



As séries de TV norte-americanas: um fenômeno da Indústria Cultural¹

Tuany de Menezes OLIVEIRA²
Luís Paulo de Carvalho PIASSI³
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

As séries televisivas, principalmente as norte-americanas, são hoje uma febre mundial. É possível analisar essas produções midiáticas a partir de diversos pontos de vista. Neste trabalho, pretendemos fazer uma breve reflexão sobre o atual fenômeno das séries televisivas norte-americanas, principalmente a luz do pensamento elaborado por Adorno e Horkheimer sobre a Indústria Cultural, mas também com a contribuição de outros autores como Douglas Kellner. Atualmente, a televisão faz parte da vida da maioria dos indivíduos, tendo como uma de suas principais atrações os seriados. Na época em que Adorno e Horkheimer redigiram o ensaio “O Iluminismo como mistificação das massas”, a televisão apenas começava, ainda assim, algumas relações entre o pensamento apresentado neste ensaio e o fenômeno das séries televisivas são evidentes.

Palavras-chave: Indústria Cultural; televisão; séries de TV.

Introdução

Nos Estados Unidos, assim como na maior parte dos países capitalistas, a cultura é veiculada de forma comercial e é transformada em mercadorias que almejam principalmente a obtenção de lucros. Para isso a indústria cultural se empenha em produzir coisas que sejam populares e que vendam. Essa necessidade de venda faz com que as produções da indústria cultural sejam nada mais que um eco da vivência social. Desta forma, não podemos simplesmente rejeitar a cultura que é veiculada pela mídia, é preciso interpretá-la e contextualizá-la de diferentes modos. (KELLNER, 2001)

Não é de hoje que a televisão ocupa grande parte do tempo livre da maioria dos indivíduos e com a internet as produções exibidos pela televisão tornarem-se ainda mais acessíveis ao público. Os seriados televisivos são atualmente um fenômeno mundial entre telespectadores de diferentes idades, classes sociais e nacionalidades. Isso porque

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Mestranda em Estudos Culturais da EACH-USP, email: tuany.oliveira@usp.br.

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais da EACH-USP, email: lpplassi@usp.br



existem seriados para todos os gostos e é preciso possuir apenas uma televisão ou um computador com acesso a internet para estar apto ao seu consumo. Tanto a internet como a televisão a cabo também estão mais acessíveis do que eram há alguns anos atrás, com preços reduzidos, promoções e formas de pagamento facilitadas.

Em “O iluminismo como mistificação das massas”, ensaio de 1947, Theodor Adorno e Max Horkheimer, integrantes da famosa Escola de Frankfurt, fazem diversas críticas àquilo que chamam de Indústria Cultural, em uma época na qual a televisão ainda nem estava muito difundida. Não obstante, até os dias de hoje, é possível analisar diversas produções televisivas, à luz daquilo que foi proposto pelos teóricos. Neste trabalho, pretendemos refletir sobre o fenômeno dos seriados televisivos norte-americanos a partir da ideia de Indústria Cultural proposta por esses teóricos.

No primeiro capítulo, refletimos de forma geral sobre o poder que a televisão exerce na sociedade. No segundo capítulo, fazemos um panorama sobre o fenômeno que as séries televisivas, principalmente norte-americanas, tornaram-se entre o público. No terceiro e último capítulo, pensamos sobre tudo o que foi anteriormente exposto à luz das ideias propostas por Adorno e Horkheimer no ensaio “O Iluminismo como mistificação das massas”, apontando também algumas deficiências do pensamento dos teóricos que foram desenvolvidas pelo filósofo norte- americano Douglas Kellner.

Com este trabalho, não pretendemos ser conclusivos, mas sim deixar espaço para muitas outras discussões e reflexões que podem surgir a partir dele. Aquilo que é produzido pela mídia domina nosso tempo livre, e torna-se impossível escapar das garras da Indústria Cultural, daí a importância de refletir de forma crítica sobre tudo aquilo que é produzido por ela, para desta forma, pensarmos em uma maneira de aumentar cada vez mais a qualidade dos produtos aos quais somos diariamente expostos.

