou experiência verdadeiras, como em *Louis Pasteur* ou *Madame Curie*; um baile de grande gala estendendo-se por muitos salões de uma mansão ou de um palácio. Cenas como essas, até mesmo uma mudança de um lugar para o outro no caso de um carro rompendo o tráfego pesado ou um barco a motor conduzido por um porto noturno, não apenas conservarão o seu atrativo cinematográfico primitivo, como também continuarão sendo imensamente efetivas como meios de provocar emoções e criar suspense. Além disso, o cinema dispõe de capacidade, inteiramente negada ao teatro, de transmitir experiências psicológicas projetando diretamente o seu conteúdo na tela, substituindo, desse modo, o olho do observador pela consciência do personagem (como nas fantasias e alucinações do bêbado no, aliás superestimado, *Last Weekend*, apresentadas como realidades completas, ao invés de serem descritas por meras palavras). Mas qualquer tentativa de transmitir exclusivamente pensamento e sentimentos, ou até mesmo fundamentalmente, pela fala, provoca-nos um sentimento de embaraço, tédio, ou as duas coisas.

O que pretendo significar por pensamentos e sentimentos “transmitidos exclusiva, ou até mesmo fundamentalmente, pela fala” é apenas isto: contra a expectativa ingênua, a invenção da trilha sonora em 1928 não conseguiu modificar o fato básico de que um filme, mesmo quando aprendeu a falar, permanece um quadro móvel, não se convertendo num texto escrito que é interpretado. Sua substância continua sendo uma série de seqüências visuais reunidas por um fluxo ininterrupto de movimento no espaço (exceto, é claro, quanto às verificações

e intervalos que têm o mesmo valor composicional da pausa na música), e não um estudo contínuo do caráter e destino humanos transmitidos por uma dicção efetiva, ainda que “bonita”. Não conheço declaração mais enganadora a respeito do cinema do que a de Eric Bentley, no *The Playwriter as Thinker*: “(As potencialidades do cinema falado) diferem das do mundo por aumentarem a dimensão do diálogo — que, potencialmente, é poesia.” Eu sugeriria: “As potencialidades do cinema falado diferem das do cinema mudo em integrar o movimento visível com o diálogo que, portanto, será melhor em não ser poesia.”

Todos nós, se temos idade bastante para nos lembrar do período anterior a 1928, nos recordamos do pianista de outrora que, de olhos grudados na tela, acompanhava os acontecimentos com uma música adaptada ao seu clima e ritmo; e também nos recordamos do sentimento estranho e espectral que se apoderava de nós quando esse pianista deixava o seu posto durante alguns minutos e o filme rodava sozinho, a escuridão obsedada pelo matraquear monótono da máquina de projeção. Mesmo o filme silencioso, então, nunca era mudo. O espetáculo visível exigia sempre, e obtinha um acompanhamento audível que, desde o começo, distinguia o filme da simples pantomima e chegava a classificá-lo — *mutatis mutandis* — ao lado do balé. O advento do cinema falado significou não tanto um “acréscimo”, como uma transformação: a transformação do som musical em fala articulada e, portanto, da quase-pantomima numa espécie inteiramente nova de espetáculo que difere do balé e combina com a peça de teatro no sentido em que seu componente acústico consiste de palavras inteligíveis, mas difere da peça teatral e se aproxima do balé em que este componente não é separável do visual. Num filme, o que ouvimos permanece, para melhor ou pior, inextricavelmente fundido com o que vemos; o som, articulado ou não, não pode exprimir mais do que é expresso, ao mesmo tempo, pelo movimento visível, e num bom filme nem chega a tentar fazê-lo. Resumindo: a peça — ou, consoante é muito propriamente chamado, o “texto” — de um filme está sujeita ao que se poderia denominar *princípio de co-expressibilidade*.

Uma prova empírica desse princípio é fornecida pelo fato de que, sempre que o elemento dialogal ou monologal ganha proeminência temporária, aparece, com a inevitabilidade de uma lei natural, o “*close-up*”. O que consegue o “*close-up*”? Aos nos mostrar, em ampliação, o rosto do que fala ou dos que ouvem, ou ambos, alternadamente, a câmara

transforma a fisionomia humana num imenso campo de ação onde — conforme as qualificações dos intérpretes — cada movimento sutil das feições, quase imperceptível a uma distância natural, se transforma num acontecimento expressivo no espaço visível e, por conseguinte, integra-se completamente ao conteúdo expressivo da palavra falada; enquanto no palco a palavra falada produz uma impressão antes forte do que fraca se não nos permite contar os pêlos do bigode de Romeu.

