

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Faculdade de Educação
Programa de Pós-Graduação em Educação

Lucas Alves Marinho

**DA SUBSUNÇÃO REAL DOS INDIVÍDUOS NO SEU TEMPO LIVRE PELA ATUAL
VANGUARDA DA INDÚSTRIA CULTURAL**

Belo Horizonte
2022

Lucas Alves Marinho

**DA SUBSUNÇÃO REAL DOS INDIVÍDUOS NO SEU TEMPO LIVRE PELA ATUAL
VANGUARDA DA INDÚSTRIA CULTURAL**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Educação.

Orientador: Rodrigo Antônio de Paiva Duarte

Belo Horizonte

2022

M338d Marinho, Lucas Alves, 1983-
T Da subsunção real dos indivíduos no seu tempo livre pela atual
 vanguarda da indústria cultural [manuscrito] / Lucas Alves Marinho. -
 Belo Horizonte, 2022.
 142 f. : enc, il., color.

 Tese -- (Doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais,
 Faculdade de Educação.
 Orientador: Rodrigo Antônio de Paiva Duarte.
 Bibliografia: f. 133-140.
 Anexos: f. 141-142.

 1. Educação -- Teses. 2. Cultura -- Teses. 3. Indústria cultural -
 - Teses. 4. Lazer -- Teses. 5. Antropologia educacional -- Teses.
 I. Título. II. Duarte, Rodrigo Antônio de Paiva, 1957-
 III. Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Educação.

CDD- 370.1960981

Catálogo da fonte: Biblioteca da FaE/UFMG (Setor de referência)

Bibliotecário: Ivanir Fernandes Leandro CRB: MG-002576/O



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
Programa de Pós-Graduação em EDUCAÇÃO - CONHECIMENTO E INCLUSÃO SOCIAL

FOLHA DE APROVAÇÃO

DA SUBSUNÇÃO REAL DOS INDIVÍDUOS NO SEU TEMPO LIVRE PELA ATUAL VANGUARDA DA INDÚSTRIA CULTURAL

LUCAS ALVES MARINHO

Tese submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em EDUCAÇÃO - CONHECIMENTO E INCLUSÃO SOCIAL, como requisito para obtenção do grau de Doutor em EDUCAÇÃO - CONHECIMENTO E INCLUSÃO SOCIAL.

Aprovada em 29 de abril de 2022, pela banca constituída pelos membros:

Prof(a). Rodrigo Antonio de Paiva Duarte - Orientador

UFMG

Prof(a). Rodrigo Moreno Marques

UFMG

Prof(a). Ricardo Miranda Nachmanowicz

UFOP

Prof(a). Cláudia Dias Prioste

Faculdade de Ciências e Letras - Campus Araraquara

Prof(a). Luiz Alberto Oliveira Gonçalves

UFMG

Belo Horizonte, 31 de maio de 2022.

Professora Dra. Rosimar de Fátima Oliveira
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Educação:
Conhecimento e Inclusão Social - FAE/UFMG



Documento assinado eletronicamente por **Rosimar de Fatima Oliveira, Coordenador(a) de curso de pós-graduação**, em 31/05/2022, às 19:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1496816** e o código CRC **7E1736EA**.

À minha filha, Yasmin,
e ao meu filho, Felipe, dedico esta tese.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Rodrigo Duarte, agradeço pela generosa acolhida, num momento de desamparo institucional.

À minha esposa, Juliana, agradeço pela confiança apaixonada, e pelos sacrifícios periódicos – cujos frutos foram os escassos, inestimáveis momentos de solidão, durante os quais, como que às golfadas, escrevi esta tese.

Aos meus filhos, Yasmin e Felipe, agradeço pelo vigor contagiante, e pelas incontáveis oportunidades de mútuo aprendizado. Não fossem eles, esta tese teria sido, certamente, tanto mais extensa quanto menos precisa.

Ao meu irmão, Lenício, sou grato pelos diálogos inspiradores, e pelos incontáveis exemplos de persistência, coragem e sinceridade.

Ao meu pai, Lenício, e à minha mãe, Sueli, agradeço por me haverem cunhado à margem esquerda do rio da vida.

À colega Iza, e à secretária do programa, Joanice, sempre tão solícitas, agradeço por cada uma das tantas ocasiões em que, pacientemente, me conduziram através da selva dos regulamentos e protocolos institucionais.

“... a palavra que se move tateando, experimentando, jogando com a possibilidade do erro... não estar pronto e acabado e saber que não está é o traço característico daquele pensamento e precisamente daquele pensamento com o qual vale a pena morrer.” (Theodor W. Adorno; Max Horkheimer. *Dialética do Esclarecimento*, 1944)

Resumo

Esta tese propõe uma reavaliação das determinações econômicas e ideológicas da clássica teorização adorniana, a respeito da indústria cultural. E, buscando ser fiel à historicidade do fenômeno, assim como o fora Adorno, retoma criticamente e atualiza o potencial crítico dessas determinações clássicas, em diálogo com outras importantes referências. Demonstrando que, em sua atual configuração de vanguarda (ou seja, nas redes sociais móveis), a indústria cultural, além de espalhar-se, alcançando recantos da privacidade e do tempo livre dantes inimagináveis; modificou qualitativamente suas determinações econômicas e ideológicas, estabelecendo um outro modo de relação com os seus consumidores típicos – um outro modo que, comparado àquele dos meios clássicos analisados por Adorno, finalmente *realiza* a subsunção dos indivíduos postos sob a ubíqua influência da indústria cultural, durante o seu tempo livre. Um outro modo de relação que foi se estabelecendo historicamente na medida em que a indústria cultural: apropriava-se de atividades de lazer tradicionalmente realizadas segundo uma temporalidade própria, natural-espontânea; as segmentava e as projetava sobre o fluxo homogêneo, tecnicamente objetivado pela sua maquinaria.

Palavras-chave: Indústria Cultural; Tempo Livre; Subsunção Real.

Abstract

This work proposes a reassessment of the economic and ideological determinations of classical Adornian theorization, regarding the Cultural Industry. And, seeking to be faithful to the historicity of the phenomenon, as Adorno was, it critically resumes and updates the critical potential of these classical determinations, in dialogue with some other important references. Demonstrating that, in its current avant-garde configuration (i. e., in mobile social media), the cultural industry, in addition to spreading, reaching nooks of privacy and spare time previously unimaginable, qualitatively modified its determinations, establishing another way of relationship with its typical consumers – another way that, compared to those of the classical media analyzed by Adorno, finally performs the subsumption of individuals placed under the ubiquitous influence of the cultural industry during their spare time. Another mode of relationship that was historically established insofar as the cultural industry: appropriated leisure activities traditionally carried out according to its own, natural-spontaneous temporality; it segmented them and projected them onto the homogeneous flow, technically objectified by its machinery.

Keywords: Cultural Industry; Spare Time; Real Subsumption.

Sumário

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 11 |
| 2. DO PROCESSO DE AFIRMAÇÃO DA INDEPENDÊNCIA POLÍTICO-ECONÔMICA DA INDÚSTRIA CULTURAL..... | 16 |
| 2.1 O caso clássico da organização político-econômica do rádio e da televisão, nos EUA..... | 16 |
| 2.2 Adorno, Dallas Smythe e o <i>Blindspot Debate</i> : a emancipação do papel de <i>public relations</i> e a determinação da forma-mercadoria da indústria cultural..... | 30 |
| 2.3 Adorno, o <i>Blindspot Debate</i> e a Reorganização Contemporânea da Indústria Cultural..... | 37 |
| 2.4 Produção de Audiência, Administração da Demanda e Administração do Tempo Livre..... | 48 |
| 3. DO SISTEMA DA INDÚSTRIA CULTURAL COMO MAQUINARIA..... | 54 |
| 3.1 Considerações introdutórias..... | 54 |
| 3.2 O relógio mecânico e a maquinaria fabril..... | 55 |
| 3.3 Da Expropriação do Esquematismo Subjetivo pela Indústria Cultural..... | 67 |
| 3.4 Da Formulação Clássica das Determinações Ideológicas da Indústria Cultural por Adorno..... | 69 |
| 3.5 Da Atípica Formulação das Determinações Ideológicas da Indústria Cultural por Adorno, em <i>Radio Physiognomics</i> | 76 |
| 3.6 Adorno, Raymond Williams e os Modos Típicos de Engajamento à Radiodifusão..... | 87 |
| 4. DA SUBSUNÇÃO MATERIAL DO TEMPO LIVRE NA ATUAL VANGUARDA DA INDÚSTRIA CULTURAL..... | 97 |
| 4.1 Da Expressão Subjetiva da Eficácia da Influência da Maquinaria da Indústria Cultural..... | 97 |
| 4.2 Da Subsunção Material do Tempo Livre na Atual Vanguarda da Indústria Cultural..... | 110 |
| 4.3 Da Educação Escolar como Possível Freio de Emergência: a BNCC e a dinâmica integração/decomposição da atenção no currículo e nos suportes didáticos do ensino médio..... | 125 |

| | |
|----------------------------|------------|
| 5. CONCLUSÃO..... | 130 |
| 6. REFERÊNCIAS..... | 132 |
| 7. ANEXOS..... | 140 |

1. INTRODUÇÃO

Esta tese avalia a atualidade da clássica teorização adorniana para compreensão das determinações econômicas e ideológicas da vanguarda hodierna da Indústria Cultural, após a reorganização desta em torno dos *mobile social media*, ou seja, em torno das redes sociais, suportadas prioritariamente por dispositivos móveis conectados à internet.

