

Tentando pensar epistemologicamente a abordagem da reconfiguração do mercado da música dos anos 2000 por sites brasileiros de rock¹

Luis Fernando Rabello BORGES²
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

O presente artigo foi originalmente produzido para a disciplina Epistemologia da Comunicação, ministrada pelo professor Alberto Efendy Maldonado no primeiro semestre do doutorado em Comunicação da Unisinos – iniciado por mim em 2015. E toma por base a minha proposta de tese, que é analisar como sites brasileiros de rock lidam com a reconfiguração da indústria do entretenimento musical vivenciada nos anos 2000. O encadeamento dos diversos textos abordados na disciplina tomou como eixo o conceito de “indústria cultural”. Para Adorno e Horkheimer, a “indústria cultural”, em sua condição de linha de montagem, sempre visou apenas o lucro. Mas até que ponto se sustenta o conceito de “indústria cultural” quando aplicado a produtos disponibilizados e consumidos gratuitamente na internet, e que portanto não geram lucro, como é o caso de sites e blogs e mesmo músicas e discos inteiros?

PALAVRAS-CHAVE: epistemologia; indústria cultural; comunicação; jornalismo; rock.

Minha proposta de tese é analisar de que forma sites brasileiros de rock lidam com a reconfiguração da indústria do entretenimento musical vivenciada nos anos 2000. Parto do princípio de que essa reconfiguração provocou um aumento de notícias, reportagens, entrevistas e críticas que, direta ou indiretamente, refletem sobre as transformações no mercado da música que passaram a ocorrer com o advento do mp3 e dos softwares e sites voltados ao download de registros sonoros. Ou seja, os produtos jornalísticos especializados em rock (como sites e também revistas e mesmo blogs, sem falar em encartes de jornais e programas de TV e de rádio) de certa forma passaram a, com mais frequência, tomar a si próprios como objeto, na medida em que são produtos de consumo pertencentes ao universo da indústria do entretenimento musical, do qual faz parte também a própria indústria fonográfica, bem como emissoras de rádio, circuito de shows (casas noturnas) e produtos não exatamente sonoros, como camisetas, pulseiras, canecas e outros apetrechos.

Essa indústria do entretenimento musical corresponde, por definição, a uma das materializações possíveis da indústria cultural. De acordo com Mauro Wolf (1995), o conceito apareceu pela primeira vez em “Dialética do Esclarecimento”, livro iniciado em 1942 e publicado em 1947 por Theodor Adorno e Max Horkheimer. Antes da versão definitiva da obra desses dois

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Doutorando em Ciências da Comunicação na UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, professor do curso de Jornalismo da UFSM – Universidade Federal de Santa Maria, campus de Frederico Westphalen, e-mail: luisfrb@gmail.com

teóricos alemães vinculados à Escola de Frankfurt, “empregava-se o termo “cultura de massa”. A expressão foi substituída por “indústria cultural” para suprimir desde o início a interpretação corrente de que se trata de uma cultura que nasce espontaneamente das próprias massas, de uma forma contemporânea de arte popular” (WOLF, 1995, p.75). Da forma como é empregado por Adorno e Horkheimer, não há margem para espontaneidade: o conceito de “indústria cultural” é, para eles, sinônimo de mercadorias produzidas em massa e reproduzidas em série, em escala literalmente “industrial” que esvazia as propriedades “culturais” desses produtos, de forma a alienar as massas de consumidores dos mesmos, fazendo-os consumir cada vez mais. Movidos por essa crença (PEIRCE, s/d) é que os representantes da Escola de Frankfurt elaboraram as suas teorizações. Estas se dedicam a defender que, a exemplo de qualquer outra linha de montagem, a finalidade daquilo que Adorno e Horkheimer passaram a chamar de “indústria cultural” sempre foi unicamente a do lucro, de forma a assegurar a manutenção e fortalecimento do sistema do capitalismo monopolista.

Mas até que ponto se sustenta o conceito de “indústria cultural” quando aplicado a produtos disponibilizados e consumidos gratuitamente na internet, e que portanto não geram lucro, como é o caso de sites e blogs e mesmo músicas e discos inteiros em mp3 ou outros formatos de áudio digital?

Essa é uma das tantas questões possíveis de serem trazidas a partir do advento das tecnologias informáticas de comunicação, que por sua vez se constituem como objeto de estudos através dos quais o conceito de “indústria cultural”, tal como foi concebido por Adorno e Horkheimer, é problematizado e questionado sob vários ângulos e em seus múltiplos aspectos. A partir daí, será possível vislumbrar no presente artigo algumas questões referentes a especificidades epistemológicas e transições entre paradigmas.

Cultura de massa e indústria cultural

A postura crítica apresentada por Adorno e Horkheimer, além de outros representantes da Escola de Frankfurt, como Herbert Marcuse, que viam de forma extremamente negativa a reprodução em série de produtos culturais pelos meios de comunicação de massa, merece ser devidamente contextualizada. A contextualização é sempre necessária para a compreensão de determinado paradigma e do sentido que o mesmo fazia ao menos naquele determinado momento histórico (KUHN, 1987). Trata-se de algo epistemicamente condicionado (NORRIS, 2006), “e é tomando as ciências como em sua “historicidade” que se elabora a crítica epistemológica da ciência” (JAPIASSU, 1991, p.11).

