

Tradução

Adorno e as antinomias da indústria cultural¹

Enzo Traverso²

O conceito de “indústria cultural” foi forjado por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer em *Dialética do esclarecimento*, uma obra escrita durante a guerra e publicada em Amsterdã, em 1947. Eles o preferem a “cultura de massa”, que começa então a se espalhar no âmbito das ciências sociais, sobretudo nos Estados Unidos – devido à ambiguidade da expressão, suscetível de ser interpretada como um tipo de folclore, de cultura autêntica “jorrando” espontaneamente das massas. A seus olhos, a indústria cultural (*Kulturindustrie*) é apenas uma dimensão do processo de reificação que, desde o início do século XX, fagocita o planeta de modo implacável: quando as relações sociais tomam a forma de uma troca de mercadorias, a cultura não escapa da alienação geral. “Por enquanto, a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social” (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 100). Consequentemente, os produtos da indústria cultural devem ser considerados à semelhança de outras mercadorias, das quais nada os distingue fundamentalmente, “os automóveis, as bombas e os filmes” cumprindo a “mesma função niveladora”. Eles se erigem em relação à cultura autêntica – expressão de um mundo não submetido à racionalização técnica e à reificação mercantil – como um tipo de simulacro; eles são sua caricatura, exatamente como a “comunidade popular” (*Volksgemeinschaft*) nazista era a paródia de uma verdadeira comunidade humana (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 129). Se a racionalidade instrumental visa à dominação – “o esclarecimento é totalitário”, explicam Adorno e Horkheimer (2006, p. 19) –, a indústria cultural é apenas um de seus vetores. Ela “aboliu” a autonomia da obra de arte porque suas realizações são concebidas como mercadorias. Não se trata de criações intelectuais ou estéticas levadas a assumir uma forma mercantil para atender a um público ampliado; trata-se de produtos nascidos para o mercado, que a massa – à qual eles são destinados – não pode receber senão na qualidade de

¹ Título original: Adorno et les antinomies de l'industrie culturelle. *Communications* n. 91, 2012. Passage en revue – Nouveaux regards sur 50 ans de recherches – Coordonné par Nicole Lapierre, pp. 51-63. Artigo publicado por ocasião da reedição da tradução francesa do ensaio *Résumé über Kulturindustrie*, de Theodor Adorno, publicada pela primeira vez em 1964, na mesma revista *Communications*. Tradução de Leandro Candido de Souza.

² Historiador e professor da Cornell University (Estados Unidos).

consumidor. O público se apropria dos bens culturais para se enriquecer espiritualmente e poder exercer uma função crítica, enquanto a massa se limita a consumi-los de maneira passiva. Inevitavelmente, o anúncio comercial constitui a forma acabada da indústria cultural, cuja função apologética da ordem dominante não é ocultada; a arte se transforma em pura técnica publicitária, como havia entendido Goebbels, o ministro da Propaganda do III Reich (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 135).

As fontes intelectuais da teoria da indústria cultural são conhecidas. Ela integra em uma visão global e coerente um conceito de racionalidade de origem weberiana – a “racionalidade-voltada-a-fins” (*Zweckrationalität*) que se afasta progressivamente de toda racionalidade fundada sobre valores (*Wertrationalität*) – e um conceito de reificação (*Verdinglichung*) de inspiração marxista – a alienação da humanidade em um mundo dominado pelo fetichismo da mercadoria – com uma crítica romântica da modernidade herdeira da *Kulturkritik* alemã³. Um filósofo como György Lukács, jovem integrante do círculo weberiano de Heidelberg, autor de *A alma e as formas* (1911) e *História e consciência de classe* (1923), é um elo essencial nessa genealogia, a despeito de suas reservas em face da Escola de Frankfurt. Diferentemente do pessimismo cultural, no entanto, Adorno não advoga uma postura conservadora – a *Kultur* tradicional oposta à *Zivilisation* moderna, fria e mecânica –, mas defende um modernismo estético, inimigo da massificação, praticado pelas vanguardas. Ele não esconde seu interesse por Spengler, um partidário da “revolução conservadora”, cuja crítica da modernidade se revelou a seus olhos “em muitos aspectos superior à crítica progressista” (ADORNO, 1998a, p. 58). No entanto, isso não o conduz a Wagner ou a uma idealização nostálgica da cultura consagrada, cujo renascimento é ilusório e cuja celebração lírica é perfeitamente estéril, mas muito mais a Arnold Schoenberg e Alban Berg⁴.

Dialética do esclarecimento foi escrito na Califórnia durante a guerra, e não há dúvida de que essa experiência americana foi seu terreno fértil. A sombra de Hollywood sobrevoa todo o capítulo do livro consagrado à indústria cultural, em que as referências à produção cinematográfica afloram por vezes de maneira explícita (especialmente a homologia entre os líderes carismáticos dos regimes totalitários e as estrelas criadas pela indústria hollywoodiana, objetos de um mesmo culto passional fundado sobre a privação de toda capacidade de reflexão e de discernimento crítico).