Na primeira parte do trabalho, nos concentraremos na avaliação das determinações econômicas formuladas por Adorno. Como é sabido, as determinações econômicas da indústria cultural foram articuladas classicamente, pelo autor, em torno de duas teses principais, segundo as quais: i) comparados aos monopólios dos setores mais poderosos da indústria, os monopólios culturais seriam fracos e dependentes; e ii) haveria nestes uma tendencial emancipação e prevalência do desempenho do papel de *public relations*, sobre o interesse mais imediato na realização de lucro pela venda de mercadorias particulares.

Para avaliarmos a correção destas teses adornianas, as confrontaremos com o caso clássico da organização político-econômica do rádio e da televisão nos Estados Unidos da América. Veremos, então, como a organização político-econômica do setor, nos EUA, confundiu-se com a história de sua precoce monopolização pela RCA; a qual, além de já surgir (em 1921) como um poderoso cartel para concentração de toda a base de conhecimento do setor de tecnologia de comunicações, será rapidamente verticalizada e assumirá a sua forma “madura”, independente e monopolista, justamente em razão da veloz hipertrofia e emancipação econômica do seu ramo industrial cultural; na medida em que a centralidade da sua base econômica foi se deslocando, da venda de mercadorias culturais para a venda de publicidade.

Confrontando as teses adornianas e o caso clássico da organização político-econômica do setor da radiodifusão, argumentaremos que, embora tenha compreendido tal deslocamento da base econômica do setor, Adorno restringirá a

sua compreensão a respeito deste deslocamento à sua dimensão ideológica. Assim, apesar de enfatizar a “inteira novidade” do fenômeno (do referido deslocamento da base econômica da indústria cultural), Adorno entenderá que tal emancipação da publicidade, ou do papel de *public relations*, ainda reafirmará a tese da dependência político-econômica da indústria cultural ante os demais setores da indústria, por, segundo o autor, “desobrigar a indústria cultural da realização imediata de lucro”.

Na sequência, submeteremos a teorização adorniana à crítica formulada por Dallas W. Smythe, no seu famoso artigo *Communications: Blindspot of Western Marxism*. A referência a Smythe permitirá corrigir, neste ponto, a tese adorniana, ao explicitar o correspondente caráter político-econômico daquela modificação fundamental observada por Adorno, na relação estabelecida entre o interesse na venda de mercadorias e o desempenho do papel de *public relations*, pela indústria cultural. Por demonstrar que a emancipação e sobreposição histórica do papel de *public relations*, longe de dar-se às custas do interesse na realização imediata de lucro, e de reafirmar a subordinação da indústria cultural aos outros ramos da atividade econômica, representava, na verdade, a afirmação categórica da força e independência da indústria cultural, sob uma sua outra, específica, econômica e ideologicamente mais eficaz forma-mercadoria: *audiência* – produzida ininterruptamente, através do estabelecimento, entre os *mass media* e os seus consumidores típicos, de uma relação de subsunção laboral perfeitamente compreensível em termos ortodoxos.

Essa forma-mercadoria audiência da indústria cultural afirmar-se-á ainda mais explicitamente – conforme demonstraremos, recorrendo a Christian Fuchs –, a partir da atual reorganização da vanguarda da indústria cultural, em torno dos *media sociais*, na web 2.0. No entanto, justamente por seus termos assaz ortodoxos (tanto de Smythe, quanto de Fuchs), o alcance da teoria da forma-mercadoria audiência restará limitado à análise do papel exercido diretamente pelos *mass media* no processo geral de acumulação, seja na esfera da produção (“criação direta de valor e mais-valia”), seja na esfera da circulação de capital (“gestão da demanda”). Para superarmos esta limitação, recorreremos a uma categoria da própria tradição

ortodoxa, a categoria marxiana “trabalhador coletivo”; e demonstraremos que esta categoria oferece elementos suficientes para que – numa síntese, entre a perspectiva da tradição ortodoxa (mais atenta ao processo de subsunção laboral/direta dos indivíduos pela indústria cultural para produção de valor), e aquela adorniana (capaz, por sua vez, de subsidiar um entendimento mais complexo e irrestrito da influência da indústria cultural sobre o *mundo da vida*) –, lancemos as bases para a compreensão das atuais determinações ideológicas da indústria cultural.

Recorreremos, então, à noção de “expropriação do esquematismo subjetivo”, sugerida por Adorno e Horkheimer na *Dialética do Esclarecimento*, a fim de compreender a influência exercida pela indústria cultural sobre os indivíduos, não apenas como uma manipulação ideológica para gestão da demanda, ou para homogeneização de certa interpretação sobre a realidade social, mas através de sua capacidade de modificação da própria forma da percepção subjetiva. Na medida em que a indústria cultural vai constituindo-se, historicamente, como *maquinaria* capaz de imprimir, entre seus meios e dispositivos interconectados e os seus usuários atomizados – através da objetivação da transmissão como *programação* – certo metabolismo padrão, a generalização de certo ritmo (ou temporalidade) *quasi-laboral* sobre o *mundo da vida*. Realizando, portanto, gradativamente – num processo análogo ao observado no estabelecimento da relação entre a maquinaria e os trabalhadores, no interior das fábricas – a subsunção real dos indivíduos também no seu tempo livre.

Para demonstrá-lo, exploraremos uma sugestão de Raymond Williams, quando da sua caracterização da “tecnologia e forma cultural” do meio televisivo, a partir da relação entre a *segmentação* de tipos comunicacionais tradicionais, e sua transmissão sob a pressão de um novo modo de programação objetivado como *fluxo*. Desenvolveremos esta sugestão com o intuito de demonstrar que ela fornece uma valiosa chave para análise do funcionamento, não apenas do meio televisivo, mas de uma série de aparelhos ou maquinarias (tecnologias/formas sociais) administrativas típicas do capitalismo, cuja lógica construtiva – essencialmente

relacionada à necessidade de homogeneização de fluxos naturais-espontâneos, por gradativa segmentação e objetivação tecnicamente regulada – remonta ao relógio mecânico; passando pela maquinaria fabril; para reproduzir-se, finalmente, no modo de objetivação da *programação* de atividades de lazer, tradicionalmente realizadas de modo natural-espontâneo, pela indústria cultural.

No que se refere à indústria cultural, distinguiremos dois modos típicos, ou melhor, duas tendências elementares de objetivação da programação, que acabarão determinando, correspondentemente, dois modos típicos, ou tendências elementares de engajamento subjetivo: um deles, relacionado à permanente excitação da atenção consciente dos consumidores por cada segmento da programação disposta como sequência equilibrada; outro, caracterizado pela imposição de certos elementos do “fundo energético” da linguagem (velocidade, mescla, aleatoriedade, etc.) como elementos organizadores do discurso; progressiva homogeneização e irrelevância dos segmentos daquela sequência equilibrada; intensificação da experiência da programação como fluxo; e estabelecimento de um engajamento mais imediato com o sistema, através da manipulação fetichizada de seus terminais.

Uma vez determinadas essas duas tendências, avaliaremos em que medida elas têm se reafirmado na atual vanguarda do sistema. E concluiremos que, em seu atual modo mais avançado de organização, nos *mobile social media*, a indústria cultural tem intensificado extremamente o segundo modo típico de influência/engajamento; a ponto de – como nos permitirá dizer Christoph Türcke, em conformidade com a sugestão adorniana da “expropriação do esquematismo subjetivo” – *reelementarizar* a sua influência, determinando mesmo fisiologicamente a forma da intuição subjetiva.

O que tem resultado numa resposta ideológica bem-sucedida da indústria cultural à efetiva descentralização radical das possibilidades de produção e transmissão de conteúdo observada após a popularização da web. Visto que, por um lado, isso aprimora a tradicional estratégia ideológica burguesa (negativa) de impedimento da

emergência de interpretações alternativas, contra-hegemônicas, sobre a realidade social – na medida em que a imposição daqueles elementos do fundo energético da linguagem como elementos organizadores do discurso nas redes sociais tem inviabilizado a instituição de qualquer quadro interpretativo razoável sobre a realidade social. Por outro lado, quanto ao lado afirmativo da tradicional estratégia ideológica do capital, tem-se que a programação ora tecnicamente objetivada pelas plataformas das redes sociais se afirma, para além de seu tradicional papel como “porta-voz” ou *public relations*, como um caso particular de objetivação material, ou seja, como um caso particular de reprodução (tecno)*mimética* do metabolismo geral do sistema de trocas.