Em termos temporais, corresponde aos anos 1930 e 1940. No que tange ao espaço, trata-se da Alemanha, que então se encontrava em pleno governo nazista de Adolf Hitler, que em seguida protagonizaria o início da Segunda Guerra Mundial, em 1939, a qual só terminaria em 1945, com a derrota dos alemães, a derrocada do nazismo e a morte de Hitler. Apesar de alemães, os representantes da Escola de Frankfurt eram de descendência judia, tornando-se portanto alvo da apologia da “raça ariana” apregoada pelo nazismo, que resultava, entre outras coisas, na perseguição aos judeus. Não é à toa que os três teóricos acima citados acabaram se vendo na obrigação de sair da Alemanha, de forma a escapar das garras nazistas, se mudando para os Estados Unidos. E o principal instrumento utilizado por Hitler para disseminar essa ideologia junto à população alemã era o rádio. O mesmo rádio que se tratava do principal objeto de estudos do grupo de pesquisa em que se inseriu Adorno assim que chegou aos Estados Unidos, em 1938, e que lhe proporcionou um verdadeiro choque cultural ao se deparar com certas concepções de pesquisa tipicamente estadunidenses da época, diametralmente opostas às que ele praticava em seu país de origem. Some-se a isso o fato de que Adorno possuía formação musical erudita, obtida em um país europeu repleta de compositores consagrados como Beethoven, Wagner e Schumann, e temos um conjunto de elementos representativos da postura crítica adotada pelos teóricos da Escola de Frankfurt e canalizada no conceito de “indústria cultural”.

O primeiro desses elementos diz respeito ao período inicial de desenvolvimento dos estudos dos teóricos da Escola de Frankfurt. Nas décadas de 1930 e 1940, a televisão ainda estava surgindo e não havia se popularizado, de forma que aqueles que eram tidos como os meios de comunicação de massa da época se resumiam basicamente ao rádio e ao cinema. O próprio jazz, que na época era sistematicamente criticado por Adorno em seus escritos sobre música, ainda não havia vivenciado os seus desdobramentos mais radicais e experimentais, seja no sentido de improvisado (free jazz) ou de mistura com outros gêneros musicais (jazz fusion), particularmente com o rock (jazz rock), que então ainda não havia surgido. Tanto que, em artigo escrito a quatro mãos por Adorno e Horkheimer, a única referência a algum artista de jazz diz respeito a Benny Goodman, clarinetista branco que representava uma das correntes mais propriamente orquestrais do jazz, a das chamadas “big bands”. Ou seja, não dizia respeito nem às raízes negras de um estilo musical que surgiu pelas mãos de escravos estadunidenses colhedores de algodão, e tampouco aos experimentos que o jazz então ainda não havia vivenciado. E mesmo para essa versão mais “branca” e “classe média” do jazz – e aqui não entra nenhum mérito de juízo de valor negativo da minha parte – os autores torcem o nariz, criticando as modificações e improvisos trazidos pelo gênero musical, como quando dizem que “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” (ADORNO e HORKHEIMER, 1969, p.176). O mesmo vale para Benny Goodman quando este, por exemplo, “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” (ADORNO e HORKHEIMER, 1969, p.183). Adorno e Horkheimer consideram que a “improvisação regulada do jazz” (1969, p.201), que “elimina qualquer cadência que não se enquadra perfeitamente em seu jargão” (1969, p.175), materializa a vivência do capitalismo tardio enquanto 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” (ADORNO e HORKHEIMER, 1969, p.200).

Nessa mesma época, o próprio rock não havia surgido, conforme mencionado no parágrafo anterior. Tanto que, como foi visto no mesmo parágrafo, o gênero de música popular tomado como exemplo material dos efeitos nocivos da indústria cultural denunciados por teóricos da Escola de Frankfurt como Adorno era o jazz, estilo chamado por ele de “música de entretenimento” (1995, p.151) e que inspirou a distinção entre “música ligeira” e “música séria” (1995, p.152), respectivamente a música popular (ou ainda, música da moda) e a música erudita. A aversão ao jazz chegou ao ponto de Adorno e Horkheimer (1969, p.179) tomarem o mesmo para além de um produto, mencionando-o como um dos meios de comunicação de massa característicos da indústria cultural, colocado ao lado de cinema, rádio e revistas. Por mais que não fosse exatamente erudito, o jazz possui toda uma sofisticação melódica, harmônica, rítmica e instrumental, a ponto de ser impensável hoje músicas desse tipo frequentarem as paradas de sucesso de emissoras de rádio FM – algo que, aliás, também não existia na época. O rock só foi despontar de fato na segunda metade dos anos 1950, impulsionado pela televisão, que então há havia se consolidado e se popularizado – era, agora sim, um meio de comunicação de massa, na acepção completa do termo. E o advento do rock foi fundamental para a configuração de uma “cultura juvenil”, ou seja, para que o público jovem passasse a ser tomado como objeto de interesse da indústria do entretenimento. Indústria que, por sua vez, se viu fortalecida pelo rock, na medida em que a “invenção do jovem” proporcionada por esse estilo musical possibilitou a criação de produtos direcionados diretamente para um público-alvo ávido pelo consumo dos mesmos. O rock, desde o seu início, não se limitou a ser “apenas” música, mas também roupas, gestos, dança e comportamento. Não é “apenas” sonoro, mas também visual. Cortesia da televisão, que também contribuiu para que o rock atravessasse as fronteiras estadunidenses de onde se originou, tornando-se um produto efetivamente globalizado, atingindo outras culturas e interagindo com elas. Enfim, trata-se de um típico representante da indústria