Isso não significa que o cenário seja fator desprezível na realização de um filme. Significa apenas que a sua intenção artística difere em espécie da de uma peça de teatro, e muito mais da de uma novela ou peça de poesia. Da mesma forma que o êxito de um umbral gótico depende não apenas de sua qualidade como peça de escultura mas também, ou até mesmo mais, do seu grau de integração com a arquitetura do portal, assim também o êxito do texto de um filme — de forma não diversa da de um libreto de ópera — depende não apenas da sua qualidade como peça literária, como até mesmo mais do seu grau de integração com os acontecimentos na tela.

Como resultado — outra prova empírica do princípio da co-expressibilidade — os bons textos de cinema não prometem boa leitura e raramente foram publicados em forma de livro: ao passo que, contrariamente, as boas peças de teatro têm de ser severamente alteradas, cortadas e, por outro lado, enriquecidas com interpelações, para poderem dar bons textos de cinema. No *Pygmalion* de Shaw, por exemplo, o processo real da educação fonética de Eliza e, ainda mais importante, o seu triunfo final no baile de gala são sabiamente omitidos; vemos — ou, melhor, ouvimos — algumas amostras do seu progresso lingüística gradual e, por fim, a encontramos, no seu retorno da recepção, vitoriosa e esplendidamente vestida, mas profundamente ferida pela falta de aceitação e simpatia. Na adaptação fílmica, essas duas cenas são não só criadas, mas fortemente enfatizadas. Testemunhamos as fascinantes atividades no laboratório, com a sua coleção de discos e espelhos giratórios, tubos de órgão e chamas dançantes, e tomamos parte no baile da embaixada, com muitos momentos de catástrofe iminente e um pouco de contra-intriga para criar suspense. Sem dúvida, essas duas cenas, por inteiro ausente da peça, e na verdade inexequíveis no palco, constituíram os pontos altos do filme, ao passo que o diálogo de Shaw, embora muito cortado, soava um tanto falso em determinados momentos. E sempre que, como em tantos outros filmes, uma emoção poética, um roubo musical, ou uma agudeza literária

(até mesmo, desgosta-me dizê-lo, algumas piadas de Groucho Marx) perdem inteiramente contato com o movimento visível, eles parecem, ao espectador sensível, literalmente deslocados. É decerto terrível quando um herói romântico e másculo, após o suicídio da amada, lança um olhar de mais de quatro metros de distância sobre a sua fotografia e diz algo menos-do-que-co-expressivo quanto ao fato de jamais a esquecer. Mas quando, ao contrário, recita um poema tão sublimemente mais-do-que-co-expressivo como o monólogo de Romeu junto ao esquife de Julieta, ainda é pior. O *A Midsummer Night's Dream* de Reinhardt é provavelmente o mais desastroso dos filmes importantes jamais produzidos: e o *Henry V*, de Olivier, deve o seu relativo sucesso, afora a absoluta porém providencial adaptabilidade desta peça, a tantos *tours de force* que permanecerá, se Deus quiser, mais uma exceção do que uma regra. Ele reúne uma “poda criteriosa” à interpelação de pompa, comédia não-verbal e melodrama; utiliza uma estratégia que talvez melhor se possa designar como “*close-up* oblíquo” (o belo rosto de Laurence Olivier ouvindo interiormente, mas não pronunciando, o grande solilóquio); e, principalmente, suas alternâncias entre três níveis de realidade arqueológica: a reconstrução da Londres elizabetana, a reconstrução dos acontecimentos de 1415, conforme expostos na peça de Shakespeare, e a reconstrução de uma representação dessa peça no próprio teatro de Shakespeare. Tudo isso está perfeitamente bem; mas, mesmo assim, a maior glorificação do filme virá daqueles que, como os críticos do *New Yorker*, não aprovam muito o cinema *au naturel* ou Shakespeare *au naturel*.

Assim como as obras de Conan Doyle contêm potencialmente todas as histórias modernas de mistério (exceto as de gênero violento da escola de Dashiell Hammett), da mesma forma os filmes produzidos entre 1900 e 1910 preestabeleceram a temática e os métodos dos atuais. Esse período produziu os primórdios dos filmes do Oeste e os de crime (o assombroso *Great Train Robbery*, de Edwin S. Porter, de 1903) dos quais se desenvolveram os modernos filmes de gangster, aventura e mistério (estes últimos, quando bem realizados, constituem uma das mais honestas e genuínas formas de entretenimento cinematográfico, o espaço estando duplamente carregado de tempo, à medida que o espectador pergunta a si mesmo não apenas “o que irá acontecer?”, como também “o que aconteceu antes?”). O mesmo período assistiu ao aparecimento do filme fantásticamente imaginativo (Méliès) que conduziria às experiências expressionista e surrealista (*O Gabinete do Dr. Cali-*