2. DO PROCESSO DE AFIRMAÇÃO DA INDEPENDÊNCIA POLÍTICO-ECONÔMICA DA INDÚSTRIA CULTURAL

2.1 O caso clássico da organização político-econômica do rádio e da televisão, nos EUA¹

Até o ingresso dos Estados Unidos da América na primeira guerra mundial, em 1917, a atividade de radiodifusão no país esteve restrita às forças armadas; a uma dúzia de instituições de ensino; algumas agências governamentais e empresas privadas (que ainda utilizavam o rádio apenas internamente, para comunicação ponto-a-ponto ou para pesquisa e desenvolvimento técnico); e a uma comunidade de milhares de entusiastas que montavam e operavam seus aparelhos para transmissão ou recepção doméstica, a seu bel prazer. Instituições de ensino e amadores formavam, conjuntamente, a vanguarda da radiodifusão neste período.

Com efeito, o primeiro caso de transmissão regular para o público geral foi um desdobramento de experimentos conduzidos pelo professor Charles Herrold e alguns de seus alunos do *College of Engineering and Wireless*, em 1909, em *San Jose, California*. Do prédio de um banco, Herrold iniciou uma série de transmissões para aparelhos instalados em salas de recepção de hotéis locais. Em pouco tempo, essas transmissões compuseram uma programação regular, semanal – de boletins de notícias; previsões do tempo; e músicas, ocasionalmente captadas ao vivo – programação semanal que logo passou a ser acompanhada por um considerável público de amadores, tendo o seu formato gradativamente replicado em outras regiões. Até que, em 1917, iniciada a guerra, a suspensão das transmissões amadoras pelas forças armadas interrompeu completamente tais iniciativas.

1 Sobre a história da radiodifusão nos Estados Unidos da América, conferir as seguintes referências que, juntas, subsidiaram a redação desta seção: ENGELMAN, Ralph. *Public Radio and Television in America: a political history*. e BARNOW, Erik. *Tube of Plenty – The Evolution of American Television*. MARC, David; THOMPSON, Robert. *Television in the Antenna Age – a concise history*. STERLING, H. Christopher; KITROSS, John Michael. *Stay Tuned – a history of american broadcasting*.

Uma vez terminada a guerra e liberada a retomada da operação não militar dos aparelhos de rádio, houve um aceleradíssimo desenvolvimento do sistema de radiodifusão. Em 1920, aproximadamente 250.000 amadores sintonizavam ou operavam diretamente 15.000 transmissores independentes no país.² Formalmente organizados na influente *American Radio Relay League*, eles haviam resistido com sucesso a uma tentativa de monopólio estatal do setor no imediato pós-guerra, entre 1918 e 1919. Mas não resistiriam à investida monopolista subsequente, vestida em trajes adequados ao “livre mercado”: a criação da *Radio Corporation of America* (RCA).

O monopólio do setor interessava especialmente ao alto comando da marinha norte-americana. Tendo falhado a primeira alternativa, de monopólio estatal, coube ao contra-almirante W. H. G. Builard conduzir as tratativas para o estabelecimento de um monopólio privado que assegurasse o domínio e a capacidade de desenvolvimento nacional da tecnologia de comunicação sem fio. A solução, negociada inicialmente entre Builard e Owen Young, vice-presidente da *General Electric* (GE), levou à imediata aquisição, pela GE, da inglesa *Marconi Wireless Company* (MWC) (principal empresa do setor com sede estrangeira); e à criação, em 1919, da RCA como uma subsidiária para alocação de todas as operações relacionadas à comunicação via rádio da companhia – respeitando-se as seguintes condições: apenas cidadãos norte-americanos ocupariam cargos diretivos; não mais do que 20 por cento das ações pertenceriam a estrangeiros; e o governo indicaria um representante para o conselho diretor da RCA.

Este arranjo inicial, logo mostrou-se insuficiente. Outras três companhias (*AT&T*, *United Fruit* e *Westinghouse*) detinham patentes e realizavam operações relacionadas à comunicação via rádio, sem as quais o pretendido monopólio seria impossível. Então, em 1921, por iniciativa de Owen Young, e sob os auspícios do governo norte americano, um acordo de *joint venture* foi assinado: *AT&T*, *United Fruit* e *Westinghouse* concentraram suas patentes relacionadas à atividade radiofônica na RCA, em troca de participação acionária, fatia do mercado e poder

² ENGELMANN, 1996, p. 14.

decisório correspondentes. Dali em diante, não mais haveria qualquer interferência direta, financeira ou gerencial, do governo sobre a RCA.³

O consórcio evitou que o desenvolvimento tecnológico e comercial do setor fosse atrapalhado pelas constantes batalhas judiciais travadas em torno da propriedade das patentes, e garantiu que cada uma das empresas monopolizasse o desenvolvimento da tecnologia, em suas respectivas bases de conhecimento e operação prioritárias: GE e Westinghouse, na produção de componentes para rádio-receptores; AT&T, nos sistemas de “rádio-telefonía” e na produção de equipamentos transmissores; cabendo à RCA, além do sistema de transmissão internacional de mensagens herdado da divisão norte-americana da MWC, a distribuição e comercialização, sob o seu próprio selo, de aparelhos receptores a serem produzidos para uso doméstico, a partir de componentes produzidos por GE e Westinghouse.⁴

A princípio, esta última atividade contava como a mais irrelevante do consórcio. Até 1921, os modos e a escala de utilização doméstica dos aparelhos de rádio, em quase nada diferiram do que se observara no período anterior à guerra; e poucos visionários apostavam no potencial comercial do rádio para além do seu conhecido público de aficcionados tecnicamente qualificados que montavam os seus próprios equipamentos para transmissão ou recepção.

David Sarnoff, responsável direto por negociar os termos finais do referido acordo de *joint venture*, era um desses visionários. Em 1915, ele encaminhara um memorando ao presidente da MWC, no qual sugeria a produção, em larga escala, de um novo produto: “Radio Music Box for entertainment purposes”. A idéia foi completamente ignorada. Cinco anos depois, em Janeiro de 1920, uma versão aprimorada do memorando foi entregue por Sarnoff a Owen Young, na GE. O projeto foi novamente recebido sem entusiasmo, e protelado, por inconveniente e irrelevante, tendo em

3 Entre 1922 e 1930, a RCA foi formalmente presidida por um militar aposentado, James G. Harbord; esta presidência, no entanto, jamais passou de uma presidência figurativa.

4 CHANDLER, 1990, p. 16.

vista os esforços necessários, naquele momento, para que a GE assumisse e expandisse as operações da rede internacional de comunicação sem fio da recém-adquirida MWC.

Apesar das negativas, a previsão de Sarnoff ia se materializando. Em diversas regiões, a retomada sustentada da atividade de radiodifusão nos padrões observados antes da guerra vinha estabelecendo alguma programação (embora diminuta e irregular para os padrões atuais), e demanda correspondente, por aparelhos receptores domésticos. Novamente, radioamadores foram os principais responsáveis, tanto pela manutenção dessa programação incipiente, quanto pelo atendimento a essa demanda inicial por receptores domésticos para além do seu próprio círculo, montando aparelhos sob encomenda, em pequena escala, para lojas de departamento.

No dia 29 de Setembro de 1920, em *Pittsburgh*, uma loja de departamentos que costumava retransmitir a programação de um radioamador local, Frank Conrad, e oferecer aos interessados “*Amateur Wireless Sets* feitos pelo criador do aparelho que está em operação nesta loja, por apenas \$10”, anunciou o negócio num jornal local. No dia seguinte à publicação, Frank Conrad – destacado engenheiro da *Westinghouse*, que estivera à frente do desenvolvimento de dois modelos compactos de receptores de rádio para uso do exército, durante a guerra – foi chamado pelo vice-presidente da companhia, Harry Davis, que havia lido o anúncio no dia anterior e intuído o potencial comercial dos rádio-receptores no pós-guerra, para o desenvolvimento de um novo projeto: a inauguração de uma estação da própria empresa, a tempo de transmitir o resultado da eleição presidencial daquele ano.

Coube a Conrad colocar em funcionamento um transmissor de 100-watt, no teto do prédio da *Westinghouse*, em *Pittsburgh*; então, no dia 27 de Outubro, a estação comercial KDKA foi devidamente licenciada para a transmissão do evento; e no dia 2 de Novembro de 1920, replicando informações recebidas, por telefone, de jornalistas

do *Pittsburgh Post*, a KDKA estreou a sua programação, transmitindo a eleição de Warren G. Harding para a presidência dos EUA.