³ Para uma genealogia do pensamento de Adorno, cf. Martin Jay (1984), especialmente a introdução. As fontes de sua teoria da indústria cultural foram analisadas por Olivier Voirol (2011, pp. 125-57).

⁴ Cf. Peter Hohendahl (1992, p. 84) e Richard Wolin (1992, pp. XII-XIII). Adorno já havia acertado contas com a *Kulturkritik* alemã em seu artigo Crítica cultural e sociedade, de 1949 (ADORNO, 1998b, pp. 7-26).

Por outro lado, o ensaio aqui publicado⁵ foi escrito 14 anos depois de seu retorno à Alemanha, no momento em que as sociedades da Europa Ocidental conheciam uma expansão consumista extraordinária. Como demonstrou Victoria de Grazia, em *Irresistible empire*, é precisamente no início dos anos 1960, no coração do *boom* econômico do pós-guerra, que as práticas socioculturais e os modos de vida americanos se expandem para o Velho Mundo (GRAZIA, 2005). Durante essa década, com um intervalo de 15 de anos com relação à ruptura política de 1945, a sociedade aparece sob a forma de um universo mercantil, o que engendra uma verdadeira mutação antropológica e traceja uma realidade que ainda nos acompanha. Entre o início e a metade do século XX, o europeu médio não muda qualitativamente seu nível de consumo. Desde a década seguinte, no entanto, seu hábitat não é mais o mesmo: ele se acostumou a viver em apartamentos equipados com aquecimento central, com banheiros e chuveiro no seu interior, uma geladeira e uma máquina de lavar na cozinha, uma televisão na residência, um telefone e um carro na garagem. As grandes lojas, a indústria do turismo e do lazer atingem doravante, em cada país, dezenas de milhões de pessoas. Progressivamente, esse modo de vida se generaliza e se torna uma aspiração das classes populares: a satisfação das “necessidades” cede pouco a pouco o lugar à satisfação de “desejos” (SCHRAGE, 2003, pp. 57-86). É nesse mundo modelado pelo consumo mercantil, no apogeu do *Homo faber* fordista, que o filósofo frankfurtiano reafirma sua crítica da indústria cultural. Ele não é o único, porque uma crítica similar do “neocapitalismo”, com acentos ora utópicos, ora conservadores, aflora na época nos escritos de Herbert Marcuse nos Estados Unidos, de Italo Calvino e Pier Paolo Pasolini na Itália, de Raymond Williams na Grã-Bretanha, de Edgar Morin e Roland Barthes na França.

Relembrar o contexto em que toma forma o pensamento de Adorno volta a sublinhar a ligação simbiótica que ele mantém com uma certa experiência da modernidade marcada por sua estada californiana e alimentada por uma confrontação permanente entre a Europa e a América, os continentes que foram, durante a primeira metade do século XX, os polos antinômicos da modernidade ocidental: de um lado o da origem, do outro o da realização. O pensamento crítico de Adorno se desenvolve nessa tensão dialética entre a *Kulturkritik* da virada do século e Hollywood, entre o pessimismo cultural alemão e a modernidade de um continente descomplexado, desprovido de um inconsciente assombrado pela tradição.

⁵ O autor se refere ao texto A indústria cultural, que baseou as palestras radiofônicas realizadas por Adorno em 28 de março e 4 de abril de 1963. Trata-se do texto publicado nos *Gesammelte Schriften*, volume 10.1, com o nome *Résumé über Kulturindustrie*, o qual foi traduzido e publicado no terceiro número da revista francesa *Communications*, em 1964. Como já indicado, em 2012, o texto foi republicado pela mesma revista, ocasionando a redação do presente artigo de Enzo Traverso. [NT]

Mas seria falso ver nesse pensamento a versão sofisticada de um antiamericanismo bem ancorado na Alemanha como em outros lugares do Velho Mundo. Ou um reflexo arcaico visando a opor a “alta cultura” europeia à cultura popular, para não dizer plebeia e grosseira, de uma sociedade que, privada de passado, conheceu apenas uma modernidade artificial (STERN, 1990)⁶.

Liquidando a autonomia da arte, a indústria cultural consegue aniquilar o sujeito, transformando-se assim em uma forma de anti-iluminismo (*Anti-Aufklärung*) (ADORNO, 1978, p. 295). Mas a supressão do potencial emancipador do Iluminismo é, para Adorno, apenas o resultado da dialética do racionalismo ocidental, ele próprio progressivamente metamorfoseado em dispositivo de dominação. Como ele escreverá mais tarde, em *Dialética negativa*, não há uma história universal conduzindo do selvagem à humanidade civilizada; há uma via direta, por outro lado, que vai da atiradeira primitiva à bomba atômica (ADORNO, 2009b, p. 266). A visão da história que se depreende dos escritos de Adorno e Horkheimer parece, por vezes, um tipo de hegelianismo negativo, desencantado, postulando uma teleologia na qual o totalitarismo seria o resultado inelutável (cf. CONNERTON, 1980, p. 114). Mas as raízes do Ocidente residem na Europa; a América é apenas o revelador paroxístico.