gari, *Sangue d'un Poète* etc.), de um lado, e às histórias de fadas, mais superficiais e espetaculares, de outro. A comédia, que triunfaria mais tarde com Charlie Chaplin, com o ainda pouco apreciado Buster Keaton, com os Irmãos Marx e com as criações pré-hollywoodianas de René Clair, alcançou um nível respeitável com Max Linder e outros. Com os filmes históricos e melodramáticos foram lançadas as bases para a iconografia e o simbolismo cinematográficos, e nas primeiras obras de D. W. Griffith encontramos não apenas notáveis tentativas de análise psicológica (*Edgar Allan Poe*) e crítica social (*A Corner in wheat*) como também inovações técnicas básicas como o *long-shot*, o *flash-back* e o *close-up*. E os modestos filmes de truques e desenhos animados prepararam o caminho para o Gato Félix, Marinheiro Popeye e o prodigioso rebento de Félix, o Mickey Mouse.

Dentro das limitações auto-impostas, os primeiros filmes de Disney, e certas seqüências dos posteriores,<sup>1</sup> representaram, por assim dizer, uma destilação quimicamente pura de possibilidades cinematográficas. Eles conservam os elementos folclóricos mais importantes

---

1. Faço esta distinção porque constituiu, na minha opinião, uma queda de categoria quando *Branca de Neve* introduziu a figura humana e *Fantasia* tentou transformar em imagens grandes obras musicais. A virtude própria do desenho animado é animar, isto é, dar vida a coisas inanimadas ou dar uma espécie diferente de vida a coisas vivas. Ele efetua uma metamorfose, maravilhosamente presente nos animais, plantas, nuvens de tempestade e trens ferroviários de Disney. Enquanto os seus anões, as suas princesas glamourizadas, os seus caipiras, os seus jogadores de beisebol, os seus centauros maquiados e os seus *amigos* da América do Sul não são transformações e sim caricaturas na melhor das hipóteses e fraudes ou vulgaridades na pior delas. Quanto à música, no entanto, deve se ter em mente que o seu uso cinematográfico não está menos predestinado quanto ao princípio da co-expressibilidade do que o uso cinematográfico da palavra falada. Há música que permite ou até mesmo exige o acompanhamento de ação visível (tal como danças, música de balé e quaisquer formas de composições operísticas), e música em que se verifica o contrário; e isto, do mesmo modo, não é uma questão de qualidade (a maioria de nós prefere justificadamente uma valsa de Johann Strauss a uma sinfonia de Sibelius) e sim de intenção. Em *Fantasia* o balé dos hipopótamos era maravilhoso e deploráveis as seqüências da *Sinfonia Pastoral* e da *Ave Maria*, não porque o desenho animado no primeiro caso fosse infinitamente melhor do que nos dois outros, ou porque Beethoven e Schubert fossem por demais sagrados para receberem imagens, mas simplesmente porque a *Dança das Horas* de Ponchielli é co-expressiva, ao passo que a *Sinfonia Pastoral* e a *Ave Maria* não o são. Em tais casos, a melhor música imaginável e o melhor desenho animado imaginável irão prejudicar ao invés de aumentar a mútua eficácia.

Uma prova experimental disso foi fornecida pela obra mais recente de Disney *Make mine music*, em que as grandes obras musicais felizmente restringiram-se à de Prokofieff. Mesmo entre as outras seqüências, as mais bem-sucedidas foram aquelas em que o elemento humano estava ausente ou reduzido ao mínimo: Willie, a Baleia, a Balada de Johnny Fedora, Alice Blue-Bonnet, e, acima de todas, o verdadeiramente magnífico Quarteto de Goodman.

— sadismo, pornografia, o humor gerado por ambos, e a justiça moral — quase sem diluição e amiúde fundem esses elementos numa variação sobre o motivo primitivo e inexaurível de Davi e Golias, o domínio do aparentemente fraco sobre o aparentemente forte e a sua fantástica independência das leis naturais lhes permitem integrar o espaço com o tempo com tal perfeição que as experiências espaciais e temporais de visão e audição quase que se tornam interconvertíveis. Uma série de bolhas de sabão, sucessivamente furadas, emitem uma série de sons exatamente correspondentes em altura e volume ao tamanho das bolhas; as três úvulas de Willie, a Baleia — pequena, grande e média — vibram em consonância com as notas de tenor, baixo e barítono; e o próprio conceito da existência estacionária é por completo abolido. Nenhum objeto da criação, seja uma casa, um piano, uma árvore ou um despertador, é privado das faculdades de movimento orgânico, na verdade antropomórfico, expressão facial e articulação fonética. Eventualmente, até mesmo em filmes normais, “realistas”, o objeto inanimado, contanto que seja dinamizável, pode desempenhar o papel de um personagem principal, como as velhas locomotivas no *General* e nas *Niagara Falls*, de Buster Keaton. Ainda está na memória de todos como os primeiros filmes russos exploraram a possibilidade de heroicizar todos os tipos de máquina; e talvez seja mais do que acidente o fato de os dois filmes que ficarão na história como a obra-prima cômica e a obra-prima séria do período mudo terem os nomes e imortalizarem as personalidades de dois grandes barcos: o *Navigator*, de Keaton (1924) e *Potemkin*, de Eisenstein (1925).