O lançamento da KDKA detonou o *boom* comercial do rádio. Entre 1921 e 1927, as estações (licenciadas e com programação regular para o público amplo) em funcionamento foram de 5 a 681, atingindo rapidamente um ponto de saturação que perdurou pelos 15 anos seguintes; e a venda de rádio-receptores foi de \$60 milhões, em 1922, a \$206 milhões, em 1926, chegando a aproximadamente 25% dos lares norte-americanos. A RCA monopolizou o mercado de rádio-receptores quase imediatamente. Em 1922, quando a RCA começou a vender os aparelhos produzidos por *Westinghouse* e GE sob o seu próprio selo, sua receita representou a sexta parte do mercado – *uma quantia correspondente a \$11 milhões, que já tornava o negócio da radiodifusão a principal fonte de receita para a RCA, superando em relevância a atividade de comunicação transoceânica herdada da MWC*⁵. Neste mesmo ano, a companhia concluiu a criação de uma rede nacional de mais de dois mil pontos de venda; e, em 1923, vendeu quase 50% dos aparelhos adquiridos no país – uma receita de \$22,5 milhões.⁶

Além da vantagem de contar, desde o início, com capacidade de produção (embora esta não fosse própria) e distribuição massificadas, a RCA sustentou essa acelerada monopolização do mercado, proibindo que os distribuidores e lojistas para os quais fornecia seus componentes e produtos adquirissem aparelhos de montadores “não autorizados” – em geral, amadores, cuja produção começava a ganhar maior escala. Mais tarde, a partir de 1927, em resposta a pressões antitruste da *Federal Trade Commission*, a RCA modificou sua estratégia inicial, liberando suas patentes para quaisquer interessados na produção de componentes ou na montagem de aparelhos, a uma taxa de 7,5% sobre o valor de cada aparelho vendido. Isto reduziu gradativamente a participação da empresa no mercado de receptores, mas estabeleceu o padrão tecnológico do setor em torno de suas patentes, no longo prazo. Poucas empresas resistiram ao ímpeto monopolizador da RCA: das 648

5 BARNOUW, 1990, p.38.

6 CHANDLER, 2005, p. 17

montadoras de rádio-receptores criadas entre 1921 e 1926, apenas 18 continuavam em funcionamento em 1934.⁷

Apesar da quase imediata monopolização do mercado de receptores domésticos pela RCA, a programação permaneceu consideravelmente diversificada e descentralizada, nesse período inicial:

“In the immediate aftermath of the war, as the popular radio boom gathered momentum, hobbyists and educational broadcasters resumed and expanded their prewar activities... By 1920 there were 15 times more amateur stations than all other types combined. By 1923 radio licenses had been issued to over 70 educational institutions... Noncommercial organizations such as churches and municipalities also acquired radio stations. Even the department stores, newspapers, theaters, banks, and other commercial enterprises that operated radio stations in the early 1920s did so as a sideline for publicity purposes rather than as a profit-making enterprise... Articles in magazines of the period hailed radio as a tool for making the concept of nationhood a reality. At the same time, stations rooted in diverse regions could affirm the nation's cultural diversity. The medium's potential as a resource for education and political discourse was discussed. Magazine articles portrayed radio as a democratizing agent”. (ENGELMAN, 1996, pp. 17-18)

Após o sucesso da KDKA, a *Westinghouse* seguiu inaugurando estações (em *Newark*, WJZ; *Springfield*, WBS; *Chicago*, KYW; *Cleveland*, WHK...); no que foi rapidamente seguida por RCA (*Washington*, WRC; *Jersey City*, WJY...); GE (*Schenectady*, WGY; *San Francisco*, KGO; *Denver*, KOA...) e AT&T (*New York*, WEA; *Washington*, WCAP). No entanto, estas emissoras não alteraram consideravelmente os padrões amadores da programação: em geral, artistas se apresentavam gratuitamente, e os programas eram conduzidos em instalações precárias, por talentos selecionados nos quadros das próprias companhias. Em 1927, a programação de todas as redes comerciais somadas não chegava a 27 horas semanais nos EUA.⁸ E a atividade de radiodifusão não passava de uma *loss-*

⁷ CHANDLER, p. 18.

⁸ STERLING; KITROSS, 2002, p. 844.

*leader*⁹ para RCA, GE, AT&T e *Westinghouse* – limitando-se, portanto, ao estritamente necessário para justificar a venda dos lucrativos rádio-receptores.

Isto porque, até então, i) não havia um modelo de financiamento lucrativo para a manutenção das emissoras ou para a produção de programas (nas primeiras propostas formuladas a respeito, a ideia de veiculação de anúncios publicitários nem era aventada); ii) não era tecnicamente possível a transmissão integrada ou em rede dos programas (impedimento que implicava elevar exponencialmente os custos de qualquer pretendida profissionalização); iii) além disso, a legislação para o setor não estabelecia distinções hierarquizantes para a concessão de licenças (portanto, como vimos, qualquer indivíduo tecnicamente qualificado e dotado de capital relativamente diminuto poderia operar com sucesso sua própria emissora).

Coube à AT&T superar os dois primeiros entraves à massificação comercial do rádio. Em 1922, a companhia estabeleceu sua primeira emissora em *New York* (WEAF) para um antiquado serviço de “radiotelefonia” concebido como “transmissão por pedágio” (*toll broadcasting*): nenhuma programação seria veiculada diretamente pela própria emissora, ela simplesmente disponibilizaria seus meios para que “qualquer um que desejasse entreter ou transmitir algo... viesse, pagasse... e, como quem entrasse em uma cabine telefônica, endereçasse sua mensagem ao mundo e partisse.”¹⁰ Não havendo programação, não houve audiência; não havendo audiência, não houve anunciantes, e a *toll broadcasting* foi um retumbante fracasso nos primeiros seis meses de funcionamento. Mas bastou que, reformulando o seu projeto original, a AT&T começasse a veicular alguma programação na WEAF para que o negócio se tornasse bastante lucrativo.¹¹

9 “... consumer-tech domestic loss leader, a money-losing venture offered as an incentive for the sale of a money-making product. In contemporary terms, the programs broadcast on KDKA constituted a free software bundle designed to make the company’s new line of home desktop “personal” hardware worth buying. (MARC; THOMPSON, 2004, p. 23)

10 BARNOW, 1990, 43.

11 BARNOW, 1985, pp. 15-16.

A solução técnica para o problema de escala, ou seja, para a transmissão de programas radiofônicos em rede, ocorria simultaneamente. Em 1923, após alguns testes e aprimoramentos prévios, a AT&T utilizou a sua já estabelecida (e monopolizada) rede telefônica nacional de longa distância para integrar as transmissões da WEAJ e da recém-criada WCAP, em *Washington*. A subsequente expansão monopolizada dessa infraestrutura e das emissoras vinculadas à sua rede motivou os primeiros movimentos de profissionalização e monopolização da programação pela AT&T, em condições similares às aquelas experimentadas pela RCA no mercado dos rádio-receptores.

“Requests for similar use of telephone lines by other broadcasters were rejected—including those from RCA, GE, and Westinghouse... The rebuffed allies tried to use Western Union and Postal Telegraph lines for the same purpose; but their lines, never intended for voice transmission, proved painfully inadequate. AT&T was clearly in a position to freeze its allies out of an important area of programming... To hasten formation of a large network for the sale of advertising, AT&T now “licensed” selected other stations to become toll stations. For this they had to buy Western Electric transmitters (\$8,500-110,500) and pay AT&T a license fee of \$500 to \$3000. This was widely considered a form of extortion, but the rewards—in advertising revenue and network programming—were persuasive. By 1924 the AT&T schedule represented the aristocracy of broadcasting: the Browning King Orchestra, the Cliquot Club Eskimos, the Gold Dust Twins, the Ipana Troubadours, the A&P Gypsies. The excitement was kept boiling by new achievements: drama experiments by the Eveready Hour; news comments by H. V. Kaltenborn, editor of the Brooklyn Eagle; the opening of Congress, broadcast for the first time in 1923; the sensational, acrimonious Democratic national convention of 1924, which required 103 ballots before choosing John W. Davis as its presidential nominee; and finally, an election-eve broadcast by President Calvin Coolidge over a nationwide AT&T chain of stations...” (BARNOW, 1985, p. 48)

A AT&T justificava a proibição do uso de suas linhas e do seu modelo de negócio pelos demais integrantes do consórcio da RCA, alegando que a atividade de radiodifusão não era senão uma nova modalidade do serviço de telefonia; e que, portanto, conforme a interpretação que os seus representantes faziam do acordo de *joint venture* firmado em 1921, o monopólio da produção de equipamentos para transmissão implicava também o monopólio, para si, da atividade de radiodifusão.

Como RCA, GE e *Westinghouse* obviamente discordavam da interpretação da AT&T para os termos do acordo, um árbitro independente foi contratado para solucionar o imbróglio. Ao final do processo de arbitragem, transcorrido entre 1923 e 1926, o consórcio sofreu uma profunda reorganização: a AT&T, cuja interpretação do acordo foi condenada, viu-se obrigada a abandonar completamente o negócio da programação. Os problemas da realocação das emissoras oriundas da AT&T, e da provável persistência da concorrência fratricida, foram solucionados com a reunião de todas as emissoras estabelecidas (até ali, de forma independente pelas integrantes do consórcio), sob uma nova rede liderada pela RCA (50% de participação desta, contra 30% de GE e 20% de *Westinghouse*): a *National Broadcasting Company* (NBC). Em contrapartida, ficava acordado que a NBC pagaria uma vultuosa quantia anual pelo direito de utilização das linhas da AT&T, indispensáveis para a transmissão integrada.