O poder da televisão

Desde sua criação, a televisão vem cada vez mais ganhando espaço na vida dos indivíduos. Se inicialmente ela ficava confinada apenas na sala de estar e era compartilhada por todos da família, hoje podemos encontrá-la em todos os cômodos da casa, além de ser possível acompanhar sua programação através de celulares, tablets e computadores. Antes era preciso elaborar programas que toda a família pudesse assistir junta, atualmente isso não é mais necessário, visto que cada membro da família pode



acompanhar seu programa favorito individualmente em seu próprio televisor. Por essa razão, suas atrações estão cada vez mais diversificadas e segmentadas.

Segundo Arthurs (2004), a televisão é uma mídia de massa que teve suas rotinas institucionais formadas em aproximadamente 1940 e 1950 com um conjunto de práticas e normas que foram adotadas pela sua audiência formada na época por famílias de classe média com os padrões tradicionais de comportamento. Naquele tempo, havia em cada casa apenas um aparelho televisivo e supunha-se que a família assistiria toda a programação junta, portanto era impensável que os programas exibidos falassem sobre temas divergentes daquilo o que era considerado o correto para a época.

Nos dias de hoje, muitas coisas mudaram, e a televisão exibe uma programação mais diversificada, segmentada e com um aumento na gama de posições ideológicas e morais presentes em suas atrações. Apesar disso, o fato dela ainda ser controlada por um pequeno número de instituições poderosas, formadas em sua maioria por homens brancos e ricos, nos faz pensar se essas mudanças ocorreram de fato ou se hoje temos apenas uma ideia ilusória de que somos livres para escolher aquilo que mais nos agrada assistir e se queremos ou não consumir aquilo que a televisão nos oferece.

Consoante Lima (2007), "hoje, as emissoras de televisão se transformaram em poderosas instituições sociais das sociedades contemporâneas." (p. 455) Para o autor, a televisão foi ocupando cada vez mais espaço entre os meios de comunicação de massa, principalmente em um país como o Brasil, com um alto índice de analfabetos e uma grande desigualdade da distribuição da renda. Para Kellner (2001), "a TV a cabo por satélite, o videocassete e outras tecnologias de entretenimento doméstico [...] aceleraram a disseminação e o aumento do poder da cultura veiculada pela mídia." (p. 26)

Podemos ter a impressão de que a televisão hoje debate temas que são tabus na nossa sociedade, apresenta uma diversidade de pensamentos e ideologias, fala a diferentes grupos sociais e nos traz informações sobre aquilo que ocorre no mundo todo. As séries televisivas são um grande exemplo dessa diversidade já que existem séries sobre diversos temas e o fato delas serem segmentadas faz com que possam tratar de assuntos mais específicos e polêmicos. Entretanto, é importante ter em mente, como Bourdieu (1997) nos recorda, que

a televisão pode, paradoxalmente, ocultar mostrando, mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é informar; ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira



que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde absolutamente à realidade. (p. 24)

O autor se referia mais especificamente ao jornalismo e aos jornalistas, que veem certas coisas e não outras, e veem da forma como querem, operando uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado. Contudo, sua afirmação pode ser aplicada para todos os segmentos televisivos, inclusive os seriados televisivos mais atuais, que apesar de muitas vezes parecerem transgressores de antigos pensamentos da nossa sociedade, ainda são um produto da Indústria Cultural, como muitos outros aparentemente mais conservadores.

Adorno e Horkheimer escreveram seu ensaio sobre a Indústria Cultural em 1978 quando a televisão ainda não estava tão difundida. Fazem algumas referências a ela, mas usam como grandes exemplos o cinema e o rádio. Contudo, muito daquilo que os autores escreveram naquela época pode até hoje ser aplicado e relacionado com a televisão, apesar das inúmeras mudanças ocorridas ao longo destes anos.

É inegável o poder que a televisão tem hoje em nossa sociedade. Tudo aquilo que é transmitido colabora na criação de identidades, na formulação de ideias e pensamentos, ensinando o que é moral e o que é amoral, e qual a melhor maneira de se agir. Como Kellner (2001) afirma, a televisão está no cerne da cultura que é veiculada pela mídia. E no cerne da televisão estão os seriados televisivos, que se antes faziam parte de um gênero considerado degradante, hoje são objeto de admiração de milhares de pessoas em todo mundo.