Desse ponto de vista, o marxismo de Adorno é mais radical que aquele de Lukács, do qual ele retoma algumas intuições (uma fusão da teoria marxiana da alienação com a teoria weberiana da racionalidade instrumental). Para Lukács, que vê no fascismo uma mistura singular de anti-iluminismo e de técnica publicitária americana, a modernidade significa a reificação das relações sociais em objetos mortos, logo, a destruição de uma subjetividade que seria necessário ressuscitar em uma totalidade social recomposta⁷. Para Adorno, a reificação do mundo significa, para além dessa mercantilização, o fim da divisão do próprio corpo social, a supressão da heterogeneidade do real pela afirmação do “princípio de identidade” (ADORNO, 2009b, p. 125). O mundo reificado é um mundo totalitário, intimamente hostil a toda forma de alteridade. A indústria cultural é a aplicação do modelo produtivo fordista à cultura, o que implica sua destruição, porque os produtos serializados são a negação de toda criação singular. Em *Dialética do esclarecimento*, esse universo de alienação total é denominado “sociedade administrada” (uma definição que evoca a “gaiola de aço” weberiana), e seu estado de espírito “*Ticket-mentality*”, a saber, “a raiva feroz pela diferença” (ADORNO;

⁶ Fora da Alemanha, essa sensibilidade cultural foi desenvolvida sobretudo por José Ortega y Gasset em *Rebelião das massas*, de 1930 (ORTEGA Y GASSET, 1987).

⁷ Sobre esse tema, ver György Lukács (2012, pp. 194-240), Lucien Goldmann (1959, pp. 64-106) e Axel Honneth (2005).

HORKHEIMER, 2006, p. 171)⁸. Em resumo, a sociedade administrada, a personalidade autoritária e a indústria cultural são apenas as diferentes faces de uma mesma realidade. Para preservar o núcleo emancipador do esclarecimento contra sua metamorfose em dispositivo de dominação, o retorno à cultura clássica é ilusório, é preciso se agarrar a uma utopia libertadora mantida, segundo Adorno (diferentemente de Lukács), não mais pelo proletariado, mas apenas pela resistência de uma vanguarda estética irreduzível aos códigos de uniformização e padronização mercantil.

A teoria adorniana da indústria cultural se inscreve, portanto, em um contexto marcado pelo advento da sociedade de consumo, o nascimento do marxismo ocidental e a expansão do modernismo estético das vanguardas, com o pano de fundo de um anticapitalismo romântico herdado de uma *Kulturkritik* livre de suas visadas conservadoras. Uma etapa essencial na genealogia desse pensamento crítico é a confrontação com duas figuras maiores da cultura de Weimar: Walter Benjamin e Siegfried Kracauer.

Do primeiro, Adorno retoma a visão da perda da *aura* na arte moderna. Mas, contrariamente ao filósofo berlinense, que analisa as duas dimensões desse fenômeno – de um lado, o fim da singularidade absoluta da obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica, de outro, as potencialidades extraordinárias dessa democratização, as quais a fotografia e o cinema testemunham –, ele vê apenas uma, a mutilação estética. Para Benjamin, a arte sem aura se baseia em uma “recepção coletiva simultânea” que modifica a “atitude das massas” em um sentido “progressista” (BENJAMIN, 1994, pp. 187-8); para Adorno, pelo contrário, ela não pode existir senão como expressão da reificação universal. Em 1936, ele define o *jazz* como uma “moda atemporal” concebida à imagem da sociedade administrada, modelada pela racionalização mecânica e anunciando uma forma de alienação muito próxima do pesadelo descrito por Aldous Huxley em *Admirável mundo novo* (ADORNO, 1998c)⁹. Dois anos mais tarde, ele aplica a teoria do declínio da aura ao conjunto da música popular urbana, na qual o caráter de fetiche ligado à sua forma de mercadoria corresponde fatalmente, pensa ele, a uma “regressão da audição”, tendo como consequência uma “situação infantil geral” e uma “renúncia a si mesmo” dos ouvintes, que realizam, assim, a aprendizagem de uma “identificação com o poder” (ADORNO, 1996, p. 102). A música clássica supõe uma percepção cultivada típica do individualismo burguês do século XIX. A música da vanguarda contemporânea, na qual as dissonâncias quebram as harmonias tradicionais, exige a concentração da escuta, solicitada por uma experiência estética inovadora e singular. Diferente tanto de uma como da outra, a

⁸ Ver também sua *Teoria estética*, de 1969 (cf. ADORNO, 1989, p. 293).