cultural. É tomado como objeto de estudo de inúmeros estudos que se fundamentam teoricamente no conceito de indústria cultural. Eu até arriscaria dizer que, quando se fala em indústria cultural, o primeiro exemplo concreto que vem à mente de muitos talvez seja o rock. No entanto, quando esse conceito foi cunhado por Adorno e Horkheimer, o rock sequer existia. O mesmo vale para a televisão, tipicamente associada à indústria cultural, mas que praticamente não é mencionada no artigo de autoria de ambos os teóricos da Escola de Frankfurt mencionado nestas linhas, cuja ênfase é totalmente calcada no cinema e no rádio. No artigo, a televisão ocupa meio parágrafo, e é definida como um veículo que “tende a uma síntese do rádio e do cinema (...) cujas possibilidades ilimitadas prometem intensificar”, segundo os autores, o “empobrecimento dos materiais estéticos” (ADORNO e HORKHEIMER, 1969, p.176). E também ocupa uma nota de rodapé, mais especificamente uma nota do tradutor, segundo a qual, “Como já se notou, quando os autores escreveram este ensaio a televisão apenas começava” (ADORNO e HORKHEIMER, 1969, p.207).

Já o rádio era considerado o meio de comunicação de massa por excelência. Apesar de ter surgido depois do cinema, e de veicular apenas som e não também imagens, o rádio rapidamente ascendeu a essa condição por se sustentar apenas através de publicidade. Nem haveria como fazer uso de outros recursos, como a bilheteria dos cinemas ou a venda em banca dos jornais e revistas. Em um comparativo com o telefone, um aparelho liberal, que “deixava ainda ao usuário a parte de sujeito”, o rádio “torna todos os ouvintes iguais ao sujeitá-los, autoritariamente, aos idênticos programas das várias estações. Não se desenvolveu qualquer sistema de réplica” (ADORNO e HORKHEIMER, 1969, p.170). E foi justamente essa característica que Adorno e Horkheimer acabaram associando com o nazismo que na época eles vivenciavam e sentiam na carne, na medida em que “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” (1969, p.205). A veiculação da voz de Hitler nos autofalantes das estradas alemãs é o que dava forma à causa nazista. Nas palavras de Adorno e Horkheimer, “O carisma metafísico do líder inventado pela sociologia religiosa se revelou, enfim, como a simples onipresença dos seus discursos no rádio, diabólica paródia da onipresença do espírito divino (1969, p.205). Para os autores, a transmissão radiofônica isola o produto do contexto em que foi produzido, o que, no caso dos discursos nazistas de Hitler, se alinha aos propósitos de regimes fundamentalistas e totalitários. “Pôr a palavra humana como absoluta, o falso mandamento, é a tendência imanente do rádio. A recomendação torna-se ordem” (ADORNO e HORKHEIMER, 1969, p.206). Nesse sentido, Adorno e Horkheimer fornecem um exemplo bem ilustrativo, ao

afirmarem que, “se hoje os fascistas alemães lançam pelos autofalantes a palavra “intolerável”, amanhã todo o povo dirá também “intolerável”” (1969, p.211).

Indústria cultural em época de teorias funcionalistas da comunicação

Esse isolamento do contexto, aliás, corresponde ao modelo de ciência apregoado pelo positivismo (HALLER, 1990), que evidentemente teve a sua importância histórica para o desenvolvimento das ciências ao estimular a compartimentalização dos saberes, que ao menos em um primeiro momento contribuiu para o desenvolvimento de cada ciência individualmente. “No decurso do século XIX, as várias disciplinas como que se abriram em leque cobrindo toda uma gama de posições epistemológicas” (WALLERSTEIN, 1996, p. 24). Mas, como bem alerta Cassirer, “El conocimiento cobra rasgos peculiares, propios y específicos, hasta llegar a distinguirse cualitativamente del mundo de los objetos y a contraponerse a él (CASSIRER, 1993, p. 11). O empirismo positivista, em que o objeto é separado de seu entorno, considerando o objeto como algo dado, natural, e não como uma construção, não à toa é bastante criticada pelos teóricos da Escola de Frankfurt. Conforme enfatizam Adorno e Horkheimer, “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” (1969, p.210). Entenda-se por linguagem a palavra que, segundo os autores, é racionalizada pela ação da indústria cultural. “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” (ADORNO e HORKHEIMER, 1969, p.210). Em artigo no qual relata suas vivências acadêmicas na América do Norte, Adorno é ainda mais enfático em relação às ideias positivistas postuladas por Augusto Comte. Ao chegar em Nova York, em fevereiro de 1938, Adorno foi trabalhar no “Princeton Radio Research Project”, dirigido por Paul Lazarsfeld, e logo de início percebeu o contraste entre suas investigações sociais críticas com a “administrative research” (investigação administrativa) empreendida por esse projeto de pesquisa radiofônica, calcada em métodos quantitativos de enquetes, tipicamente de análise de conteúdo. “Ninguém me pedia teorias medulares sobre a relação entre música e sociedade; esperavam de mim informações utilizáveis” (ADORNO, 1995, p.145). Analisando as reações dos ouvintes, tais pesquisas administrativas visavam fundamentalmente a detectar o que funcionava ou não nas transmissões de rádio, de forma a contribuir para o aperfeiçoamento da inserção desse meio junto ao público. “Mas o simples fato de que eu partisse das conotações objetivas da arte e não das reações estatisticamente mensuráveis dos ouvintes colidiu com os hábitos mentais positivistas que imperavam, praticamente indiscutidos, na ciência norte-americana” (ADORNO, 1995, p.144). Apesar da suposta pretensão de neutralidade