A evolução a partir dos começos vacilantes até esse grande clímax proporciona o espetáculo fascinante de um novo meio artístico tornando-se gradualmente consciente de suas possibilidades genuínas, isto é, exclusivas e de seus limites — um espetáculo que não difere do desenvolvimento do mosaico, que começou com a transposição de quadros ilusionistas de gênero para um material mais durável, culminando com o supernaturalismo hierático de Ravenna; ou o desenvolvimento da gravura linear que começou como substituto barato e cômodo das iluminuras de livros e culminou no estilo puramente “gráfico” de Dürer.

Da mesma forma os filmes mudos desenvolveram um estilo próprio, adaptado às condições específicas do meio. Uma linguagem até então desconhecida foi lançada sobre um público ainda incapaz de

entendê-la, e quanto mais habilitado este se tornava, mais possibilidades teria aquela de aperfeiçoar-se. Para um camponês saxão por volta de 1800 não era fácil entender o significado de um quadro mostrando um homem derramando água sobre a cabeça de outro, e mesmo mais tarde muitas pessoas achavam difícil compreender a significação de duas senhoras estarem em pé atrás do trono de um imperador. Para o público de por volta de 1910, não era menos difícil entender o significado da ação muda num filme, e os produtores empregavam meios de esclarecimento similares aos encontrados na arte medieval. Um desses eram legendas ou letras, flagrantes equivalentes dos *tituli* e pergaminhos medievais (numa época ainda anterior chegava mesmo a haver explicadores que diziam, *viva voce*: “Agora ele está pensando que a sua mulher está morta, mas ela não está” ou: “Não desejo ofender as senhoras presentes, mas duvido que alguma delas fizesse tanto pelo próprio filho”). Um outro método menos incômodo de explicação consistia na divulgação de uma iconografia estabelecida que desde o começo informava o espectador acerca dos fatos e personagens básicos, tal como as duas senhoras atrás do imperador, sendo portadoras de uma espada e de uma cruz, serem definidas em caráter decisivo como a Coragem e a Fé. Surgiram então, identificáveis pela aparência, conduta e atributos estandardizados, os tipos bem conhecidos da Mulher Fatal e da Garota Direita (talvez os equivalentes modernos mais convincentes das personificações medievais dos Vícios e das Virtudes), do Pai de Família e do Vilão, o último assinalado por um bigode preto e uma bengala. Cenas noturnas eram tiradas em filmes azuis ou verdes. Uma mesa coberta com uma toalha de xadrez significava, de uma vez por todas, um ambiente “pobre, mas decente”; um casamento feliz, prestes a ser ameaçado pelas sombras do passado, era simbolizado pela jovem esposa servindo o café da manhã ao marido; o primeiro beijo era invariavelmente anunciado pela moça brincando ternamente com a gravata do companheiro e invariavelmente acompanhado por um movimento seu do pé esquerdo. A conduta dos personagens era da mesma forma predeterminada. O trabalhador pobre, mas honesto, que, após deixar sua casinha com a toalha de xadrez, deparava com um bebê abandonado, não podia fazer outra coisa senão trazê-lo para casa e criá-lo da melhor maneira que podia; o Pai de Família nunca poderia deixar de ceder, conquanto temporariamente, às seduções da Mulher Fatal. Esses primeiros melodramas, em conseqüência, eram de quali-

dade gratificante e satisfatória uma vez que os acontecimentos se processavam sem as complicações da psicologia individual, de acordo com a pura lógica aristotélica, que tanta falta fazia na vida real.