⁹ Para uma tentativa de “salvar” as teses de Adorno contra ele próprio, cf. Béthune (2003, p. 73).

música ligeira acostuma seus receptores aos ritmos repetitivos, monótonos, que se transformam em um barulho informe penetrando sua vida cotidiana, submetendo-a a uma rotina alienante. No contexto dos anos 1930, a substituição da aura pelo fetiche da mercadoria engendra uma música intrinsecamente fascista, isto é, fundada sobre ritmos mecânicos que reproduzem a cadência regular das marchas militares e a racionalidade autoritária dos desfiles em uniforme. Para Adorno, as *bandleaders* da era do *swing* macaqueiam as caretas dos *Führer* totalitários (ADORNO, 1996, p. 87). Compreende-se, então, sua relação conflitiva com Benjamin, do qual ele censura o ensaio *Paris, capital do século XIX* (1939), escrito originalmente para a revista da Escola de Frankfurt.

Inevitavelmente, essa clivagem toma formas ainda mais radicais ao olhar de um teórico do cinema como Kracauer. “Iconofóbico”, Adorno não compreende a “inclinação pelas formas vulgares, excluídas da cultura nobre”, que conduz esse último a compartilhar um pouco do “prazer ingênuo do espectador” no cinema. Esse gosto pelas formas de arte popular lhe aparece como o sinal de uma submissão inaceitável ao mundo reificado da mercadoria (ADORNO, 2009a, p. 12). Prisioneiro de uma interdição teológica das imagens (*Bildverbot*), segundo ele, último baluarte contra a reificação da indústria do espetáculo, Adorno recusa a “primazia do óptico” que atravessa como um fio vermelho o conjunto da obra de Kracauer (ADORNO, 2009, p. 21)¹⁰. Relembrando que na origem do termo “realidade” há a palavra latina *res*, “coisa”, ele não pode admitir uma visão do filme como “redenção” da realidade física, uma vez que para ele se trata apenas do triunfo da reificação do mundo.

Ora, Kracauer não nega o caráter de mercadoria dos filmes, especialmente das grandes produções hollywoodianas, que cumprem uma função apologética da ordem social dominante, difundindo seus valores e seus mitos, mas ele não lhes contesta, no entanto, um estatuto de obra de arte. Por sua natureza, o filme tem a capacidade de registrar e de revelar a realidade, subtraindo-a assim do esquecimento, inscrevendo-a em nossa memória, redimindo-a. Essa “redenção” do mundo da vida (*Lebenswelt*) inscrito no dispositivo técnico do cinema (a “câmera-realidade”) o faz um meio de conhecimento e de criação estética ao mesmo tempo, isto é, uma ferramenta por meio da qual agarrar, penetrar e interpretar a realidade material. Consequentemente, aos olhos de Kracauer o cinema conserva um potencial criador e emancipador. “Muitos filmes comerciais e produções televisivas são autênticas conquistas e não apenas mercadorias”, escreve ele em *Théorie du film*, acrescentando que mesmo um “contexto totalmente

¹⁰ Ver a alusão ao “*Bildverbot*” em *Dialética do esclarecimento* (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 149) e também em Mischa Brumlik, *Schrift, Wort und Ikone. Wege aus dem Bildverbot* (1994, pp. 27-60).

alienado” pode conter “germes de desenvolvimentos renovadores” (KRACAUER, 2010, p. 313). Para Adorno, Kracauer comprova uma fascinação infantil pela estética do capitalismo fordista, uma capitulação injustificável em face da indústria cultural e uma legitimação culpada de seus mecanismos de alienação. Em 1937, ele julga “horrrível” seu livro sobre Offenbach – um retrato histórico da Paris sob o Segundo Império –, estigmatizando sua complacência em face da cultura de massa nascente e sua fascinação pela vida dos bulevares e chegando mesmo a suspeitas sobre suas visadas comerciais (ADORNO; BENJAMIN, 2012, pp. 280-3)¹¹. Cativado pelas manifestações de “superfície” da sociedade de massa, Kracauer escreveu uma biografia do inventor da opereta que reconstituía sua trajetória de exilado e analisava seu impacto sobre a cultura do século XIX, mas negligenciava os conteúdos de sua música. Adorno se refugia em uma concepção elitista e aristocrática da arte que o conduz a rejeitar *a priori* a música popular, reivindicando orgulhosamente sua ignorância nesse domínio.

Figura singular e paradoxal de “mandarim” – no sentido da tradição acadêmica alemã (cf. RINGER, 1969) –, Adorno reunia em si, dialeticamente, dois elementos contraditórios: uma crítica radical da modernidade de inspiração marxista e um conservadorismo político bem adaptado ao clima político dos anos mais sombrios da guerra fria. Por um lado, ele defende uma visão do totalitarismo como destino inelutável do mundo reificado, resultado da dialética implacável do racionalismo ocidental transformado em dispositivo de dominação. O nazismo e a democracia liberal certamente diferem por suas formas e usos da violência, mas não por sua natureza profunda, porque eles são apenas duas faces da sociedade administrada, duas vias diferentes para chegar ao mesmo resultado: o triunfo do princípio de identidade. Assim, segundo ele, o perigo principal esperando a sociedade alemã não é o retorno do fascismo, mas sua sobrevivência no âmbito das instituições democráticas (ADORNO, 1984a, p. 97). A sociedade de consumo é certamente menos violenta, mas, no fundo, não menos totalitária que o sistema de poder nazista. Isso explica a influência da Escola de Frankfurt sobre a esquerda radical alemã que fez seu lema de um velho aforismo de Horkheimer: “Quem não fala do capitalismo não tem o direito de falar do fascismo” (HORKHEIMER, 1988, p. 308). Por outro lado, Adorno não acredita verdadeiramente nas virtudes da contestação, muito menos na possibilidade de uma revolução pela qual uma nova geração comece a se mobilizar em escala global. Em 1949, sua escolha por voltar à Alemanha exprimia mais sua anexação a essa cultura e a essa língua que uma vontade de protesto contra o macarthismo (suas motivações