Em 1928, um ano após a estreia da NBC, a *Federal Radio Commission* (FRC) atualizou a regulamentação nacional para o setor. Desta vez, contrariando a tradição, somente a representação das redes comerciais foi formalmente consultada pela comissão. O último obstáculo relevante à exploração comercial massificada do rádio foi então retirado e, em apenas três anos, duas redes comerciais, NBC e CBS, vieram a concentrar aproximadamente 70% da programação nacional.

“In 1928, the FRC instituted its comprehensive allocation of wavelengths known as General Order No. 40. The FRC devised the allocation plan together with the networks and the National Association of Broadcasters without soliciting input from the ACUBS or other noncommercial broadcasters. Forty of the 90 available channels were assigned to 50,000-watt stations, which had exclusive national use of clear channels. The other 50 channels served the remaining 600 stations that broadcast with low power in different regions on the same frequency or shared airtime on individual stations in the same locale... The FRC's spectrum reallocation plan dramatically strengthened the position of the commercial networks. All but three of the 40 clear-channel stations were owned by or affiliated with NBC or CBS. In the four years following the Radio Act of 1927, the percentage of radio stations affiliated with the two networks jumped from 6% to 30%. It has been estimated that NBC and CBS accounted for nearly 70% of American broadcasting by 1931, when number of hours broadcast and level of power are taken into consideration.” (ENGELMAN, 1996, pp. 22-23)

Foi assim que a superação dos entraves à massificação comercial do setor conduziu à gradativa monopolização, pela RCA – que já monopolizava, à sua maneira, o mercado de rádio-receptores – também do mercado da programação radiofônica, na companhia distanciada da CBS. (A propósito, destaque-se que, entre 1930 e o início da segunda guerra, a rede NBC foi a atividade mais lucrativa e de maior receita da RCA, compensando a gradativa abertura legal das patentes, e a progressiva saturação do mercado de aparelhos receptores).

Uma vez concluído esse processo de “maturação”, a empresa logo emancipou-se do controle de GE e *Westinghouse*, absorvendo as plantas dedicadas à produção de componentes para rádio-receptores e a participação acionária destas empresas na RCA e na NBC; além disso, adquiriu a *Victor Talking Machine Company*, líder mundial no negócio de produção e distribuição de discos e aparelhos fonográficos. Estabelecendo, assim, em 1930, a sua base industrial integrada independente – ou seja, dotada da própria capacidade de pesquisa e desenvolvimento, produção, marketing e distribuição de mercadorias, em pelo menos três setores inter-relacionados.¹² A partir daí, o incremento da força político-econômica desse monopólio industrial cultural foi tão consistente que, já em 1942, quando teve início a Segunda Guerra Mundial, coube à RCA um dos cinco maiores contratos firmados pelo governo dos EUA com empresas privadas para o desenvolvimento de tecnologias para fins militares.

Os projetos realizados durante a guerra criaram as condições para a produção bem-sucedida, no imediato pós-guerra, de um novo equipamento, em cujo desenvolvimento a RCA e um pequeno grupo de concorrentes vinham trabalhando desde a década de 30, sem muito sucesso: a televisão. Logo após o término da segunda guerra, em 1947, a RCA apresentava o seu primeiro modelo de aparelho televisor a ser produzido e distribuído em larga escala – ao que se seguiu uma história muito parecida com o que fora a história da massificação comercial do rádio: i) licenciamento das patentes pela RCA, a uma taxa pré-determinada; ii) gradativa compensação da saturação do mercado de aparelhos pelos crescentes alcance e

¹² CHANDLER, 2005, p. 22.

lucratividade da programação; iii) favorecimento da monopolização dos mercados dos aparelhos e da programação, pelas decisões ou omissões governamentais: além de adotar o modelo tecnológico do aparelho desenvolvido pela RCA como padrão oficial do setor, a FCC ainda congelou, entre 1948 e 1961, a entrada e o alcance efetivo de emissoras concorrentes, permitindo que a RCA limitasse os aparelhos produzidos sob o seu monopólio a um conjunto de apenas 12 canais sintonizáveis, quase todos eles diretamente controlados ou filiados à NBC ou à CBS, inclusive em suas variações regionais.¹³ Não surpreendendo, portanto, que, ao final desse período – quando a programação foi algo mais aberta à concorrência, ampliando-se para 81 o número de canais sintonizáveis nos aparelhos de televisão – as redes NBC, CBS e ABC concentrassem 95% da programação comercial nacional; condição que perdurou, sem alterações significativas, por aproximadamente 30 anos.¹⁴

O modelo de financiamento criado pela AT&T – que estivera no centro da disputa que levou à reorganização da RCA, em 1926 – seguiu sendo o modelo de financiamento adotado pelo rádio e pela televisão comerciais. Como vimos, por este modelo inicial de financiamento, as emissoras vendiam tempo de exibição para a veiculação de programas produzidos segundo os interesses e sob a supervisão direta de patrocinadores individuais (*toll broadcasting*); estando a inserção publicitária, em geral, restrita a um tom de propaganda institucional, ou à mera aposição do nome do patrocinador ao título do programa subsidiado (*trade-name-publicity*).¹⁵ Eric Barnow lembra, a propósito, que

"In the sponsor-controlled hours, the sponsor was king. He decided on programming. If he decided to change programs, network assent was considered pro forma. The sponsor was assumed to hold a "franchise" on his time period or periods. Many programs were

13 Sobre as decisões da FCC que favoreceram a monopolização do setor, cf. especialmente os capítulos 4 e 5 de: MARC, David; THOMPSON, Robert. **Television in the Antenna Age: a concise history**. Blackwell Publishing, 2005.

14 Cf., a respeito da persistente concentração da audiência no período: STERLING; KITROSS, 2002, Tabelas 834-835.

15 BARNOW, 1985, p. 24.

advertising agency creations, designed to fulfill specific sponsor objectives. The director was likely to be an advertising agency staff employee. During dress rehearsal, an official of the sponsoring company was often on hand in the sponsor's booth, prepared to order last-minute changes. In "Radio City"—completed in 1933—every studio had a sponsor's booth.”(BARNOW, 1985, p. 33)

Apesar desta subordinação direta dos programas aos interesses dos monopólios industriais tradicionais observada nas emissoras comerciais, a programação seguia consideravelmente diversificada e descentralizada neste período inicial, entre guerras, marcado pela dominância do rádio; sobretudo em razão da existência de um influente conjunto de emissoras não comerciais. Com efeito, sobre a programação veiculada na década de 20, Engelman observa que:

“In the immediate aftermath of the war, as the popular radio boom gathered momentum, hobbyists and educational broadcasters resumed and expanded their prewar activities... By 1920 there were 15 times more amateur stations than all other types combined. By 1923 radio licenses had been issued to over 70 educational institutions... Noncommercial organizations such as churches and municipalities also acquired radio stations. Even the department stores, newspapers, theaters, banks, and other commercial enterprises that operated radio stations in the early 1920s did so as a sideline for publicity purposes rather than as a profit-making enterprise... Articles in magazines of the period hailed radio as a tool for making the concept of nationhood a reality. At the same time, stations rooted in diverse regions could affirm the nation's cultural diversity. The medium's potential as a resource for education and political discourse was discussed. Magazine articles portrayed radio as a democratizing agent”. (ENGELMAN, 1996, pp. 17-18)

E o mesmo dirá Barnow, a respeito da década seguinte:

“... the American system of broadcasting during 1935-40 was serving a forum function. It was a time of world turmoil and contentiousness, and the system reflected it. At its apex were commercial operations of enormous popularity, successful in merchandising, and supporting the entire system. In their shelter were varied non-commercial ventures, reaching smaller but substantial audiences, and serving diverse interests.” (BARNOW, 1985, p. 36)

A consolidação desse modelo de financiamento que marcou a primeira fase do sistema, centrado nas noções de *toll broadcasting* e *trade-name publicity*, dar-se-ia após o ingresso dos EUA na segunda guerra mundial. As principais empresas

anunciantes, agências de publicidade e redes de radiodifusão do país, instadas a colaborar com o financiamento e veiculação de anúncios de utilidade pública relacionados às necessidades do estado de guerra, formaram um Conselho de Publicidade de Guerra com seus representantes, e sistematizaram a execução da pretendida campanha publicitária, segundo as prioridades estabelecidas pela Secretaria de Informação de Guerra do governo. Terminada a guerra, o Conselho não se desfez; e, rebatizado como Conselho de Publicidade, além de continuar cuidando da execução, passou a definir diretamente as prioridades das campanhas publicitárias do governo, em lugar da agora extinta Secretaria de Informação de Guerra. Foi assim que o setor da publicidade finalmente estabeleceu sua unidade e maturidade funcional.¹⁶

Ao final da segunda guerra, a televisão popularizou-se aceleradamente. Mas, desta vez, patrocinadores e agências de publicidade já haviam estabelecido conjuntamente seu *modus operandi*; e não demorou para que aqueles tímidos limites do modelo de financiamento até então vigente, fossem suplantados na esteira da explosão do mercado de consumo que acompanhava a popularização da televisão e a decadência relativa do rádio.