A febre das séries televisivas

Não existem ainda muitos trabalhos, estudos ou livros teóricos sobre o fenômeno das séries televisivas e ainda há certo preconceito em relação àqueles que pretendem fazer pesquisa sobre este tema. Eagleton (2005), por exemplo, em sua obra *Depois da Teoria*, afirma que “a idade de ouro da teoria cultural há muito já passou” (p. 13), visto que se antes os estudantes faziam ensaios sobre Flaubert, hoje o fazem sobre *Friends*.

Não obstante, o autor não releva o fato de que, fazer uma pesquisa sobre algo não significa necessariamente concordar que seu objeto de estudo é importante, mas sim concordar que uma pesquisa sobre seu objeto de estudo é importante. As séries televisivas podem parecer irrelevantes se comparadas a outras questões políticas ou



sociais, porém se elas fazem tanto sucesso, se viraram uma febre mundial e se encantam tantos indivíduos no mundo todo é fundamental que sejam estudadas e compreendidas de forma crítica.

Uma obra interessante que trata das séries televisivas é a do sociólogo da cultura Jean-Pierr Esquenazi (2011). Em seu livro, intitulado “As séries televisivas” o autor faz uma introdução ao universo serial. Além disso, o livro serve também como “um catálogo de abordagens metodológicas possíveis para tratar de um gênero vasto e proteiforme.” (p. 9) Esquenazi é francês, não obstante, opta por utilizar como principais exemplos séries televisivas norte-americanas. Segundo o autor isso se dá por duas razões: pelo fato dessas produções serem as preferidas pelo público e porque os norte-americanos “compreenderam rapidamente que a noção de série se adapta perfeitamente as formas de difusão da televisão.” (p. 9) Segundo o autor,

temos de reconhecer que a exploração americana do campo das séries continua a ser incomparável. Ao longo do tempo, manteve-se ambiciosa e plena de ensinamentos. Tanto no plano dos modelos de produção, da invenção narrativa e genérica, da consciência de questões culturais, políticas, feministas, econômicas e sociais, como no da exploração de territórios ficcionais inéditos, as séries televisivas americanas continuam à frente das outras produções nacionais, que, em muitos casos as copiam. (p. 11)

A história dos seriados televisivos funde-se com a história da televisão, principalmente da televisão norte-americana. Pensando cronologicamente poderíamos estabelecer o tempo dos pioneiros, entre 1951 e 1960, antes do domínio dos chamados *Big Three* (NBC, CBS e ABC), de 1960 a 1980, seguido do período da segunda idade de ouro, quando ocorre um avanço das cadeias por cabo obrigando algumas transformações na produção, de 1980 a 1992, e finalmente, de 1992 até nossos dias atuais, a entrada da Fox e o desenvolvimento dos canais HBO e Showtime, revolucionando a paisagem televisiva e estimulando a inovação. (ESQUENAZI, 2011)

Consoante Esquenazi (2011), nos anos do pós-guerra é quando a televisão norte-americana realmente se desenvolve. Inicialmente a difusão da televisão conhece êxito dentro dos bares e tabernas, sendo assim a recepção da televisão começa a se desenrolar mais no espaço público do que no privado. No início dos anos 1950 isso começa a mudar e, na sala de estar, o rádio é substituído pelo televisor. Nesta mesma época começam a surgir os seriados televisivos pioneiros, como os *Ruggles*, que estreia em



1949 e pode ser considerado um dos primeiros *sitcoms*, juntamente com *I love Lucy*, mas ainda em um período em que o conceito de série não se impôs.