¹¹ Ver também Siegfried Kracauer, *Jacques Offenbach ou le secret du Second Empire* (1994).

diferiam, portanto, ao menos em parte, daquelas de Bertolt Brecht, Ernst Bloch ou Günther Anders). Em sua bagagem, ele não levava apenas uma crítica radical da indústria cultural, mas também um conformismo político profundo. O filósofo marxista carrasco do fordismo estético se acompanhava de um intelectual anticomunista, inimigo não apenas da União Soviética de Stálin, mas de toda utopia revolucionária. A Universidade de Frankfurt lhe reservou uma recepção fria, para não dizer hostil. Nessa época, como ele escreveu em suas cartas, ele não podia se sentar em um trem sem pensar que seu vizinho, assim como muitos de seus colegas, poderia ter sido um nazista. Esses últimos recebiam-no como um tipo de agente americano, desembarcado no rastro de um exército de ocupação. Eles haviam lhe selado uma alcunha, TWA, suas iniciais pronunciadas em inglês, que lembravam uma grande companhia aérea americana (HOHENDAHL, 1992, p. 98). O ex-exilado não tem nada de um subversivo. Seu conflito com o movimento dos estudantes alemães, em janeiro de 1969, quando ele chama a polícia para evacuar o Instituto para Pesquisa Social ocupado, é apenas o epílogo inevitável de um longo mal-entendido. Um dos líderes da contestação, Hans-Jürgen Krahl, qualifica-o de “teórico crítico de merda” (*scheißkritische Theoretiker*) enquanto a polícia o carrega. Herbert Marcuse, a alma radical da Escola de Frankfurt, então reprova seu velho amigo por optar pela polícia contra os estudantes, isto é, os defensores da sociedade administrada, em detrimento de seus inimigos. O argumento lançado por Adorno para justificar sua atitude – a contestação como “fascismo de esquerda”, um movimento empurrado para a direita pela “força de suas antinomias imanentes” – parece para Marcuse uma *contradictio in adjecto* que nenhuma proeza dialética saberia legitimar (ADORNO; MARCUSE, 1999, pp. 123-36)¹².

Lido (ou relido) a 50 anos de distância, esse ensaio sobre a indústria cultural impressiona tanto pela força de suas intuições quanto pela miopia (e se revela assim, para falar a linguagem de seu autor, um texto eminentemente dialético). A partir dos dias de hoje, é evidente, as mercadorias moldam a “economia psíquica das massas” (ADORNO, 1978, p. 291) ainda mais que nos anos 1960. A onipresença de estrelas do esporte, do cinema e da música nos anúncios publicitários, assim como a proliferação de comerciais nas telas da televisão, dos telefones celulares e dos computadores confirmam o diagnóstico adorniano da reificação universal¹³. Até mesmo o ultrapassam, porque o filósofo alemão não havia previsto que a imagem de Kafka se tornaria o logo publicitário de Praga, nem que, por um tipo de ironia da história, sua própria imagem estaria

¹² Sobre esse episódio, ver também Lorenz Jäger, *Adorno. Eine politische Biographie* (2003, pp. 181-5).

¹³ A atualidade das teses de Adorno é sublinhada por Fredric Jameson (1997).

disponível, sob a forma de cartão postal, ao preço de um euro, em todas as boas livrarias alemãs, por vezes ao lado da de Elvis Presley.