Analisando as mudanças ocorridas no setor da radiodifusão após 1945, Barnow destaca, sobre os comerciais, que i) estes ficaram “cada vez mais numerosos” e inescrupulosos na interrupção das unidades dos programas; ii) havendo ainda notável mudança no tom dos comerciais, de um costumeiro tom institucional, para peças mais “afiadas, estridentes e competitivas” na sua esfera particular. Além disto, o autor nota uma importante alteração na organização político-econômica do setor: os representantes dos canais de transmissão do sistema foram gradativamente tomando as rédeas da programação, até a definição de grades regulares, no interior das quais os patrocinadores interessados deveriam comprar inserções de aprox. 30 segundos, em momentos pré-determinados – cuja escolha e preço passaram a

16 BARNOW, 1985, p. 42.

variar de acordo com a caracterização técnica, demográfica, do tamanho e do perfil médios da audiência alcançada em cada período da programação.¹⁷

Apesar de destacá-las com acerto, Barnow compreende tais mudanças apenas como um conjunto de fatores afluentes, e não como um conjunto de elementos vinculados por relações, mais ou menos fundamentais, de determinação recíproca num mesmo processo social. Assim, por exemplo, a importante reordenação político-econômica do setor – em torno do gradativo estabelecimento de uma programação regular pelas emissoras, até a generalização desse modelo durante as décadas de 60 e 70 – é entendida pelo autor, por um lado, como resultado da decisão de um indivíduo suficientemente poderoso e incomodado com a excessiva interferência dos patrocinadores sobre a transmissão; e, por outro lado, como reação do setor a uma grave ameaça de descrédito público decorrente da revelação de fraudes em famosos *game shows*.¹⁸ Além disso, ao referir-se à concomitante adoção das informações demográficas pelas emissoras, o autor relaciona tal prática apenas a um espetacular aumento de preço dos *spots* publicitários.¹⁹

Não notando o fundamental: que a programação deixou de ser uma miscelânea e passou a constituir-se como sequência equilibrada e padronizada, definida de maneira independente pelas emissoras, justamente a partir das bases técnicas – quantificação e estratificação demográfica eficazes desta audiência por gênero, idade, períodos diários de exposição ao sistema, etc. – oferecidas pela emergente indústria dedicada diretamente à produção/mercadorização da audiência; pelo que pôde finalmente racionalizar tanto o seu modelo geral de “grade de programação”, quanto a sua política de preços, segundo a variação média registrada na composição da audiência ao longo dos dias e da semana. Não notando, portanto, que a afirmação da independência da vanguarda da indústria cultural ante os poderosos ramos da indústria tradicional nesse período, resultou do gradativo

17 BARNOW, 1985, p. 58.

18 BARNOW, 1985. Cf. especialmente a Parte II, Capítulo 3.

19 BARNOW, 1985. Cf., a respeito, Parte I, cap. 14.

amadurecimento técnico do seu setor dedicado a fornecer os critérios necessários para a mercadorização da audiência (desde o início monopolizado por um mesmo grupo: *Nielsen*) – num histórico “deslocamento da base econômica desse setor, da produção de mercadorias culturais para a sua capacidade publicitária”²⁰; cujas importantes implicações nos levarão, na sequência, ao centro do debate teórico a respeito dos modos e da extensão da influência do sistema da indústria cultural no capitalismo monopolista.

2.2 Adorno, Dallas Smythe e o Blindspot Debate: a emancipação do papel de *public relations*, e a determinação da forma-mercadoria da indústria cultural

Adorno e Horkheimer sustentam, na *Dialética do Esclarecimento* (1944), a conhecida tese da “fraqueza e dependência da indústria cultural ante os setores mais poderosos da indústria”²¹ – tese, de fato, condizente com o que se observava àquela altura; ainda marcada, como vimos, pelo modelo de financiamento do *toll broadcasting*. No entanto, no que seguirá refletindo sobre os elementos constitutivos da indústria cultural no seu processo de conformação ao capitalismo monopolista, Adorno atualizará parcialmente a sua compreensão do fenômeno, ao notar aquela importante modificação histórica ocorrida na relação estabelecida entre a necessidade de venda de mercadorias e a publicidade (ou, como prefere dizer Adorno, o desempenho do papel de *public relations*), no interior da indústria cultural; sem compreender, por outro lado, as suas decisivas implicações econômicas; e persistindo, por isso, na tese da dependência da indústria cultural ante os setores mais poderosos da indústria:

20 SMYTHE, 1977, p. 2.

21 “Se, em nossa época, a tendência social objetiva se encarna nas obscuras intenções subjetivas dos diretores gerais, estão são basicamente as dos setores mais poderosos da indústria: aço, petróleo, eletricidade, química. Comparados a esses, os monopólios culturais são fracos e dependentes. Eles têm de se apressar em dar razão aos verdadeiros donos do poder, para que sua esfera na sociedade de massas – esfera essa que produz um tipo específico de mercadoria que ainda tem muito a ver com o liberalismo bonachão e os intelectuais judeus – não seja submetida a uma série de expurgos. A dependência em que se encontra a mais poderosa sociedade radiofônica em face da indústria elétrica, ou a do cinema relativamente aos bancos, caracteriza a esfera inteira...”. ADORNO; HORKHEIMER, 2006. p. 101.

“Do ponto de vista econômico, eles estavam à procura [os detentores do poder, ao financiarem a indústria cultural] de novas possibilidades de aplicação de capital em países mais desenvolvidos. As antigas possibilidades tornam-se cada vez mais precárias devido a esse mesmo processo de concentração, que por seu turno só torna possível a indústria cultural enquanto instituição poderosa... As produções do espírito no estilo da indústria cultural não são mais ‘também’ mercadorias, mas o são integralmente. Esse deslocamento é tão grande que suscita fenômenos inteiramente novos. Afinal, a indústria cultural não é mais obrigada a visar por toda parte aos interesses de lucro dos quais partiu. Esses objetivaram-se na ideologia da indústria cultural e às vezes se emanciparam da coação de vender as mercadorias culturais que, de qualquer maneira, devem ser absorvidas. A indústria cultural se transforma em ‘public relations’, a saber, a fabricação de um simples assentimento, sem relação com os produtores ou objetos de venda particulares.” (ADORNO, 1978, pp. 93-94)

Neste destacável trecho de *A Indústria Cultural* (1968)²², Adorno distingue entre: um período inicial, em que a indústria cultural, como setor econômico em formação, dependeu diretamente da aplicação de capital dos setores industriais já estabelecidos; e um segundo período, de atual maturidade, em que a indústria cultural, já sistemática e ubiquamente instituída, pôde finalmente liberar-se para desempenhar algo além da mera realização do lucro através da venda dos seus produtos particulares: “a saber, *public relations*, a fabricação de um simples assentimento”.

Esta aparente contrariedade indicaria, em primeiro lugar, o recrudescimento histórico do caráter distintivo do capitalismo monopolista no interior da indústria cultural: uma vez avançada a sua integração, observar-se-ia, também em seu interior, um destacamento do interesse administrativo de longo prazo (“produzir assentimento... [fazer] reclame para o mundo”) ante as pressões concorrenciais imediatas (“visar por toda parte aos interesses do lucro dos quais partiu”). Além das seguintes implicações particulares, especialmente relevantes: i) o efeito da inescrupulosa reprodução da lógica monopolista pela indústria cultural, ou seja, da assunção da forma-mercadoria como cerne da própria produção cultural, tendendo à sua redução

²² ADORNO, Theodor W. **A Indústria Cultural**. Tradução de Amélia Cohn. In: Comunicação e Indústria Cultural, 2ª edição. Companhia Editora Nacional. São Paulo.

a pura e simples “objetivação ideológica dos interesses de lucro do sistema de trocas”, teria permitido, enfim, a generalização daquilo que nos demais ramos da indústria não podia ser alcançado, até ali, senão de maneira assaz parcial e incipiente, quando se buscava, por exemplo, justificar ideologicamente a atividade econômica de determinada instituição, ou o consumo preferencial de determinadas “marcas”; ii) por sua importância funcional, este desempenho estendido do papel de *public relations*, esta capacidade de justificação totalizadora do sistema de trocas, teria se emancipado e determinado uma peculiar relação no interior da indústria cultural: enquanto, nos demais ramos da produção, o interesse administrativo de longo prazo é apenas relativamente independente – seguindo obviamente sempre subordinado à mais imediata e continuada necessidade de realização de lucro, sob pena de falência dos negócios –, na Indústria Cultural, este interesse administrativo de longo prazo teria radicalizado a sua independência, sobrepondo-se em importância à própria necessidade de realização de lucro – de fato, para Adorno, esta “inteira novidade” da emancipação e priorização do papel de *public relations* dava-se às custas de uma relativa “desobrigação da realização imediata de lucro”.