Tanto a televisão como as séries televisivas precisaram se adaptar aos gostos do seu público. Os programas televisivos procuraram se conciliar com a rotina e os ritos familiares, oferecendo aos telespectadores encontros pontuais. Logo, é possível afirmar que a história dos seriados televisivos também se relaciona com a história da vida familiar. Segundo Esquenazi (2011), “a família apropria-se dos programas tornando-os elementos do seu modo de vida; e os programas, transformados ou digeridos pela subcultura familiar, acabam por representar a sua situação, as suas aparições ou reinvidicações.” (p. 22)

A internet também tem um papel decisivo na história das séries televisivas. Antes da internet era possível acompanhar as séries apenas pelo televisor, caso você não pudesse assistir a alguns dos episódios da série no dia específico, não seria possível assisti-los novamente. Nesta época, grande parte das séries eram produzidas de forma que cada episódio pudesse ser visto tanto em sequência como individualmente. Um exemplo é a série *Friends* que começou seu sucesso na segunda metade dos anos 1990. Ainda hoje, temos alguns exemplos de seriados construídos desta forma, como *The Big Bang Theory*, *Two and a half man* ou *2 Broke Girls*.

Com o advento da internet tornou-se possível acompanhar os seriados televisivos online. Antes disso, grande parte dos seriados já havia começado a adotar outro formato, em que só é possível entender um episódio se você assistir a todos os outros episódios anteriores em sequência. Desta forma, a fidelização do telespectador e o estímulo para o consumo incessante são maiores e a internet contribui para isso. Você sempre quer ver o que irá ocorrer no próximo capítulo ou na próxima temporada. Aliás, a própria noção de temporada é algo que, como aponta Esquenazi (2011), só foi assimilada há uma década. E neste modelo, os exemplos atuais são inúmeros, como *Dexter*, *Once Upon a Time*, *Revenge*, *Orange is the new black* ou *Game o Thrones*.

O que é inegável é que se durante muito tempo os seriados foram amaldiçoados e desprezados ou recebidos com alguma condescendência (ESQUENAZI, 2011), hoje eles são um sucesso entre o público. A grande maioria dos indivíduos já acompanhou pelo menos um seriado televisivo. Além disso, as séries são assuntos nas rodas de conversa, nas redes sociais e nos fóruns de discussão. Milhares de produtos são fabricados e vendidos com os temas dos seriados. O telespectador não só se identifica com um seriado como também cria laços afetivos com ele, ao ponto de sentir que sua



vida perde o sentido quando um seriado termina. E é neste ponto que podemos pensar nas séries televisivas e suas relações com a Indústria Cultural, tal como descrita por Adorno e Horkheimer.

Televisão, Seriados e a Indústria Cultural

O modelo de Indústria Cultural foi desenvolvido entre as décadas de 1930 e 1950 pela chamada Escola de Frankfurt, que após suas primeiras publicações, não apresentou nenhuma reformulação ou abordagem inovadora para a cultura da mídia. A expressão "indústria cultural" indica "o processo de industrialização da cultura produzida para a massa e os imperativos comerciais que impeliam o sistema." (KELLNER, 2001, p. 44) De acordo com o filósofo norte-americano Douglas Kellner,

os teóricos críticos analisavam todas as produções culturais de massa no contexto da produção industrial, em que os produtos da indústria cultural apresentavam as mesmas características dos outros produtos fabricados em massa: transformação em mercadoria, padronização e massificação. Os produtos das indústrias culturais tinham a função específica, porém, de legitimar ideologicamente as sociedades capitalistas existentes e de integrar os indivíduos nos quadros da cultura de massa e da sociedade.

O termo "Indústria Cultural" aparece pela primeira vez no ensaio "O Iluminismo como mistificação das massas" publicado originalmente por Adorno e Horkheimer em 1947, onde os autores fazem uma crítica à civilização. O termo em si é provocativo e paradoxal, pois sugere que as atividades de espírito estavam sendo subordinadas as atividades econômicas, produzindo assim bens culturais seriados.

Apesar de tanto tempo ter se passado e tantas críticas terem sido feitas aos autores, ainda é possível analisar aquilo que é produzido pela mídia atualmente a partir das ideias colocadas por esses estudiosos em sua obra. As séries televisivas norte-americanas, fenômenos de público nos últimos anos, são um claro exemplo disso.

Adorno e Horkheimer (2002) afirmam no início do ensaio que "a cultura contemporânea a tudo confere um ar de semelhança." (p. 5) De fato, apesar de muitos produtos da indústria cultural serem aparentemente tão diferentes, muitas de suas características se assemelham. As séries televisivas, por exemplo, se assemelham na divisão por temporadas, no número de episódios por temporada, nos temas recorrentes e até na construção do enredo. Se uma série faz sucesso, logo surgem inúmeras outras que



mantem um mesmo padrão e estilo. Um exemplo bem claro disso são as séries policiais, que usam a mesma fórmula para fisgar a atenção e atizar os nervos do público.