Gradualmente, tornaram-se menos necessárias tais estratégias, à medida que o público se acostumava a interpretar sozinho a ação, sendo virtualmente abolidas com a invenção do cinema falado. Mas mesmo agora ainda sobrevivem — bastante legitimamente, me parece — os remanescentes de um princípio de “atitude e atributo determinados”, e, de maneira mais fundamental, um conceito primitivo ou folclórico de construção do enredo. Ainda hoje aceitamos que a difteria de um bebê tenda a ocorrer quando os pais saem, e assim ocorrendo, solucione todos os seus problemas matrimoniais. Ainda hoje exigimos de um filme de mistério decente que o mordomo, embora possa ser tudo, desde um agente do Serviço Secreto Inglês até o pai verdadeiro da filha da casa, não venha a ser o assassino. Ainda hoje adoramos ver Pasteur, Zola ou Ehrlich vencerem a estupidez e a maldade, com as respectivas esposas neles confiando o tempo todo. Ainda hoje preferimos um final feliz a um triste, e insistimos, quanto mais não seja, pela observância da regra aristotélica de que a história tenha começo, meio e fim — regra esta cuja revogação tanto contribui para afastar o público em geral das esferas mais elevadas das obras literárias modernas. O simbolismo primitivo sobrevive, também, em divertidos detalhes tais como a seqüência final de *Casablanca* em que o deliciosamente velho e justo *Préfet de Police* joga uma garrafa vazia de água de Vichy na cesta de papéis; e nos eficazes símbolos do sobrenatural, tal como a morte, protagonizada por *sir Cedric Hardwicke*, sob o disfarce de um “senhor de guarda-pó” (*On Borrowed Time*) ou o *Hermes Psychopompos* de Claude Rains, vestindo as calças listradas de um diretor de linhas aéreas (*Here comes Mr. Jordan*).

Os progressos mais sensíveis foram efetuados nos campos da direção, iluminação, trabalho de câmera, corte e correção dos protagonistas. Mas enquanto na maioria desses a evolução se processava ininterrupta — sem contudo deixar de apresentar desvios, quedas e recaídas arcaicas — o desenvolvimento da interpretação sofreu uma interrupção repentina com a invenção do cinema falado; de tal forma que o estilo de representar nos filmes mudos já pode ser retrospectivamente considerado como uma arte perdida, não diversa da técnica pictórica de Jan van Eyck ou, retomando a nossa comparação anterior,

com a técnica de buril de Dürer. Cedo se verificou que representar num filme mudo não significava nem um exagero pantomímico do desempenho no palco (conforme genérica e erroneamente supunham atores profissionais de teatro que cada vez mais condescendiam em atuar no cinema), nem poderia tampouco prescindir de uma estilização; um homem fotografado descendo um portaló como na vida real parecia tudo menos isso, quando o resultado aparecia na tela. Para que a imagem parecesse natural e expressiva, a representação teria de ser feita de modo igualmente diverso do estilo do palco e da realidade da vida cotidiana; a fala teria de ser tornada dispensável estabelecendo-se uma relação orgânica entre o desempenho e o processo técnico da cinematografia — de forma análoga como nas gravuras de Dürer a cor fora tornada dispensável estabelecendo-se uma relação orgânica entre o desenho e o processo técnico de gravação.

Foi isso precisamente o que conseguiram os grandes atores do período mudo, sendo fato expressivo que os melhores deles não vieram do palco, cuja tradição cristalizada impediu que o único filme da Duse, *Cenere*, fosse outra coisa além de uma inapreciável recordação sua. Ao contrário, eles provieram do circo ou do teatro de variedades, como foi o caso de Chaplin, Keaton e Will Rogers; de nada em particular, como no caso de Theda Bara, da sua grande réplica européia, a atriz dinamarquesa Asta Nielsen, e Greta Garbo; ou então de todas as procedências imagináveis, como foi o caso de Douglas Fairbanks. O estilo desses “velhos mestres” comparava-se na verdade com o estilo da gravura no sentido em que era, e teria de ser, exagerado, em comparação com a representação teatral (tal como os acentuadamente incisos e vigorosamente curvados *tailles* do buril são exagerados em comparação com os traços de lápis ou as pinceladas), porém mais rico, mais sutil e infinitamente mais preciso. O advento do cinema falado, reduzindo, senão abolindo essa diferença entre o desempenho cinematográfico e o teatral, defrontou dessa forma os atores e atrizes do cinema mudo com um problema sério. Buster Keaton cedeu à tentação e caiu. Chaplin primeiro tentou defender seu território, permanecendo um requintado arcaísta, mas finalmente rendeu-se, obtendo apenas um sucesso moderado (*O Ditador*). Somente o glorioso Harpo recusou-se até agora, com sucesso, a pronunciar um único som articulado: e apenas Greta Garbo conseguiu, de certo modo, transformar o seu estilo em princípio. Mas mesmo no seu caso, não se pode deixar de sentir que o