Em seus livros sobre as transformações do mundo editorial, André Schiffrin não cita Adorno, mas suas análises são uma nova ilustração da teoria da indústria cultural (SCHIFFRIN, 1999). Quando um grande monopólio impõe a suas casas de edição critérios de rentabilidade e de gestão administrativa, os livros não são mais *que* mercadorias. E quando um livro é apresentado e criticado em jornais, revistas ou redes de rádio e televisão que pertencem ao grupo editorial proprietário da casa que o publicou, o ciclo da mercadoria está completo, porque o lucro lhe constitui a razão de ser e a finalidade. Sob esse ângulo, o sombrio diagnóstico de Adorno revelou-se mais lúcido que o otimismo beato da segunda geração da Escola de Frankfurt (especialmente as ilusões de um Habermas sobre as virtudes da racionalidade comunicativa¹⁴). O caráter tendencialmente totalitário da indústria cultural – se definimos o totalitarismo, na esteira de Adorno, como destruição do político e como afirmação do princípio de identidade – manifesta-se à nossa época sob formas que não eram cogitáveis na Europa do chanceler Adenauer e do general De Gaulle. Desde 1980, a eleição de Ronald Reagan para a Presidência dos Estados Unidos mostrou o grau de osmose transatlântica alcançado entre a indústria cultural e o poder político. Durante a década seguinte, a Itália de Berlusconi foi o laboratório de uma fusão entre a economia, a política, a indústria cultural e a comunicação; ele encarnou as diferentes facetas da dominação por uma figura carismática de novo tipo, da qual Adorno havia prefigurado os traços e sublinhado a proximidade entre a estrela e o ditador. São raros os filósofos dos anos 1960 cujos escritos possuem a mesma força premonitória; é o caso de Guy Debord, que anunciou o advento do mundo reificado como sociedade do espetáculo: “o espetáculo é o *capital* em um tal grau de acumulação que ele se torna imagem” (DEBORD, 1997, p. 25).

A miopia de Adorno – suas diferenças com Benjamin e Kracauer já a tinham provado – mantém, contrariamente, sua incapacidade ou, antes, sua recusa de considerar o *valor de uso* que as mercadorias podem conservar no mundo reificado. Kracauer teve razão de reprová-lo por rejeitar o cinema sem conhecê-lo e muitos críticos sublinham com justiça que o filósofo frankfurtiano dirige sua atenção sobre a *experiência* da indústria cultural, antes que sobre a própria indústria cultural, que ele detesta sem conhecer e sem analisar nem suas estruturas nem seu funcionamento, o que o leva a propor uma “emancipação especulativa” abstrata e desencarnada (cf. COOK, 1996, pp. 82-3). Em resumo, Adorno sempre se manteve hostil ao método de Kracauer que, desde a metade dos anos 1920, vê nos filmes o

¹⁴ Ver a crítica do conceito de “racionalidade instrumental” por Jürgen Habermas (1985, pp. 128-56).

“espelho da sociedade constituída” (KRACAUER, 2009, p. 311). Certamente, reconhece esse último, eles são produzidos para gerar lucro, mas por isso eles devem satisfazer os gostos do público, moldando os “sonhos cotidianos da sociedade, nos quais se manifesta a sua verdadeira realidade e tomam forma os seus desejos de outro modo represados” (KRACAUER, 2009, p. 313). É por isso que o autor de *De Caligari a Hitler* considera os filmes “hieróglifos” a decifrar. Vetores de um consumo alienante, eles são também reveladores de desejos legítimos, por vezes mesmo de sonhos libertadores, manifestações de uma experiência autêntica da modernidade (isto é, da experiência de uma humanidade que continua a existir, com suas necessidades, suas aspirações e seus sentimentos) (cf. HANSEN, 1992, pp. 43-75). A indústria cultural participa integralmente do processo de reificação do mundo, mas ela continua, ao mesmo tempo, produzindo obras de arte que devem ser reconhecidas e criticadas como tais.

Assim, as séries televisivas – não somente americanas – são concebidas como momentos de relaxamento e divertimento (*entertainment*) para preencher o lapso de tempo que separa nosso trabalho de nosso sono, com uma formatação prevendo cortes publicitários e um ritmo narrativo adaptado a nossas vidas fragmentadas. Günther Anders – outro filósofo com o qual Adorno sempre teve relações conflituosas, a despeito de suas afinidades – captou bem a mutação antropológica engendrada pela cultura de massa, *matriz* de modelos culturais seriados aos quais os consumidores tentam se conformar, colaborando eles próprios “na produção de homens de massa” (ANDERS, 2002, p. 122). Em *O homem unidimensional* (1973 [1964]), Marcuse analisa esse mesmo processo com categorias psicanalíticas, apresentando a indústria cultural como o lugar de uma satisfação generalizada de desejos mais e mais numerosos e diversos, sobre a base de um “princípio de prazer” reconciliado com a ordem existente, por meio de um dispositivo alienante no qual “o prazer gera a submissão” (MARCUSE, 1973, p. 85). Mas tudo isso é apenas um aspecto de um processo contraditório. As séries televisivas, assim como o cinema, são *também* obras de arte que cumprem hoje uma função comparável àquela do romance de folhetim do século XIX. Nossa época possui também seus Balzacs, seus Zolas, seus Dickens que trabalham frequentemente como cenaristas e autores para o cinema e a televisão. O comentário de Adorno segundo o qual nas emissões de televisão “a indigência da forma se põe a serviço da indigência intelectual” (ADORNO, 1984b, p. 66) parece hoje datada, ou ao menos suscetível de ser relativizada. Muitas séries televisivas revelaram-se tão capazes de realizar inovações formais quanto de cumprir

uma função de crítica social, questionando o princípio do herói individual sobre o qual se funda o *star system*¹⁵.