As séries policiais são sucesso desde o início da história das séries televisivas. Apesar de diferentes, o modelo é sempre o mesmo. Segundo Esquenazi (2011), *Dragnet*, seria a pioneira das séries policiais norte-americanas, inspirada em diários de bordo da polícia de Los Angeles. Criada por Jack Webb serviu de modelo à produção televisiva dos seriados e constituiu um exemplo a seguir para outras séries policiais e de aventura: “fórmula narrativa precisa, ritmo idêntico em todos os episódios, constituição de personagens recorrentes.” (p.21) Hoje a lista de séries policiais de sucesso é extensa, podemos destacar *CSI*, *Law & Order*, *Castle*, *Dexter*, *Criminal Minds*, *Cold Case*, entre muitas outras.

Segundo Adorno e Horkheimer (2002), os produtos da Indústria Cultural são todos estandardizados, com diversos clichês que, segundo os otimistas, seriam causados pelas necessidades dos consumidores e, por esse motivo, aceitos sem contestação. Além disso, segundo os autores, os produtos aparentemente distintos mecanicamente acabam revelando-se os mesmos. E, "as qualidades e as desvantagens discutidas pelos conhecedores servem apenas para manifestar uma aparência de concorrência e possibilidade de escolha." (p. 8) Como afirmam Adorno e Horkheimer (2002),

a breve sucessão de intervalos que se mostrou eficaz em um sucesso musical, o vexame temporário do herói, por ele esportivamente aceito, os saudáveis tapas que a bela recebe da mão pesada do astro, sua rudeza com a herdeira viciada são, como todos os pormenores e clichês, salpicados aqui e ali, sendo cada vez mais subordinados à finalidade que o esquema lhes atribui. Estão ali para confirmar o esquema, ao mesmo tempo em que o compõem. Desde o começo é possível perceber como terminará um filme, quem será recompensado, punido ou esquecido; para não falar da música leve em que o ouvido acostumado consegue, desde os primeiros acordes, adivinhar a continuação, e sentir-se feliz quando ela ocorre. (p. 9)

As séries televisivas norte-americanas também estão impregnadas com clichês, contudo se diferem um pouco dos filmes neste quesito. As séries trazem reviravoltas, momentos impensados e o final da série não é, necessariamente, a parte mais importante. Talvez, essa seja uma das razões que fazem com que elas façam tanto sucesso nos dias atuais: as séries são aparentemente mais surpreendentes e te deixem sempre com um desejo por mais. Não é tão fácil prever o que irá ocorrer no próximo episódio ou na próxima temporada. Ou, talvez, as séries sejam apenas criadas de forma



que tenhamos a ilusão de que elas são tão intempestivas e esse seja, na verdade, seu grande clichê. Segundo Adorno e Horkheimer (2002),

a mesmice também 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 tranquilizante best-seller. Mesmo por isso sempre se fala de ideia, novidade e surpresa, de alguma coisa que ao mesmo tempo seja plenamente familiar sem nunca ter existido. (p. 16)

Os seriados também trazem aos telespectadores uma grande variedade. Existem diferentes e inúmeros gêneros: séries policiais, de comédia, de drama, de fantasia, séries que agradam mais ao público jovem ou ao público adulto e às pessoas de diferentes classes sociais. Os formatos e classificações também são inúmeros, séries imóveis, evolutivas, corais, folhetinescas, *sitcoms*. E essa diferença entre as séries, nada mais é do que, segundo Adorno e Horkheimer (2002) uma forma de regular seus consumidores. Nas palavras dos autores:

distinções enfáticas, como entre filmes de classe A e B, ou entre histórias em revistas de diferentes preços, 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. (p. 7)

Segundo Adorno e Horkheimer (2002), não há forma de escapar do crivo da indústria cultural. Para o telespectador cinematográfico, por exemplo, a rua lhe parece sempre uma continuação do filme que acabou de assistir. Os filmes, produtos da indústria cultural, criam no telespectador uma ilusão de realidade, de que aquilo que se vê é parte do que de fato vivemos. E, segundo os autores, isso reduz o contato do indivíduo para com a realidade, já que este deixa de viver determinada experiência em seu dia a dia por já tê-la assimilado na produção cinematográfica.