Assim, embora logo tenha notado a primazia político-ideológica do papel de *public relations*, Adorno não compreendeu bem a correspondente afirmação de sua primazia político-econômica no processo histórico de afirmação do poderio independente da indústria cultural; que, longe de dar-se às custas do interesse na realização imediata de lucro, a emancipação do papel de *public relations* veio a ser a afirmação categórica da força e independência da indústria cultural, sob uma sua outra, econômica e ideologicamente mais eficaz forma-mercadoria: *audiência*.²³

23 Como bem observa Christoph Türcke, esse equívoco derivava de uma previsão econômica pouco sustentável de Adorno, segundo a qual, o recrudescimento dos monopólios capitalistas acabariam por suplantar o próprio mercado, e estabeleceriam um “pseudomercado” diretamente dirigido; no qual, em razão da radical interdição da concorrência pelos monopólios, “os comerciais perderiam sua função econômica tradicional em favor de uma função meramente representativa, não serviriam mais à livre concorrência, mas tão somente ‘à exibição do poder industrial’”. (TÜRCKE, p. 36) Daí que, para Adorno, a autonomização da indústria cultural no interior do capitalismo monopolista tendia a dispensá-la da necessidade de produção direta de valor, mantendo-a numa posição de dependência.

Não compreendidas a contento por Adorno, as implicações econômicas ortodoxas desse processo que “deslocará a base econômica da indústria cultural para a sua capacidade publicitária”²⁴, conformarão o principal objeto de análise do canadense Dallas W. Smythe. Na edição outonal de 1977 do *Canadian Journal of Political and Social Theory*, Smythe publicou um artigo que veio a se tornar referência incontornável para os teóricos críticos dos *mass media* e das comunicações – sobretudo (pelas razões que apresentaremos a seguir), após a reorganização mais recente do sistema da indústria cultural, na internet, em torno dos *social media*: *Communications: Blindspot of Western Marxism*.

No seu artigo, Smythe afirma que todos os representantes da tradição marxista, dentre os quais o autor cita nominalmente Adorno, invariavelmente ocupados apenas com “entidades mentais... [tais como] ‘mensagens’, ‘informação’, ‘imagens’, ‘significado’, ‘entretenimento’, ‘orientação’, ‘educação’ e ‘manipulação psicológica’”²⁵, não teriam formulado, até ali, senão teorias idealistas sobre os sistemas de comunicação de massa, centradas na noção de “ideologia” e incapazes de compreender a base material correspondente àqueles processos subjetivos:

... a sort of invisible glue that holds together the capitalist system. This subjective substance, divorced from historical materiality, is similar to such previous concepts as “ether”; that is to say, the proof of its existence is found by such writers to be the necessity for it to exist so that certain other phenomena may be explained. It is thus an idealist, pre-scientific rather than a non-scientific explanation. (SMYTHE, 1977, p. 1)

Smythe propõe, então, inserir o debate sobre os *mass media* numa perspectiva finalmente adequada à sua materialidade histórica, quer dizer: dedicada à determinação conceitual da forma-mercadoria do sistema de comunicação de massa – compreendendo: i) a função econômica geral exercida pelo sistema de comunicação de massa no capitalismo monopolista; e ii) a sua particular forma-mercadoria, ou seja, sua particular capacidade de geração direta de valor e mais-valia.

24 SMYTHE, 1977, p. 2

25 SMYTHE, 1977, p. 2.

A função econômica do sistema de comunicação de massa no capitalismo monopolista é compreendida por Smythe, segundo o quadro estabelecido por Baran e Sweezy, no clássico *Monopoly Capital*²⁶. Neste livro, Baran e Sweezy analisam as características político-econômicas típicas do capitalismo, em sua configuração histórica mais avançada àquela altura, nos Estados Unidos da América. E demonstram que, desde a última fase destacável de seu processo de concentração e internacionalização de capitais, a partir de meados do século XX, a vanguarda do sistema acabou assumindo feição claramente monopolista. Cujo principal traço (considerando-se o propósito deste trabalho), foi o estabelecimento de um tabu sobre a tradicional e excessivamente desestabilizadora prática de competição por rebaixamento de preços; e sua substituição pelo investimento permanente em publicidade, de efeitos mais facilmente administráveis no longo prazo.

Daí, o incremento exponencial do mercado publicitário no período²⁷, atestando a centralidade dessas funções econômicas que o sistema de comunicação de massa passou a exercer, a partir da reconfiguração monopolista do capitalismo. Na medida em que possibilitou a absorção de considerável parte da mais-valia, de forma especialmente útil para a reprodução do sistema, por tornar finalmente

26 BARAN, Paul; SWEEZY, Paul. **Monopoly Capital: an essay on the American Economic and Social Order**. Modern Reader Paperbacks, New York and London: 1968.

27 "A century ago before the wave of concentration and trustification which ushered in the monopolistic phase of capitalism, advertising played very little part in the process of distribution and the influencing of consumer attitudes and habits. Such advertising as did exist was carried on mainly by retailers, and even they did not attempt to promote distinctive brands or labeled articles. The manufacturers themselves had not yet begun to exploit advertising as a means of securing ultimate consumer demand for their products. By the 1890's, however, both the volume and the tone of advertising changed. Expenditures upon advertising in 1890 amounted to \$360 million, some seven times more than in 1876. By 1929, this figure had been multiplied by nearly 10, reaching \$3,426 million. Thus as monopoly capitalism reached maturity... advertising business has grown astronomically, with its expansion and success being continually promoted by the growing monopolization of the economy and by the effectiveness of the media which have been pressed into its service – specially radio, and now above all television. Total spending on advertising media arose to \$10.3 billion in 1957 and amounted to over \$12 billion in 1962. Together with outlays on market research, public relations, commercial design, and similar services carried out by advertising agencies and other specialized firms, the amount now probably exceeds \$20 billion." (BARAN E SWEEZY, 1968, p. 118)

administráveis, dois dos seus pontos críticos: os ritmos do consumo e da inovação: em razão da extraordinária eficácia do subsistema de comunicação de massa para classificar, monitorar, promover a demanda e assegurar o consumo regular das “marcas” anunciadas pelos monopólios; e para calibrar prévia e seguramente, em testes de mercado, as desejáveis interações entre grupos de consumidores-alvo e as próximas gerações de produtos.

Segundo Smythe, essa função geral de administração da demanda é a indispensável “entrada básica para a análise da forma mercadoria das comunicações”²⁸. Nada que já não estivesse presente na primeira seção do texto inaugural da teorização adorniana sobre a indústria cultural (escrito com Horkheimer vinte e dois anos antes da publicação de *Monopoly Capital*) e que qualquer leitura atenta identificaria com a sua definição do “círculo de manipulação e necessidade retroativa”.²⁹ Ocorrendo apenas que, enquanto Adorno refere-se à produção e circulação de mercadorias culturais, Baran e Sweezy referem-se à produção e circulação de mercadorias em geral. O que, obviamente, em nada modifica os termos do problema, visto que Adorno estava a demonstrar justamente a reprodução, na esfera cultural, da lógica do sistema de trocas que já governava a produção, a distribuição e o consumo das mercadorias genéricas, com seus conhecidos corolários: classificação estatística dos consumidores em grupos monitoráveis, correspondentes padronização e inovação controlada dos produtos.

Não parecendo justa, portanto, nisto que concerne à dimensão mais geral do fenômeno, a inclusão de Adorno no rol dos autores “incapazes de compreender o problema em suas determinações econômicas”, por Smythe. E o próprio Smythe provavelmente o reconheceria sem grandes dificuldades; ao que observaria, no entanto, em seguida, que essa adequada entrada básica para a análise da forma-mercadoria das comunicações não foi suficiente para impedir que Adorno, insistindo no equívoco comum a toda a tradição crítica, seguisse compreendendo a peculiar relação estabelecida entre o sistema de comunicação de massa e as suas

²⁸ SMYTHE, 1977, p. 3

²⁹ ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 142.

audiências, fundamentalmente como uma relação de “manipulação psicológica”. Sem identificar, no peculiar processo de geração de valor e mais-valia dessa indústria pela *produção de audiência*, a base material da extraordinária eficácia dos seus efeitos ideológicos:

I submit that the materialist answer to the question... is audiences... The material reality under monopoly capitalism is that all non-sleeping time of most of the population is work time. This work time is devoted to the production of commodities-in-general (both where people get paid for their work and as members of audiences) and in the production and reproduction of labour power (the pay for which is subsumed in their income). Of the off-the-job work time, the largest single block is time of the audiences which is sold to advertisers. It is not sold by workers but by the mass media of communications. Who produces this commodity? The mass media of communications do by the mix of explicit and hidden advertising and “programme” material, the markets for which preoccupy the bourgeois communication theorists. (SMYTHE, 1977, p.3)

Em resumo, segundo Smythe, entre a indústria cultural e os seus consumidores típicos, dar-se-ia uma relação de subsunção laboral, compreensível em termos ortodoxos: i) TV's, estações de rádio, revistas, jornais... estariam ininterruptamente dedicados à produção e venda de uma sua específica mercadoria, composta por audiências demograficamente monitoradas, analisadas e classificadas para posterior negociação no mercado publicitário e geração de valor e mais-valia; ii) o capital mobilizado por essas empresas de comunicação constituiria todo o aparato (maquinário e trabalhadores remunerados pelo sistema da indústria cultural) destinado à manutenção e produção dos ambientes e conteúdos não explicitamente comerciais, utilizados para atrair os indivíduos e mantê-los produzindo valor enquanto consomem a programação, dispendendo tempo e energia não remunerados. Por fim, iii) esses espectadores produtores das mercadorias de audiência executariam o serviço de consumir regular e adequadamente – ou seja, de acordo com as insistentes orientações das mensagens publicitárias, mais ou menos explicitamente veiculadas para o seu perfil – os bens disponíveis para a reprodução da sua força de trabalho³⁰.