do positivismo, Adorno alerta que “não deve ser casual que os representantes de um empirismo rigoroso limitem a formação de teorias até o ponto de impedir a construção da sociedade global e das leis de seu movimento” (1995, p.146), na medida em que “a escolha dos sistemas de referência, das categorias e dos procedimentos que utiliza uma ciência, não é tão neutra e indiferente com relação ao conteúdo do que se conhece, como o quisera um pensamento entre cujos ingredientes conta-se a estrita separação entre método e realidade” (1995, p.146-147). E aí Adorno deixa clara a relação entre positivismo e indústria cultural, na medida que estudos como aqueles realizados pelo instituto de pesquisa radiofônica comandado por Lazarsfeld “não podem ser separados, enquanto tais, da estandardização, da transformação das criações artísticas em bens de consumo, da calculada pseudo-individualização e de manifestações semelhantes daquilo que, em linguagem filosófica alemã, chama-se *coisificação*” (1995, p.146-147). Prova disso é o próprio contrato do instituto, que estipulava, segundo Adorno, que “as pesquisas deveriam cumprir-se no marco do sistema comercial estabelecido nos Estados Unidos. Isso implicava que esse próprio sistema não podia ser objeto de análise, tampouco seus pressupostos sociais e econômicos e suas consequências sócio-culturais” (1995, p.143).

Interessante é constatar que essas críticas foram feitas bem na época em que o positivismo ainda estava bastante em voga. Não que ainda hoje não exerça a sua influência, longe disso, mas na época não era tão questionado. Tanto que algumas teorias com relação direta ou indireta com a comunicação, claramente de inspiração positivista, são contemporâneas – e até um pouco posteriores – aos estudos da Escola de Frankfurt. A começar pela Teoria Matemática da Informação, lançada por Claude Shannon e Warren Weaver em 1949 – dois anos depois da publicação da *Dialética do Esclarecimento*, de Adorno e Horkheimer. Nas palavras de Miquel Rodrigo Alsina, “Las teorías de la comunicación necesitaron, al igual que cualquier disciplina académica, una legitimación para ser considerada en el ámbito de la ciencia” (2011, p.2). Dito de outro modo pelo autor, “A mediados del siglo XX, de acuerdo con los principios de la modernidad, para que una disciplina fuera considerada científica debía aproximarse a las ciencias naturales, aunque también se aceptaba la existencia de otro campo, el de las humanidades, en que los requisitos eran distintos” (RODRIGO ALSINA, 2011, p.2). Nesse sentido, segundo Rodrigo Alsina, a proposição de Shannon e Weaver veio a calhar: “para los que consideraban que la ciencia de la comunicación era una de las ciencias sociales, como la sociología o la economía, se hacía imprescindible la legitimación científica que le podría aportar un modelo matemático de la comunicación (2011, p.2).

Da mesma forma que fizeram Shannon e Weaver, o modelo proposto por Harold Lasswell em 1948 – 1 ano antes da Teoria Matemática da Informação e 1 ano depois do livro *Dialética do*

Esclarecimento – toma inspiração na corrente behaviorista – ou condutista – de estímulo-resposta fundada por J. B. Watson em 1913. Se considerarmos a possibilidade de, entre o estímulo e a resposta, haver uma mensagem, o estímulo seria enviado por um emissor e a resposta se daria por parte de um receptor. “El esquema E-R fácilmente se puede convertir en el modelo canónico de la comunicación E-M-R que ha dominado largamente la teoría de la comunicación funcionalista” (RODRIGO ALSINA, 2011, p.2). Nesse sentido, Shannon e Weaver formularam um esquema em que uma fonte de informação faria uso de um transmissor para emitir uma mensagem, que seria decodificada por um receptor e assim chegaria ao seu destinatário – não sem a possibilidade de haver “ruídos” capazes de fazer com que a mensagem não chegasse ao seu destino tal como foi emitida em sua origem. Já Lasswell considera que todo ato de comunicação deve ser descrito a partir das seguintes perguntas: quem – diz o quê – através de que canal – com que efeito? (WOLF, 1995). É possível perceber, a partir desses e outros modelos vigentes no período, uma concepção de comunicação calcada em “transmissão” e em “efeitos”, com o emissor dando as cartas do processo comunicativo, em que a atuação do receptor é pouco considerada, em uma autêntica comunicação “de mão única”, em que o receptor teria uma função meramente passiva. Ao abordar o modelo de Lasswell, Rodrigo Alsina trata de situar a Escola de Frankfurt nesse contexto de estudos teóricos em comunicação, dizendo que, “aunque desde una perspectiva muy distinta al conductismo, en la primera mitad del siglo XX”, a mesma “considera los medios de comunicación medios de manipulación masiva. La homogeneidad de los medios de comunicación de masas provoca mentalidades rígidas y acríticas. (...) Como puede apreciarse, estas ideas están en sintonía con el clima de opinión de la época” (1989, p.37).

O próprio Lazarsfeld, diretor do instituto de pesquisa radiofônica em que Adorno foi trabalhar quando de sua chegada aos Estados Unidos, é abordado em sua relação de oposição com a Teoria Crítica da Sociedade desenvolvida na Escola de Frankfurt. Ou melhor, Mauro Wolf procura demonstrar que essa relação não é tão de oposição assim. Apesar de todo o empirismo da pesquisa administrativa, “Lazarsfeld observa que não é possível procurar atingir um objectivo específico e estudar os meios para o atingir, isolando-o da situação histórica global em que o objectivo e a pesquisa dos meios se situam” (WOLF, 1995, p.85). Conforme complementa Wolf, “na realidade, a redução da pesquisa aos objectivos práticos nem sempre comportou ausência de teoria ou escassa problematização dos fenómenos investigados”. O autor apresenta um exemplo do próprio Lazarsfeld, que em 1940 fez uma analogia entre imprensa escrita e rádio para demonstrar a importância da contextualização histórica. Lazarsfeld começa dizendo que “se, em 1500 d. C., tivesse sido feito um estudo sobre as consequências sociais da imprensa, esse estudo dificilmente teria podido prever todas as modificações que hoje atribuímos à sua invenção. (...) A importância