Nos seriados televisivos essa associação entre a ficção e a vida real é ainda mais presente. Nas séries, o telespectador acompanha episódios semanalmente, geralmente durante doze ou vinte e quatro semanas seguidas. Além disso, um seriado televisivo pode durar anos. A série britânica *Doctor Who*, por exemplo, está no ar há incríveis 50 anos, *Law & Order* permaneceu no ar durante 20 anos e a famosa série *Dallas*, por aproximadamente 13 anos. Algumas séries cativam o público de tal forma, que ele sente



que faz parte daquilo, e que aquelas personagens e aqueles acontecimentos fazem parte de sua própria existência, a ponto de sentir que quando uma série tem fim, sua própria vida perde o sentido. E essa sensação de vazio faz com que ele sempre procure outra série para acompanhar.

Consoante Adorno e Horkheimer (2002), o consumidor é conformista e acaba por satisfazer-se com a reprodução do sempre igual e a indústria cultural permanece sempre como a indústria do divertimento e da fuga da vida cotidiana. Contudo, essa fuga da vida cotidiana que é prometida, também não passa de uma ilusão. Já que, “a indústria cultural fornece como paraíso a mesma vida cotidiana.” (p. 23) e “o divertimento promove a resignação que nele procura se esquecer.” (p. 23) Segundo os autores,

divertir-se significa que não devemos pensar, que devemos esquecer a dor, mesmo onde ela se mostra. Na 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 ter deixado. A libertação prometida pelo entretenimento é a do pensamento como negação. (p. 25)

Para os teóricos, a rapidez e a intensidade de informações presentes nas produções da Indústria Cultural fazem com que seu público perca o senso crítico. Os filmes, saturados de dados, exigem uma maior atenção do telespectador, não deixando espaço para que ele os assista de forma crítica, tendo assim suas faculdades mentais atrofiadas. Segundo Adorno e Horkheimer (2002), "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." (p. 24) Os autores acreditam que tudo que é produzido pela Indústria Cultural não traz contribuição social, visto que

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, a própria ruína da cultura, para o progresso da bárbara inconsistência. (p. 38)



De fato, as séries televisivas norte-americanas se encaixam, até certo ponto, neste pensamento dos autores. Assim como os filmes, as séries exigem muita atenção de seus telespectadores e os bombardeiam com vários dados não deixando muito espaço para reflexão. Não obstante, não necessariamente os indivíduos não tem nenhum olhar crítico em relação aos seriados televisivos aos quais assistem. E essa talvez seja uma das críticas que alguns autores têm em relação à teoria formulada pela Escola de Frankfurt: o fato dela tratar o telespectador como passivo, apenas uma vítima da Indústria Cultural, o que é totalmente questionável.

Para Kellner (2001), embora a Escola de Frankfurt tenha sido pioneira nos estudos sobre a Indústria Cultural com contribuições inestimáveis e os primeiros a enxergar sua importância, não podemos negar que há várias deficiências e problemas a serem considerados no programa original de teoria crítica, que exigiriam uma reconstrução do modelo clássico de Indústria Cultural. Segundo o autor,

a superação de suas limitações compreenderia: análise mais concreta da economia política da mídia e dos processos de produção da cultura; investigação mais empírica e histórica da construção da indústria da mídia e de sua interação com outras instituições sociais; mais estudos de recepção por parte do público e dos efeitos da mídia; e incorporação de novas teorias e métodos culturais numa teoria crítica reconstruída da cultura e da mídia. (p. 44 e 45)

Consoante Kellner (2001), é preciso considerar que também é possível detectar momentos críticos e subversivos naquilo que é produzido pela Indústria Cultural, e não apenas nos clássicos canonizados da cultura superior modernista, ao qual a Escola de Frankfurt sempre privilegiou. Também se faz necessário reconhecer que: “um público ativo frequentemente produz seus próprios significados e usos para os produtos da indústria cultura.” (p.45)