seu primeiro filme falado, *Anna Christina*, onde ela pôde abrigar-se, na maior parte do tempo, em muda ou monossilábica taciturnidade, foi melhor do que os seus desempenhos posteriores, e na versão falada, a segunda, de *Anna Karenina*, o momento mais fraco é certamente aquele do recitativo siberiano que dirige a seu marido, e o mais expressivo quando se movimenta silenciosamente ao longo da plataforma da estação ferroviária, enquanto o seu desespero toma forma na consonância do seu movimento (e expressão) com o movimento do espaço noturno a seu redor, repleto dos ruídos reais de trens e do som imaginário dos “homenzinhos com os martelos” que a impele implacavelmente, e quase sem que ela se aperceba, para debaixo das rodas.

Não é de espantar, pois, que se sintam às vezes uma espécie de nostalgia do período mudo e que se tenham criado expedientes para combinar as virtudes do som e da fala com as do desempenho silencioso, tal como o “*close-up* oblíquo” já mencionado em relação ao *Henry V*; a dança por detrás de portas de vidro em *Sous les Toits de Paris*; ou, na *Histoire d'un Tricheur*, o relato de Sacha Guitry dos acontecimentos de sua juventude, enquanto estes são representados “silenciosamente” na tela. No entanto, esse sentimento nostálgico não constitui argumento contra o cinema falado como tal. Sua evolução demonstrou que em arte todo ganho acarreta uma certa perda na outra face da medalha, como também o fato de que o ganho persiste como ganho, contanto que seja reconhecida e respeitada a natureza básica do meio. Pode-se imaginar que, quando os homens das cavernas de Altamira começaram a pintar os seus búfalos em cores naturais, ao invés de meramente talhar os contornos, os mais conservadores entre eles vaticinaram o fim da arte paleolítica. Mas a arte paleolítica prosseguiu e o mesmo acontecerá com o cinema. As novas invenções técnicas tendem sempre a amesquinhar os valores já alcançados, especialmente num meio que deve a sua própria existência à experimentação técnica. Os primeiros filmes falados eram infinitamente inferiores aos mudos, então maduros e a maioria dos filmes coloridos ainda são inferiores aos agora maduros filmes falados em preto-e-branco. Mas mesmo se o pesadelo de Aldous Huxley chegasse a ser verdade e as experiências do paladar, olfato e tato fossem acrescentadas às da visão e audição, mesmo assim poderíamos dizer com o Apóstolo, conforme dissemos quando primeiro nos defrontamos com a trilha sonora e o filme colorido: “Temos aflições de

todos os lados, no entanto não desanimamos; estamos assombrados, mas não desesperados.”

Da lei do espaço saturado de tempo e do tempo sujeito ao espaço depreende-se o fato de que o roteiro de um filme, ao contrário da peça de teatro, *não tem existência estética independente de sua execução, e os seus personagens não têm existência estética fora dos atores.*

O escritor teatral escreve com a terna esperança de que a sua obra será uma jóia imperecível no templo dos tesouros da civilização, com centenas de montagens que não passarão de variações transitórias de uma “obra” que é constante. O autor de roteiros, por outro lado, escreve para um produtor, um diretor e um elenco. O trabalho destes adquire o mesmo grau de permanência que o seu; e se o mesmo cenário ou algum outro similar for filmado por outro diretor e outro elenco, o resultado será um “roteiro” inteiramente diferente.

Otelo e Nora são figuras definitivas, substanciais, criadas pelo dramaturgo. Poderão ser representadas bem ou mal, e poderão ser “interpretadas” de uma maneira ou de outra; elas no entanto existem de maneira definitiva, não importando quem as representa ou até mesmo se são representadas. O personagem de filme, entretanto, vive e morre com o ator. Não se trata da entidade “Otelo” interpretada por Robeson ou a entidade “Nora” interpretada por Duse; é a entidade “Greta Garbo” encarnada numa figura chamada Anna Christina ou a entidade “Robert Montgomery” encarnada num assassino que, ao que sabemos ou nos interessamos em saber, poderá para sempre permanecer anônimo, mas jamais deixará de assombrar nossas memórias. Mesmo quando os nomes dos personagens são Henrique VIII ou Anna Karenina, o rei que reinou sobre a Inglaterra de 1509 a 1547 e a mulher criada por Tolstoi não existem fora do ser de Garbo e de Laughton. Não passam de silhuetas vazias e incorpóreas, como as sombras dos infernos de Homero, assumindo o caráter de realidade somente quando repletas do sangue vivo de um ator. Contrariamente, se um papel de um filme for mal representado, nada restará dele, conquanto seja interessante a psicologia do personagem ou primorosas suas falas.