A Shoah constitui um teste interessante, tanto para as intuições como para as cegueiras de Adorno. Reconstituir o trajeto complexo pelo qual ela pôde se instalar no centro da consciência histórica ocidental, passando do silêncio do pós-guerra às luzes da *Historikerstreit*, implica levar em conta o impacto enorme de uma série televisiva de qualidade medíocre como *Holocausto* (1978)¹⁶. Dez anos depois da morte de Adorno, ela foi o catalisador, especialmente na Alemanha, de uma anamnese coletiva que levou os crimes do nazismo ao coração do espaço público (até redefinir a consciência histórica da Europa¹⁷). Nessa conjuntura, a indústria cultural foi o vetor essencial de uma elaboração do passado que, tocando fundo as sociedades, transformava-as. Em *Dialética negativa*, Adorno havia reivindicado a memória da Shoah como um tipo de desafio endereçado a uma sociedade amnésica, sob a forma de um “*novo imperativo categórico*: pensar e agir de modo que Auschwitz não se repita, que nada de semelhante surja” (ADORNO, 2009b, p. 302). O gigantesco memorial do Holocausto que se ergue hoje no coração de Berlim, ao lado da entrada de Brandemburgo, mostra que o desafio foi enfrentado: a Alemanha não quer esquecer. Ao mesmo tempo, é a própria Shoah – sua memória e sua representação – que se tornou parte integrante da indústria cultural, com o sucesso planetário de filmes como *A lista de Schindler* (1993), de Steven Spielberg, e *A vida é bela*, de Roberto Benigni, esse último recompensado por três óscares em 1998. Formatados como produtos de consumo, esses filmes foram concebidos para suscitar nos espectadores momentos de emoção e empatia, não para estimular uma reflexão crítica. Eles constituem, no entanto, “espelhos” de nossas sociedades, testemunhando uma mutação ocorrida na relação que elas mantêm com seu próprio passado. Isso vale também para o Holocaust-Mahnmal de Berlim, ao mesmo tempo local de memória, monumento suntuoso erigido para lembrar uma culpa indescritível e, de modo mais prosaico, local de atração turística, etapa obrigatória para todos os visitantes da capital alemã. Para captar e interpretar essas mutações, seria preciso pensar ao mesmo tempo *com* e *contra* Adorno.

¹⁵ Ver, por exemplo, *The wire*. Reconstitution collective (BOURDEAU, 2011) que reúne vários estudos sobre a série policial americana homônima.

¹⁶ Sobre o impacto dessa série televisiva, vista por 100 milhões de americanos, cf. Daniel Levy e Natan Sznaider, *The Holocaust and memory in the global age* (2006, pp. 116-27) e Jeffrey Schandler, *While America watches*. Televising the Holocaust (1999).

¹⁷ Sobre a recepção alemã dessa série televisiva, veja-se o número especial da *New German Critique*, n. 19, 1980.

Referências bibliográficas

- ADORNO, Theodor W. “A indústria cultural” [1964]. In: COHN, Gabriel (Org.). *Comunicação e indústria cultural*. Trad. Amélia Cohn. São Paulo: Editora Nacional, 1978, pp. 287-95.
- _____. “Que signifie: repenser le passé? ” [1959]. In: *Modèles critiques*. Paris: Payot, 1984a.
- _____. “La télévision comme idéologie” [1954]. In: *Modèles critiques*. Paris: Payot, 1984b.
- _____. *Théorie esthétique* [1969]. Paris: Klincksieck, 1989.
- _____. “O fetichismo na música e a regressão da audição” [1938]. In: *Textos escolhidos*. Trad. Željko Loparić et. al. São Paulo: Nova Cultural, 1996, pp. 65-108.
- _____. “Spengler após o declínio” [1938]. In: *Prismas: crítica cultural e sociedade*. Trad. Augustin Wernet e Jorge de Almeida. São Paulo: Ática, 1998a, pp. 43-67.
- _____. “Crítica cultural e sociedade” [1949]. In: *Prismas: crítica cultural e sociedade*. Trad. Augustin Wernet e Jorge de Almeida. São Paulo: Ática, 1998b, pp. 7-26.
- _____. “Moda atemporal – Sobre o jazz”. In: *Prismas: crítica cultural e sociedade*. Trad. Augustin Wernet e Jorge de Almeida. São Paulo: Ática, 1998c, pp. 117-30.
- _____. O curioso realista [1964]. *Novos Estudos*, n. 85, pp. 5-22, 2009a.
- _____. *Dialética negativa* [1966]. Trad. Marco Casanova. Rev. Eduardo Neves Silva. Rio de Janeiro: Zahar, 2009b.
- _____; BENJAMIN, Walter. *Correspondência 1928-1940*. Trad. José Marcos Mariani de Macedo. São Paulo: Unesp, 2012.
- _____; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos* [1947]. Trad. Guido de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- _____; MARCUSE, Herbert. Correspondence on the student revolutionaries. *New Left Review*, n. 233, pp. 123-36, 1999.
- ANDERS, Günther. *L'obsolescence de l'homme*. Sur l'âme à l'époque de la deuxième révolution industrielle [1956]. Paris: Éditions de l'Encyclopédie des Nuisances, 2002.
- BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” [1935]. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994, pp. 165-96.
- BÉTHUNE, Christian. *Adorno et le jazz*. Analyse d'un déni esthétique. Paris: Klincksieck, 2003.
- BOURDEAU, Emmanuel (Dir.). *The wire*. Reconstitution collective. Paris: Les Prairies Ordinaires, 2011.