Tudo isso deve ser levado em consideração quando analisamos os produtos da Indústria Cultural, como as séries televisivas norte-americanas. Apesar de cada seriado televisivo ser apenas mais um produto da lucrativa indústria do entretenimento, ele é também algo único, carregado de ideologias, ensinamentos, que podem ser positivos ou não. Se uma série televisiva faz sucesso entre o público já merece ser estudada, investigada e analisada de forma crítica, a fim de, entendermos melhor não só o seriado em si, mas nossa própria sociedade.

Conclusão



Existe hoje um imenso número de séries televisivas. Cada uma delas possui suas especificidades, características e faz parte de um determinado contexto histórico. É evidente que diversos apontamentos feitos por Adorno e Horkheimer se encaixam perfeitamente ao pensarmos de forma generalizada sobre essas produções. Não obstante, é também evidente que essa generalização é extremamente questionável. Já que se analisarmos cada seriado individualmente, chegaremos também a conclusões diferentes.

De fato, tudo aquilo que é produzido pela Indústria Cultural almeja ser vendido, gerar lucro. As séries televisivas não se limitam apenas aos seus episódios exibidos na televisão. Você pode comprar o *Box* da série, camisetas, chaveiros, livros, pôsteres. Entretanto, não necessariamente aquilo que é exibido nessas produções é degradante e não necessariamente os telespectadores assistem a esses conteúdos passivamente.

Também é inegável o fato de que o sucesso dos seriados norte-americanos em todo o mundo mostra o poder, a hegemonia que os Estados Unidos da América exercem dentro e fora de seu território. Apesar de algumas séries televisivas brasileiras terem ficado no ar há um tempo considerável, como a Grande Família, por exemplo, elas não têm a mesma repercussão que os seriados norte-americanos e alguns seriados britânicos. O que nos leva a concordar com alguns apontamentos feitos por Adorno e Horkheimer.

Apesar de, as formulações da Escola de Frankfurt sobre Indústria Cultural estarem, na visão de muitos estudiosos, desatualizadas, é importante tê-las em mente ao analisarmos qualquer produto da mídia. Não podemos generalizar as séries televisivas, dizendo que todas desmobilizam as massas e atrofiam o pensamento dos indivíduos, mas também não podemos ser ingênuos e acreditar que todas elas são revolucionárias e transgressoras dos antigos valores.

Concluimos, sem querer ser conclusivos que, apesar das séries televisivas serem um produto da Indústria Cultural, se elas fazem tanto sucesso entre o público, geram tantas discussões e polêmicas, merecem um estudo, uma pesquisa. Se não há como fugir das garras da Indústria Cultural, devemos ao menos, pensar criticamente sobre tudo o que ela produz, sobre as mensagens que essas produções transmitem aos seus telespectadores. Através destas reflexões poderemos compreender melhor a sociedade contemporânea.

Referências Bibliográficas



ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **O iluminismo como mistificação das massas** (tradução: Julia Elisabeth Levy). In: Indústria Cultural e Sociedade. São Paulo, Paz e Terra, 2002.

ARTHURS, Jane. **Television and Sexuality - Regulations and the Politics of Taste**. New York, Open University Press, 2004.

BOURDIEAU, Pierre. **Sobre a televisão** (tradução: Maria Lúcia Machado). Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997.

EAGLETON, Terry. **Depois da Teoria: um olhar sobre os Estudos Culturais e o pós-modernismo** (tradução: Maria Lucia Oliveira). Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2005.

ESQUENAZI, Jean-Pierri. **As séries televisivas** (tradução: Pedro Elói Duarte). Lisboa, Edições Texto e Grafia, 2011.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia – estudos culturais: Identidade e política entre o moderno e o pós-moderno** (tradução: Ivone Castilho Benedetti). São Paulo, EDUSC, 2001.

LIMA, Venício A. de Lima. **Televisão**. In: WILLIAMS, Raymond. Palavras chave: um vocabulário de cultura e sociedade (tradução: Sandra Gardini Vasconcelos). São Paulo, Boitempo, 2007.