*Mutatis mutandis*, o que se aplica ao ator vale para a maioria dos outros artistas ou artesãos que contribuíram para a feitura de um filme: o diretor, o técnico de som, o imensamente importante operador da câmera, até mesmo o técnico em maquiagem. Uma produção teatral é ensaiada até que tudo esteja pronto, e, em seguida, é repetidamente

representada nas três horas consecutivas. A cada espetáculo todos têm de estar a postos e cumprir a sua parte, indo depois para casa dormir. O trabalho do ator teatral poderá desse modo ser comparado ao de um músico, e o do diretor ao de um maestro. Como aqueles, eles têm um determinado repertório que estudaram e apresentam num número completo de desempenhos, seja o *Hamlet* hoje e as *Espectros* amanhã, ou *A Vida com Papai per saecula saeculorum*. As atividades do ator cinematográfico e do diretor, entretanto, são comparáveis, respectivamente, às do artista plástico e do arquiteto e não às do músico e do maestro. O trabalho teatral é contínuo, mas transitório; o trabalho cinematográfico é descontínuo, porém permanente. As seqüências isoladas são feitas aos poucos e fora de ordem, de acordo com a utilização mais eficiente de locais e pessoal. Cada trecho é feito repetidas vezes até satisfazer, e quando o conjunto estiver cortado e composto todos se descartam dele para sempre. Torna-se desnecessário acentuar que tal procedimento enfatiza a curiosa consubstancialidade que existe entre a pessoa do ator de cinema e seu papel. Vindo a existir gradualmente, independentemente da seqüência natural de acontecimentos, o “personagem” apenas pode adquirir integração se o ator conseguir ser, e não apenas representar, Henrique VIII ou Anna Karenina, por todo o cansativo período de filmagem. Sei pelas fontes mais autorizadas que Laughton foi de convivência extremamente difícil durante as seis ou oito semanas em que estava representando — ou melhor, sendo — o Capitão Bligh.

Poderia ter dito que um filme, realizado por um esforço cooperativo em que todas as contribuições têm o mesmo grau de permanência, é o equivalente moderno mais próximo da catedral medieval; o papel do produtor correspondendo, mais ou menos, ao do bispo ou arcebispo; o do diretor ao do arquiteto-chefe; o dos roteiristas ao dos conselheiros escolásticos, estabelecendo o programa iconográfico; e o dos atores, operadores de câmera, montadores, técnicos de som, de maquiagem e demais especialidades aos daqueles cujo trabalho conferia a entidade física ao produto terminado, desde os escultores, pintores de vitrais, fundidores de bronze, carpinteiros e pedreiros habilitados até os cavouqueiros e lenhadores. E se conversarmos com cada um desses colaboradores, ouviremos de cada um, em perfeita *bonna fide*, que a sua parte é importantíssima — o que é verdade, à medida que é indispensável.

Essa comparação poderá parecer sacrílega, não apenas porque há, proporcionalmente, um menor número de bons filmes do que de boas catedrais, como também porque os filmes são comerciais. Entretanto, se a arte comercial for definida como toda aquela que não seja fundamentalmente produzida para satisfazer o impulso criador do seu autor e sim fundamentalmente destinada a atender as exigências de um freguês ou público comprador, deve-se dizer que a arte não-comercial é a exceção, ao invés da regra, sendo bastante recente mas nem sempre bem-sucedida. Embora seja verdadeiro que a arte comercial esteja sempre em perigo de terminar como uma prostituta, é igualmente verdadeiro que a arte não comercial corre sempre o risco de terminar como uma solteirona. A arte não-comercial deu-nos a *Grande Jatte*, de Seurat e os *Sonetos* de Shakespeare, mas também muita coisa esotérica que chegou ao ponto da incomunicabilidade. Contrariamente, a arte comercial deu-nos muita coisa que é vulgar ou esnobe (dois aspectos dá mesma coisa), até a repugnância, mas também as gravuras de Dürer e as peças de Shakespeare. Pois, é preciso reconhecer que as gravuras de Dürer foram feitas em parte sob encomenda e em parte para serem vendidas no mercado; e que as peças de Shakespeare — ao contrário das máscaras e *intermezzi* que eram produzidas na corte por amadores aristocratas e que podiam ser tão incompreensíveis a ponto daqueles que os descreviam em monografias impressas ocasionalmente chegarem a não apreender a sua pretensa significação — levavam o intuito de agradar e agradavam, não apenas a uma seleta minoria, como também a todos que se dispusessem a pagar um *shilling* de entrada.