- BRUMLIK, Mischa. *Schrift, Wort und Ikone*. Wege aus dem Bildverbot. Francfort-sur-le-Main: Philo Verlag, 1994.
- CONNERTON, Paul. *The tragedy of enlightenment*. An essay on the Frankfurt School. Cambridge: Cambridge University Press, 1980.
- COOK, Deborah. *The culture industry revisited: Theodor W. Adorno on Mass Culture*. Lanham: Rowman & Littlefield, 1996.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo* [1967]. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- GOLDMANN, Lucien. “La réification”. In: *Recherches dialectiques*. Paris: Gallimard, 1959.
- GRAZIA, Victoria de. *Irresistible empire*. America's advance through 20th century Europe. Nova York: Harvard University Press, 2005.
- HABERMAS, Jürgen. *Le discours philosophique de la modernité*. Paris: Gallimard, 1985.
- HANSEN, Miriam. Mass culture as “Hieroglyphic Writing”: Adorno, Derrida, Kracauer. *New German Critique*, n. 56, pp. 43-75, 1992.
- HOHENDAHL, Peter. The displaced intellectual? Adorno's years in America. *New German Critique*, n. 56, 1992.
- HONNETH, Axel. *La réification*. Petit traité de théorie critique. Paris: Gallimard, 2005.
- HORKHEIMER, Max. “Die Juden und Europa” [1939]. In: *Gesammelte Schriften* t. IV. Francfort-sur-le-Main: Fischer, 1988.
- JÄGER, Lorenz. *Adorno*. Eine politische Biographie. Munich: DTV, 2003.
- JAMESON, Fredric. *O marxismo tardio: Adorno, ou a persistência da dialética* [1990]. Trad. Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Unesp, Boitempo, 1997.
- JAY, Martin. *Theodor W. Adorno*. Londres: Fontana, 1984.
- KRACAUER, Siegfried. *Jacques Offenbach ou le secret du Second Empire* [1937]. Paris: Le Promeneur, 1994.
- _____. “As pequenas balconistas vão ao cinema” [1927]. In: *O ornamento da massa: ensaios*. Trad. Carlos Eduardo Jordão Machado e Marlene Holzhausen. São Paulo: Cosac Naify, 2009, pp. 311-26.
- _____. *Théorie du film* [1960]. Paris: Flammarion, 2010.
- LEVY, Daniel; SZNAIDER, Natan. *The Holocaust and memory in the global age*. Filadélfia: Temple University Press, 2006.
- LUKÁCS, György. “O fenômeno da reificação”. In: *História e consciência de classe: estudos sobre a dialética marxista* [1923]. 2. ed. Trad. Rodnei Nascimento. São Paulo: Martins Fontes, 2012, pp. 194-240.
- MARCUSE, Herbert. *A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional* [1964]. 4. ed. Trad. Giasone Rebuá. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

- ORTEGA Y GASSET, José. *A rebelião das massas* [1930]. Trad. Marylene Pinto Michael. São Paulo: Martins Fontes, 1987.
- RINGER, Fritz K. *The decline of the German mandarins. The German academic community, 1890-1933*. Nova York: Harvard University Press, 1969.
- SCHANDLER, Jeffrey. *While America watches. Televising the Holocaust*. Nova York: Oxford University Press, 1999.
- SCHIFFRIN, André. *L'édition sans éditeurs*. Paris: La Fabrique, 1999.
- SCHRAGE, Dominik. Integration durch Attraktion. Konsumismus als Massenkulturelles Weltverhältnis. *Mittelweg*, v. 6, n. 36, pp. 57-86, 2003.
- STERN, Fritz. *Politique et désespoir. Les ressentiments contre la modernité dans l'Allemagne pré-hitlérienne*. Paris: Armand Colin, 1990.
- VOIROL, Olivier. Retour sur l'industrie culturelle. *Réseaux*, n. 166, pp. 125-57, 2011.
- WOLIN, Richard. *The terms of cultural criticism. The Frankfurt School, existentialism, poststructuralism*. Nova York: Columbia University Press, 1992.

Recebido: 22 de novembro de 2016

Aprovado: 22 de março de 2017

Como citar:

TRAVERSO, Enzo. Adorno e as antinomias da indústria cultural. *Verinotio – Revista on-line de Filosofia e Ciências Humanas*, Rio das Ostras, v. 23, n. 2, pp. 280-293, ano XII, nov./2017. Título original: Adorno et les antinomies de l'industrie culturelle.