adquirida pela imprensa ficou, em grande medida, a dever-se à Reforma e às grandes revoluções ocidentais dos séculos XVI e XVII” (*apud* WOLF, 1995, p.87). A partir dessa consideração, ele complementa afirmando que, “do mesmo modo, não podemos saber o significado que a rádio terá nos anos futuros, dado não podermos prever quais os progressos sociais significativos que estão iminentes. Podemos apenas ter a certeza de que a rádio, por si só, não moldará o futuro. Aquilo que nós, pessoas de hoje, fizermos do nosso sistema social, será o que vai definir historicamente o papel da rádio” (LAZARFELD *apud* WOLF, 1995, p.87). Na opinião de Wolf, “Os exemplos citados são testemunho de urna pesquisa administrativa atenta, pelo menos como princípio, ao contexto histórico e social de evolução dos meios de comunicação de massa e capaz, ainda, de dar um relevo teórico ao próprio modo de colocar as questões” (1995, p.87). Em um sentido inverso, o próprio Adorno admitiu posteriormente a importância das pesquisas empíricas, ainda que com a ressalva de que “não é lícito hipostasiá-las, nem considerá-las como chave universal. Sobretudo, elas próprias devem culminar em conhecimento teórico. A teoria não é mero veículo que se tornaria supérfluo tão pronto se possuíssem os dados” (1995, p.156). Mas, nesse ajuste de contas com o passado, ele afirmou que as pesquisas não deveriam ser unicamente teóricas, dizendo que “as investigações empíricas parecem-me legítimas e necessárias também no âmbito dos fenômenos culturais” (ADORNO, 1995, p.156). Enfim, embora existam diferenças notórias entre ambas as correntes, nem uma é totalmente teórica e nem a outra é totalmente empírica. Todavia, acabou sendo exacerbada a oposição entre ambas. “Daí resultou, para a teoria crítica, a dificuldade em passar do plano das descrições gerais do sistema da indústria cultural para o plano da análise dos processos comunicativos que efectivamente se confrontam”, por conta de, “para a teoria crítica, este tipo de análise (...) ser irrelevante ou acessório, estando já implícito na descrição da dinâmica fundamental da sociedade industrial capitalista” (WOLF, 1995, p.88). A acusação da realização de pesquisas excessivamente especulativas e pouco empíricas feita com relação à Escola de Frankfurt, que o próprio Adorno chegou a definir como “tabu da especulação”, era defendida por ele na medida em que, “facilmente, o ceticismo frente ao indemonstrado pode transformar-se na proibição do pensar” (1995, p.151). De qualquer forma, por conta dessa oposição que acabou se criando “a distância entre teoria crítica e pesquisa administrativa acabou, assim, por se ampliar para além da sua configuração inicial e por cristalizar uma diferenciação que, pelo contrário, era e continua a ser fecunda e problemática” (WOLF, 1995, p.88).

A distância que esse estabeleceu entre a teoria crítica dos frankfurtianos e estudos como os de Lazarsfeld, Lasswell e Shannon e Weaver remete ao que Umberto Eco (1979) definiu como o embate entre “apocalípticos” e “integrados”. Enquanto para os primeiros a cultura de massa “torna-se o sinal de uma queda irrecuperável”, para os integrados “estamos vivendo numa época de

alargamento da área cultural, onde finalmente se realiza, em amplo nível, com o concurso dos melhores, a circulação de uma arte e de uma cultura “popular” (ECO, 1979, p.8).

Walter Benjamin na contramão da Escola de Frankfurt

Outro autor contemporâneo de Adorno e Horkheimer é Walter Benjamin. Contemporâneo e conterrâneo, pois Benjamin também é alemão e de descendência judia. Mais do que isso, também é tido como um dos integrantes da Escola de Frankfurt, mesmo tendo feito parte da mesma apenas em breves momentos. A trajetória de Benjamin foi um tanto nômade, tendo passagens rápidas por várias instituições e, durante a maior parte de sua trajetória acadêmica, tendo morado em Paris. E, sobretudo, suas teorizações vão em uma via bem diversa àquela desenvolvida nos escritos sobre indústria cultural. Aliás, Benjamin sequer chegou a tomar contato efetivo com esse conceito, pois acabou se suicidando em 1940, na fronteira entre a França e a Espanha, enquanto fugia da perseguição do nazismo alemão – e do franquismo espanhol – por conta de ser judeu. A obra de Benjamin só foi resgatada efetivamente a partir dos anos 1980, justamente quando o conceito de indústria cultural passou a perder consideravelmente a influência exercida nos estudos de comunicação até a década de 1970 (MATTELART E MATTELART, 2004). Porém, em “Teorias da Cultura de Massa”, de 1969, que compila vários artigos a respeito, o organizador do livro, Luiz Costa Lima, já comentava, por exemplo, sobre o artigo “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, escrito por Benjamin em 1936, que se tratava do “texto mais antigo e, ao mesmo tempo, mais novo dos aqui recolhidos” (1969, p.214). Luiz Costa Lima considera o artigo de Benjamin um “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” (1969, p.217). Ainda assim, isso não quer dizer que Benjamin escamoteie ou não conheça o problema da estandardização própria da Indústria Cultural, em sua faixa mais ampla (LIMA, 1969, p.217). Outro comentário do tipo é feito sobre o artigo “A arte na sociedade unidimensional”, de Herbert Marcuse, outro integrante da Escola de Frankfurt, também alemão de descendência judia, que igualmente se refugiou nos Estados Unidos, mas que, apesar de ser contemporâneo de Adorno e Horkheimer, seus estudos só foram obter projeção nos anos 1960, na esteira de movimentos contraculturais, manifestos contra a Guerra do Vietnã e mobilizações esquerdistas como a de maio de 68. No texto presente no livro “Teorias da Cultura de Massa”, Marcuse via a reprodutibilidade técnica não exatamente como algo capaz de trazer novas possibilidades de percepção estética, a exemplo de Benjamin. Para ele, a indústria cultural provocou o esvaziamento