É essa exigência de comunicabilidade que torna a arte comercial mais vital do que a não-comercial, e portanto muito mais efetiva para melhor ou pior. O produtor comercial tanto pode educar como perverter o público em geral, permitindo que este — ou antes a idéia que tem deste — venha a educar-se ou perverter-se. Como se demonstra por uma série de excelentes filmes que resultaram em grandes sucessos de bilheteria, o público não se recusa a aceitar bons produtos, uma vez que os receba. O fato de não recebê-los com muita frequência deve-se não tanto ao comercialismo como tal, mas antes ao discernimento excessivamente exíguo e, por mais paradoxal que possa parecer, à excessiva timidez na sua aplicação. Hollywood acredita que deve produzir “o que o público deseja”, ao passo que o público aceitaria tudo o que Hollywood produzisse. Se Hollywood decidisse por si mesma o que dese-

ja ainda encontraria escapatória — mesmo se decidisse “afastar-se do mal e fazer o bem”. Pois, voltando ao nosso ponto de partida: na vida moderna o cinema é o que a maioria das outras formas de arte deixaram de ser, não um enfeite e sim uma necessidade.

Que isso possa ser assim é compreensível, não apenas de um ponto de vista sociológico, como também do da história da arte. Os processos de todas as artes representacionais primitivas aderem em grau maior ou menor a uma concepção idealística do mundo. Elas operam de cima para baixo, por assim dizer, e não ao contrário. Começam com uma idéia a ser projetada na matéria amorfa e não com os objetos que constituem o mundo físico. O pintor trabalha numa parede ou numa tela vazia que organiza numa semelhança de coisas e pessoas de acordo com a sua idéia (por mais que essa idéia tenha sido alimentada pela realidade); ele não trabalha com as próprias coisas e pessoas, ainda que parta “de um modelo”. O mesmo sucede com o escultor, com a sua massa amorfa de barro ou o seu bloco de pedra ou de madeira não trabalhado; com o escritor, com a sua folha de papel ou o seu ditafone; e até mesmo com o cenógrafo, com a sua seção de espaço vazia e aflitivamente limitada. É o cinema, e tão-somente o cinema, que faz justiça a essa interpretação materialista do universo que, quer nos agrade ou não, impregna a civilização contemporânea. Com exceção do caso muito especial do desenho animado, o cinema organiza coisas materiais e pessoas, e não um meio neutro, numa composição que recebe o seu estilo, e até se pode tornar fantástica ou voluntariamente simbólica,<sup>3</sup> não tanto pela interpretação na mente do artista, quanto pela própria manipulação de objetos físicos e material de gravação. O meio do cinema é a realidade física como tal: a realidade física do Versailles do século XVIII — seja ele o original ou um fac-símile de Hollywood, indistinguível dele para todos os sentidos e propósitos estéticos — ou de um lar suburbano de Westchester; a realidade física da Rue de Lappe

---

3. Não posso deixar de achar que a seqüência final do filme dos Irmãos Marx *Noite em Casablanca* — onde Harpo inopinadamente toma conta do assento do piloto de um grande avião, causa uma devastação incalculável mexendo num pequeno controle após o outro, e torna-se mais maluco de alegria quanto maior a desproporção entre a pequenez do seu esforço e a magnitude do desastre — constitui um símbolo magnífico e apavorante da conduta humana na “idade atômica”. Não há dúvida de que os Irmãos Marx rejeitariam vigorosamente essa interpretação; mas o mesmo faria Dürer se alguém lhe houvesse dito que o seu *Apocalypse* prenunciava o cataclisma da Reforma.

em Paris ou do deserto de Gobi, do apartamento de Paul Ehrlich em Frankfurt ou das ruas de Nova York na chuva; a realidade física dos motores e animais, de Edward G. Robinson e Jimmy Gagney. Todos esses objetos e pessoas têm de ser organizados numa obra de arte. Poderão ser arrumados de todas as maneiras (a “arrumação” compreendendo, é claro, coisas como maquilagem, iluminação e trabalho de câmara); não há como dispensá-los. Deste ponto de vista torna-se evidente que uma tentativa de submeter o mundo a uma pré-estilização artística, como nos cenários expressionistas do *Gabinete do Doutor Caligari* (1919), não passará de uma experiência emocionante, capaz de exercer apenas uma pequena influência sobre o curso geral dos acontecimentos. Pré-estilizar a realidade antes de atacá-la equivale a esquivar-se ao problema. O problema consiste em manipular e filmar a realidade não estilizada de tal maneira que o resultado tenha estilo. Eis uma proposição não menos legítima e difícil do que qualquer outra nas artes mais antigas.

*Tradução de César Bloom*