

ADORNO, Theodor W. O Iluminismo como mistificação das massas; em; Indústria cultural e sociedade. pg 7 a 80; Trad. Júlia Elizabeth Levy [et. al.] - São Paulo Ed. Paz e Terra, 2002.

[Tradução de Júlia Elizabeth Levy, revisão de Luiz Costa Lima e Otto Maria Carpeaux. Revisão para essa edição: Jorge de Almeida . Publicado originalmente em "Teoria e Cultura de Massa". (org. de Luz Costa Lima) Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978]

Aponta, com aguçada análise, as relações no modo de produção e das ideologias. Dentro de uma amplitude de setores impressionante verifica, que a sociedade americana apresenta uma nefasta forma de condicionamento cultural, que é ampliado e favorecido pelo sistema estrutural daquele país. Analisa ainda, os contrastes sociais dos grandes centros urbanos, enquanto aglutinados de trabalho e diversão; do cidadão livre, que deve se orientar pela unidade de produção.

Historicamente, o momento crucial é o da dependência econômica do mundo em relação aos EUA e na inflação, depois da 1ª Guerra Mundial. Sobre imposição cultural, escreve sobre o massacre...

"em todos os cérebros a antiga verdade de que o mau trato contínuo, o esfacelamento de toda a resistência individual, é a condição de vida nesta sociedade."

Não enxerga condições de melhoria cultural na sociedade contemporânea, na medida em que não conseguem romper com as estruturas do sistema.

O pensamento e a filosofia se encontram em conflito com a situação social. A posição, é de um profundo desprezo e impotência, diante das influências do mercado e dos fatos, que deflagram mentiras e hipocrisias manipulando a opinião pública, na propaganda, uma indústria onde a aparência é o mais importante, e o erro moral de renegar a pobreza do mundo, não é desculpado, efetivamente.

A perda da espontaneidade e o sorriso do lucro capitalista são, conseqüências das elaborações estratégicas de conquista do mercado, as quais também são reveladas nos produtos cinematográficos. As manipulações e mentiras do presidente dos EUA, a frente dos interesses de indústrias de armamentos e petróleo. Nada mudou então, apenas a experiência, de anos de manipulações ideológicas, nos deixou, ou mais perspicazes, ou mais anestesiados. O jazz, sendo um advento autêntico, surgido das classes negras, que tiveram os instrumentos musicais das bandas militares no pós guerra, necessita de uma análise dentro de contexto. O surgimento da indústria cultural pode ser comparado ao crescimento da indústria bélica americana, dos conglomerados de petróleo e da indústria farmacêutica.

Sobre os mecanismos de articulação se observam tentáculos de um sistema "american way of life" se espalhando pelo mundo na uniformidade da arquitetura das grandes cidades, com altíssimos prédios no centro empresarial, favelas na periferia e bairros ricos cercados por muros nas zonas nobres.

ADORNO, Teodor W. Sociologia. A Indústria Cultural. S. Paulo. Editora Ática, 1994.

DEFINIÇÕES

- Cultura de Massa - Forma contemporânea de arte popular, cultura surgindo espontaneamente das próprias massas.
- Indústria cultural - Junção de elementos há muito concorrentes, mais ou menos segundo um plano de produtos adaptados ao consumo das massas, que em grande medida determinam esse consumo. Estratégias sobre a consciência e inconsciência de milhões de pessoas, elemento de cálculo. A I.C. força a união dos domínios da arte superior e da arte inferior. A arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre o efeito; a inferior perde, através de sua domesticação civilizadora.

Sua proposta é a de analisar os novos meios como arte, diferente da posição dos que a querem como produto industrial:

"Mesmo o pior filme à moda de grande espetáculo ou à moda de 'água de rosas' se apresenta objetivamente conforme sua própria aparência como se fosse uma obra de arte. É necessário confrontá-lo com esse pretensão e não com a má intenção dos que são responsáveis por isso".

"As elucubrações da indústria cultural não são nem regras para uma vida feliz, nem uma nova arte da responsabilidade moral, mas exortações a conformar-se naquilo atrás do qual estão os interesses poderosos. Não permite quase a evasão e impõe sem cessar os esquemas de seu comportamento. O efeito de conjunto é o de uma desmistificação, a de um antiiluminismo; nela, a desmistificação a saber, a dominação técnica progressiva, se transforma em engodo das massas, isto é, em meio de tolher a sua consciência, ela impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente".

"toda a prática da indústria cultural transfere, sem mais, a motivação do lucro às criações espirituais".

O que a indústria cultural apresenta como progresso: a ascendência do lucro sobre a cultura, e o que os promotores da indústria cultural comprazem-se em alegar que o que eles fornecem não é arte, mas indústria.

A técnica na obra de arte é a organização imanente, é a lógica estrutural. Na indústria cultural a técnica diz respeito a distribuição, reprodução interna, mecânica externa ao objeto. A indústria cultural tem o seu suporte ideológico no fato que ela se exime cuidadosamente de procurar tirar todas as consequências de suas técnicas em seus produtos. Porém reconhece a importância do fenômeno:

"importante enquanto característica do espírito hoje dominante"

mas mantém a posição contra:

"Querer subestimar sua influência, por ceticismo com relação ao que ela transmite aos homens, seria prova de ingenuidade, mas a exortação a tomá-la a sério é suspeita".

e ainda declara a respeito do papel na formação da cultura contemporânea:

"A importância da indústria cultural na economia psíquica das massas não dispensa reflexão sobre sua legitimação objetiva, sobre seu ser em si, mas, ao contrário, a isso obriga - sobretudo quando se trata de um ciência supostamente pragmática. Levar a sério a proporção de seu papel incontestável, significa levá-la criticamente a sério, e não se curvar diante de seu monopólio".

Rogério Borda

ADORNO, T.W. & Simpson, G. On popular music. I: Horkheimer, Max, ed. *Studies in philosophy and social science*. Nova York, Institute of Social Research, 1941. v. IX, p. 17-48. Trad. por Flávio R. Kothe.

Sua tese diferencia "música séria" e "música popular". Desclassifica a música popular e o jazz, que, segundo ele, estariam sendo utilizadas pela indústria cultural, apenas para a manipulação da massa e na exploração do consumo.

Investiga os estímulos da música popular, diferenciando os níveis em termos mais precisos, lançando luz sobre aspectos conceituais do jargão da música popular:

- Estandarização (coloca tudo em um mesmo esquema estrutural)
- Pseudo-indivuação (inserção de pequenos detalhes que caracterizam um objeto)
- Requisitos mínimos (os requisitos para se fazer sucesso)
- Glamour (o brilho e a fama, identificáveis no produto)
- Fala de criança (aspectos ingênuos e infantis na identificação do produto)

Construindo uma teoria de audição que considera cinco componentes envolvidos a saber:

- vaga recordação, ("Eu devo Ter ouvido isso em algum lugar");
- identificação objetiva, súbito reconhecimento, interpretação da experiência do "é isso!";
- subsunção por rotulação, revelação ao ouvinte que a sua experiência individual é também uma experiência coletiva, ("esse é o *hit Nighth and Day*");
- auto-reflexão no ato de reconhecer, espécie de triunfo ao ser capaz de reconhecer algo, ("Oh, eu sei disso, isso faz parte de mim");
- transferência psicológica da autoridade de reconhecimento para o objeto, ("*Nighth and Day é bom mesmo*"), *transfere a gratificação para o objeto*.