da arte em seu sentido mais propriamente estético, mas a arte poderia retomar a sua razão de ser, e ganhar um novo sentido, enquanto instrumento de militância, a exemplo das letras das canções de protesto de artistas como Bob Dylan – a quem Marcuse atribuía relevância apenas por esses motivos, e não por razões especificamente “artísticas”. A partir daí, Luiz Costa Lima comentou que, “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 (1969, p.256-257).

Sobre a reprodutibilidade técnica, Benjamin define, logo de início, que, “mesmo por princípio, a obra de arte foi sempre suscetível de reprodução”, apenas alertando que “as técnicas de reprodução, entretanto, são um fenômeno inteiramente novo (1969, p.221). A origem, para ele, está nos tipos móveis de Gutenberg. São notórias as imensas transformações introduzidas na literatura pela impressão, isto é, pela reprodução técnica da escrita (BENJAMIN, 1969, p.222). Da litografia, que possibilitou a reprodução de gravuras, Benjamin parte para a fotografia, que para ele é efetivamente o marco inicial da reprodutibilidade técnica, no sentido de trazer mudanças reais no que diz respeito à percepção. “Com a fotografia, pela primeira vez a mão se liberou das tarefas artísticas essenciais”, e, “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 (BENJAMIN, 1969, p.222). E aí já é possível fazer uma primeira associação com o cinema, na medida em que, para Benjamin, se “a litografia abria o caminho para o jornal ilustrado, na fotografia, já está contido em germe o filme falado (1969, p.222).

E aí entra um aspecto importante da reprodutibilidade: Benjamin considera que, no século XX, as próprias técnicas de reprodução se impunham, elas mesmas, “como formas originais de arte” (1969, p.223). “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” (BENJAMIN, 1969, p.229). “Ela não permite apenas, do modo mais imediato, a difusão em massa do filme: exige-a” (BENJAMIN, 1969, p.229). Isso faz com que, segundo Benjamin, a própria noção de autenticidade perca o seu sentido, pois, “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. (1969, p.224). Mais do que isso, Benjamin observa que a reprodução técnica é capaz de expandir as possibilidades perceptivas dos sentidos humanos, na medida em que a fotografia “pode ressaltar aspectos do original que escapam ao olho” e também de romper barreiras de espaço, pois “a técnica pode transportar a reprodução para situações nas quais o próprio original jamais poderia se encontrar” (1969, p.224).

Para além de todas essas mudanças na percepção, Benjamin aponta a diferença fundamental que a reprodutibilidade técnica estabeleceu com relação à obra de arte tradicional: a perda da aura. Nesse caso, aura se refere àquele objeto do qual só existe uma única unidade, não sendo passível de cópia. E objetos únicos tendem a ser mais cultuados. Inclusive em um sentido literal. “Sabe-se que as mais antigas obras de arte nasceram a serviço de um ritual, inicialmente mágico, depois religioso” (BENJAMIN, 1969, p.227). Conforme salienta Benjamin, 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”” (1969, p.228). Entretanto, Benjamin não considera a perda da aura como algo necessariamente negativo. Pelo contrário, realça o “valor expositivo” proporcionado pela técnica fotográfica, que possibilita a disseminação de um mesmo objeto simbólico – a fotografia – para mais pessoas, e não apenas para as poucas que teriam acesso a uma hipotética única unidade da mesma. E Benjamin consegue também vislumbrar possibilidades de vigência da aura – que portanto “não cede seu lugar sem resistência” – inclusive em meio à reprodutibilidade técnica proporcionada pela fotografia, mais precisamente em imagens de rostos humanos, na medida em que, “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” (1969, p.231).

Transpondo para o cinema as possibilidades de mudanças na percepção trazidas pela reprodutibilidade técnica, Benjamin estabelece interessantes comparações com o teatro, que “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” (1969, p.241). Nas palavras de Benjamin, a técnica da montagem cinematográfica, que picota e reordena trechos gravados em momentos e locais distintos, faz com que a realidade apresentada no filme seja “a mais artificial de todas; assim, no mundo da técnica, a captação imediata da realidade enquanto tal é agora uma simples quimera” (1969, p.241). Essa diferença entre o cinema e o teatro se manifesta notadamente em seus respectivos atores. “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”, pois “as próprias necessidades elementares da técnica operatória dissociam a representação do intérprete numa série de episódios, que devem ser posteriormente montados” (BENJAMIN, 1969, p.237). A partir daí, Benjamin vislumbra algumas possibilidades de situações que podem acontecer quando da realização de filmagens. Por exemplo, “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 (BENJAMIN, 1969, p.237). Uma em particular é bastante curiosa, e ao mesmo tempo bastante reveladora da comparação entre o cinema e o teatro e sobretudo das próprias especificidades do cinema enquanto meio de reprodutibilidade técnica e suas consequências perceptivas. Benjamin imagina a situação em que “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 que levaria “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”, e por fim “a câmera registrará seu movimento de terror, bastando introduzir na montagem do filme a imagem obtida pela surpresa” (1969, p.237).

É por essas e outras que, para Benjamin, “o cinema corresponde a profundas modificações do aparelho perceptivo” (1969, p.248). Um exemplo disso, bem menos mirabolante do que os mencionados no parágrafo anterior, aparentemente até trivial, mas ao mesmo tempo muito significativo, também aparece nesse artigo que Benjamin escreveu em 1936, dizendo que, “há 50 anos, não se prestava a menor atenção a um lapso que escapava durante uma conversa” (1969, p.244). Mas o cinema acabou “ampliando o mundo dos objetos que passamos a levar em consideração, tanto na ordem visual quanto na ordem auditiva”, trazendo, “conseqüentemente, um aprofundamento da percepção” (BENJAMIN, 1969, p.244).

E essa percepção não é necessariamente apenas visual, ou auditiva. A percepção tátil também deve ser levada em conta. É esse o caso da arquitetura, cuja “história é mais longa que a de qualquer outra arte”, pelo fato de que “a necessidade que têm os homens de habitar é permanente” (BENJAMIN, 1969, p.250). Não é à toa que, salienta Benjamin, “a arquitetura jamais conheceu paralisações” (1969, p.250). Benjamin considera que “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” (1969, p.250). Resultado de uma relação utilitária para com o objeto simbólico (no caso, a construção arquitetônica), de um hábito para com o mesmo (que, no caso, diz respeito inclusive ao ato de *habitar* o edifício), “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” (BENJAMIN, 1969, p.250).

Considerações finais

“Como explicación, la ciencia describe las diversas formas en que se manifiestan los procesos existentes, distingue las fases sucesivas y coexistentes observadas en el desarrollo de los mismos procesos, desentraña sus enlaces internos y sus conexiones con otros procesos (GORTARI,

1956, p.11). Assim, como foi abordado ao longo do presente artigo, em um mesmo período histórico coexistiam diversas concepções teóricas a respeito da comunicação e suas implicações. Em plena época de hegemonia do positivismo, que atuou como matriz da Teoria Matemática da Informação de Shannon e Weaver, do modelo de Lasswell e de investigações administrativas realizadas por um instituto de pesquisa radiofônica comandado por Lazarsfeld, o conceito de indústria cultural representava um passo à frente, por conta de sua postura explicitamente contrária aos pressupostos positivistas. Por outro lado, as críticas à reprodutibilidade técnica proferidas por Adorno e Horkheimer hoje chegam a parecer anacrônicas diante das formulações teóricas de Benjamin – que são inclusive anteriores ao surgimento do conceito de indústria cultural. Por mais que se leve em consideração o contexto social e histórico, temporal e espacial, vivenciado pelos teóricos da Escola de Frankfurt, e o próprio fato de que os meios de comunicação de massa ainda constituíam um fenômeno relativamente recente, muito do que foi escrito sobre indústria cultural hoje simplesmente não se sustenta. Talvez isso se deva ao fato de que tais teorizações foram resultado de atividades marcadamente especulativas. A crítica ao empirismo positivista de muitos estudos da época acabaram trazendo como efeito colateral uma certa falta de zelo maior para com esforços mais propriamente práticos, por menores que fossem. Lacuna que, como foi visto, o próprio Adorno chegou a reconhecer. Se bem que os escritos de Benjamin também foram – ou ao menos parecem ser – basicamente especulativos, e ele próprio vivenciou rigorosamente o mesmo contexto de seus conterrâneos, contemporâneos e colegas de Escola de Frankfurt, e ao mesmo tempo seus estudos sobreviveram melhor ao tempo, conforme atestam inclusive estudos contemporâneos em comunicação.

Aliás, alguns desses estudos, que contribuíram para a “superação” do conceito de indústria cultural que exerceu forte influência nos estudos em comunicação até a década de 1970³, foram desenvolvidos como que respondendo às teorizações dos representantes da Escola de Frankfurt – de forma a demonstrar a sua falseabilidade (POPPER, 1975), o que por si só acaba por lhe valorizar enquanto teoria. Essa própria postura de responder aos frankfurtianos não deixa de ser também uma influência, ainda que às avessas. Por isso, a palavra “superação” aparece entre aspas neste parágrafo. A “superação” em questão diz respeito mais a não tomar a massa como algo monolítico e passivo, e sim, como diria Morin (1986), em toda a sua complexidade. Como dizem Armand e Michèle Mattelart (2004), trata-se de valorizar a figura do sujeito, que como destinatário das

³ É já um lugar comum identificar em “pesquisas” sobre influências da televisão brasileira nos anos 1970 e 1980, especialmente sobre as telenovelas, que as próprias jamais eram assistidas, restando “análises” preconceituosas de quem, por trás da máscara da pesquisa, destilava toda ordem de ranços contra “um produto cultural de baixo nível, manipulador das massas ignorantes” (CARVALHO e LAGE, 2012, p.11-12).

mensagens – que podem ser inclusive os produtos midiáticos veiculados pelos meios de comunicação de massa – também responde de forma ativa, a ponto de contribuir para a produção da mensagem posta em circulação. O próprio Jürgen Habermas (2000), tido como pertencente à segunda geração da Escola de Frankfurt, rompe com o negativismo absoluto do conceito de indústria cultural, ainda que sem deixar de reconhecer a opressão do capitalismo monopolista, através de sua “teoria da ação comunicativa”, que, conforme Rüdiger (1995), ainda não esgotou suas potencialidades e apresenta brechas possíveis de serem exploradas. A valorização da recepção é algo que se faz presente notadamente em estudos de comunicação realizados na América Latina (FUENTES e LOPES, 2001), por autores como Jesús Martín-Barbero (1988; 2008), Néstor García-Canclini e Guillermo Orozco-Gómez também encontrando ecos europeus em Boaventura de Sousa Santos (2006), Stuart Hall – expoente dos chamados Cultural Studies, que possuía seus “braços latino-americanos” justamente “em Martín-Barbero, García-Canclini e Orozco” (MARCONDES FILHO, 2011, p.3) – e Michel de Certeau, que já na década de 1970 já começava a falar na “invenção do cotidiano” por parte de sujeitos receptores, capazes de realizar “usos e apropriações” de produtos simbólicos não previstos pelos meios de comunicação que trataram de veiculá-los. A percepção da existência de sujeitos comunicantes (MALDONADO, 2008) que, cada um a seu modo, a partir das referências simbólicas e contextuais vivenciadas por cada um, protagonizam usos e apropriações diversificadas de um mesmo produto midiático ou situação comunicacional, faz com que a comunicação seja vista de forma menos homogênea e monolítica, menos linear e passiva. Pode até ser linear, mas uma linha de mão dupla. Ou de mão múltipla, tomando várias direções – e sentidos. Aliás, um terreno extremamente fértil para esses estudos contemporâneos comunicacionais é justamente a comunicação digital e multimídia vivenciada neste século XXI (MALDONADO, 2008), com seus muitos produtores que atuam também como receptores e receptores que atuam também como produtores, todos a serviço de colocar produtos midiáticos e objetos simbólicos em uma situação de circulação. Não só uma situação, mas várias. E é nesse cenário configurado pelo advento da internet, que os frankfurtianos provavelmente não vivenciaram nem em sonho (ou seria pesadelo?), que, entre outras coisas, promoveu e tem promovido toda uma reconfiguração da indústria do entretenimento musical nesses anos 2000, a ponto de produtos de consumo como músicas circularem gratuitamente e serem comentadas por sites que podem ser acessados de forma igualmente gratuita, e que de quebra ainda refletem sobre essa reconfiguração da qual eles próprios fazem parte. Onde foi parar o lucro? Que indústria cultural é essa? Pesadelo ou sonho da Escola de Frankfurt? Ou nem sonho e nem pesadelo?

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. Experiências científicas nos Estados Unidos. In: ADORNO, Theodor. **Palavras e sinais: modelos críticos** 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1995.
- CARVALHO, Carlos Alberto de; LAGE, Leandro. **Pela adoção da perspectiva da pertinência em pesquisas comunicacionais**. Anais do XXI Encontro Anual da Compós, GT- Epistemologia, Juiz de Fora, 2012.
- CASSIRER, Ernst. **El problema del conocimiento**. v. 1. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- FUENTES, Raúl; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Comps.). **Comunicación, campo y objeto de estudio**/Perspectivas reflexivas latinoamericanas. Guadalajara: ITESO, Univ. Guadalajara, 2001.
- GORTARI, Eli de. Dominio de la lógica e Estructura del conocimiento. In: GORTARI, Eli de. **Introducción a la lógica dialéctica**. México: Fondo de Cultura Económica, 1956, p.11-43.
- HABERMAS, Jürgen. **O discurso filosófico da modernidade: doze lições**. São Paulo: Martins Fontes, 2000. – (Coleção tópicos)
- HALLER, Rudolf. **Wittgenstein e a filosofia austríaca: Questões**. São Paulo: EDUSP, 1990, p.17-54.
- JAPIASSU, Hilton. **Introdução ao pensamento epistemológico**. 6. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1991.
- KUHN, Thomas, **Estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- LIMA, Luiz Costa. **Teorias da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969.
- MALDONADO, Alberto Efendy. A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI. In: MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani Adriana.; ROSARIO, Nísia Martins do (orgs.) **Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios na prática investigativa**. João Pessoa: Editora UFPB, 2008, p.27-54.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **De Repente, O Prédio Falou Comigo**. Anotações sobre experiências metapóricas em Teoria da Comunicação. Anais do XX Encontro Anual da Compós, GT- Epistemologia, Porto Alegre, 2011.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **Pensar as mídias**. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTÍN BARBERO, Jesús. Comunicación y culturas en América Latina. Revista **Anthropos/Huellas del conocimiento**, Los Teques, n. 219, 2008.

_____. Retos a la investigación de comunicación en América Latina. In: MARTÍN, Barbero Jesús. **Procesos de comunicación y matrices de cultura**/Itinerarios para salir de la razón dualista. Barcelona: Gustavo Gili, 1988, p.82-97.

MORIN, Edgar. **O método: o conhecimento do conhecimento**. v. 3. Lisboa: Europa-América, 1986.

NORRIS, Christopher. **Epistemologia, conceitos-chave em filosofia**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

PEIRCE, Charles Sanders **A fixação da crença**. Disponível em:
<http://www.lusosofia.net/textos/peirce_a_fixacao_da_crenca.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2015.

POPPER, Karl Raimund. **Conhecimento objetivo**. São Paulo: EDUSP, 1975.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **Los modelos de la comunicación**. Madrid: Tecnos, 1989.

RÜDIGER, Francisco. **Comunicação e teoria social moderna: introdução aos fundamentos conceituais da publicística**. Porto Alegre: Fênix, 1995.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Gramática do tempo: para uma nova cultura política**/[Para um novo senso comum. A ciência, o direito e a política na transição paradigmática, Volume IV]. Porto: Edições Afrontamento, 2006.

WALLERSTEIN, Immanuel et. al. **Para abrir as ciências sociais**. São Paulo: Cortez Editora, 1996. p.13-148.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1995.