³⁰ SMYTHE, 1977, p. 6.

Neste ponto, a censura de Dallas Smythe aplica-se com razão a Adorno – a quem faltou, de fato, como observamos há pouco, a compreensão ortodoxa da mercadorização do desempenho do papel de *public relations* no processo de afirmação político-econômica independente da indústria cultural. E será preciso, portanto, na sequência, referir o diagnóstico adorniano à teoria da *forma-mercadoria audiência*, se quisermos compreender como a indústria cultural pôde sintetizar, historicamente, ao determinar a sua *própria* forma-mercadoria, os elementos da tradicional coerção à venda imediata de produtos e da produção de assentimento, evidenciando tanto o caráter publicitário do primeiro, quanto a primazia político-econômica do segundo – o que, ademais, nos permitirá colocar em bons termos, ou seja, em termos efetivamente dialéticos, aquilo que se costuma compreender como a relação entre as dimensões infraestrutural/material e superestrutural/ideológica do fenômeno.

2.3 Adorno, o Blindspot Debate e a Reorganização Contemporânea da Indústria Cultural

Após o estouro da bolha especulativa criada em torno da primeira geração de empresas “ponto-com”, no ano 2000, a indústria da *internet* precisou reorganizar-se rapidamente.³¹ Na formulação dos seus ideólogos, tratava-se de superar o modelo inicial de oferta de conteúdo, orientado pela noção tradicional de acesso a sítios e páginas, por um novo modelo de *web*, baseado na disponibilização de plataformas amplamente acessíveis para “criação de efeitos de rede”, a partir do consumo e da

31 No que diz respeito à sua organização político-econômica, a “infra-estrutura de informação” da web trilhou caminho, em quase tudo, similar àquele que detalhamos, a respeito da organização político-econômica da radiodifusão. De um início restrito a uso militar, a tecnologia foi logo apropriada para uso acadêmico e amador, evidenciando, então, um grande potencial democratizante (entre o início da década de 60 e o fim da década de 80); para, uma vez estabelecidas as condições técnicas necessárias para a sua iminente popularização (a partir do início da década de 90), ver-se rapidamente regulada por determinações governamentais nacionais e transnacionais, elaboradas em consonância com os interesses das maiores indústrias do setor – algumas emergentes, como a *Microsoft*; outras tradicionalmente ligadas aos setores de comunicações (*AT&T*) e de informação (*IBM*) –, formalmente organizadas na *Internet Society* (1992). A respeito deste processo, cf. o excelente: *Estado, Mercado e Redes Transnacionais na Constituição da Sociedade da Informação*. BEMFICA, Juliana do Couto. Belo Horizonte, UFMG, 2002. Tese de Doutorado.

produção de conteúdo, a serem realizados, ininterruptamente, pela própria comunidade de usuários:

“Web 2.0 is the network as platform, spanning all connected devices; Web 2.0 applications are those that make the most of the intrinsic advantages of that platform: delivering software as a continually-updated service that gets better the more people use it, consuming and remixing data from multiple sources, including individual users, while providing their own data and services in a form that allows remixing by others, creating network effects through an ‘architecture of participation’, and going beyond the page metaphor of Web 1.0 to deliver rich user experiences.” (O’REILLY, 2005 Apud FUCHS, 2017)

Descontado o seu verniz ideológico, essa transição estava a reproduzir claramente, na vanguarda tecnológica da indústria cultural, aquela já referida tendência de alteração da sua principal base econômica, da venda de mercadorias culturais para a publicidade. Isto determinou o consequente estabelecimento, entre os usuários e as duas corporações, cujas plataformas viriam a monopolizar a frequência na “rede 2.0”, de uma relação que acabou conferindo ainda maior concreção à *forma-mercadoria audiência*, e motivou a retomada do *Blindspot Debate* como uma referência fundamental para compreensão do fenômeno.

Dentre os teóricos críticos dedicados à compreensão do modo como as relações de produção se têm determinado, desde então, a partir da utilização intensiva das tecnologias da informação integradas na *web*, o austríaco Christian Fuchs é quem mais coerente e sistematicamente tem desenvolvido os elementos ortodoxos da teoria da *forma-mercadoria audiência* para descrever o processo de geração de valor e mais valia encetado por corporações como *Google* e *Facebook*, na atual vanguarda da indústria cultural:

“Social media corporations invest money (M) for buying capital: technologies (server space, computers, organizational infrastructure, etc.) and labour power (paid employees). These are the constant capital (c) and the variable capital (v1) outlays. The outcome of the production process (P1) is not a commodity that is directly sold, but rather social media services (the specific platforms) that are made available without payment to users.(...) The waged employees, who create social media online environments that are accessed by users, produce part of the surplus value. The users employ the platform for

generating content that they upload (user-generated data). The constant and variable capital invested by social media companies (c, v1) that is objectified in the online environments is the prerequisite for their activities in the production process P2. Their products are user-generated data, personal data and transaction data about their browsing behavior and communication behavior on corporate social media. They invest a certain labour time v2 in this process. (...) Corporate social media sell the users' data commodity to advertising clients at a price that is larger than the invested constant and variable capital. Partly the users and partly the corporations' employees create the surplus value contained in this commodity. The difference is that the users are unpaid and therefore infinitely exploited." (FUCHS, 2017, pp. 134-135.)

Se o papel dos espectadores no processo de produção da mercadoria-audiência pelos meios tradicionais da indústria cultural determinava-se ainda abstrata, passiva ("prestar atenção aos produtos e serviços anunciados") e indiretamente ("para consumi-los adequadamente");³² a radical descentralização da possibilidade de produção e emissão de conteúdo possibilitada pelos *social media* aos seus usuários, para posterior computação estatística e venda de publicidade direcionada – cujo direcionamento torna-se possível justamente através da produção de conteúdo realizada pelos próprios usuários dessas plataformas – explicitou de vez aquela relação de subsunção laboral, dantes polemicamente aventada por Smythe, a propósito da relação estabelecida entre a televisão e os seus espectadores.

Configurando, segundo Fuchs, na atual vanguarda da indústria cultural, um peculiar processo de acumulação de capital, caracterizado pelo seguinte: i) capital constante e capital variável (trabalhadores remunerados), mobilizados não para a produção direta de uma mercadoria; ii) mas para a disponibilização de um serviço gratuito (os *social media*) capaz de hospedar, mediar e computar a ininterrupta atividade de geração de conteúdo de uma multidão de usuários, cuja mercadorização produzirá, esta sim, a parcela mais decisiva do valor e da mais-valia registrados no setor. Ademais, considerando que: *quanto maior o tempo dispendido por determinado(a) usuário(a) nos social media comerciais, maior será a quantidade de dados disponibilizados sobre seus interesses e atividades, e maior será a quantidade de*

32 SMYTHE, 1977, p. 6.

publicidade direcionada a ele(a);³³ ou seja, considerando que este tempo dispendido pelos usuários nas plataformas, além de indispensável para o direcionamento da publicidade, é diretamente proporcional à produção de valor e mais-valia pelas corporações proprietárias dos *social media*; conclui-se que iii) os seus usuários estão a realizar, ininterruptamente, *trabalho produtivo*; submetidos a uma *taxa de exploração infinita*;³⁴ e iv) a um evidente *processo de alienação*:

“Users are ideologically coerced to use commercial platforms in order to be able to engage in communication, sharing and the creation and maintenance of social relations, without which their lives would be less meaningful... companies, not the users, own the platforms and the created profit... users create a data commodity, in which their online work time is objectified, that they do not own this data themselves, but that rather corporate Internet platforms with the help of terms of use and privacy policies acquire ownership of this data.”
(FUCHS, 2012, p. 17.)

Esse esforço de Smythe e Fuchs para representar o papel dos usuários no processo de acumulação de capital dos *social media*, segundo formulações ortodoxas, insistindo na hipótese do estatuto *laboral produtivo* da atividade desses usuários, representa um problema crucial para a tradição crítica; em torno do qual, tem se concentrado o *blindspot debate*. Felizmente, este debate está sobejamente documentado; e as tentativas de refutação do emprego da categoria “trabalho produtivo” pretendido pela teoria da *forma-mercadoria audiência* para designar atividades não remuneradas, realizadas durante momentos de lazer pelos usuários da indústria cultural, têm, basicamente, buscado vincular todo o processo de acumulação de capital característico dos *mass media* à esfera de circulação do capital: i) argumentando que a dinâmica do valor em plataformas como *Google* e *Facebook* pode ser perfeitamente descrita como resultado de *propriedade fundiária* – neste caso, do monopólio sobre o “ambiente virtual” por onde transita a multidão dos usuários da web –, por cujo acesso, e conseqüente redução dos prazos e custos

³³ FUCHS, 2017, p. 137.

³⁴ FUCHS, 2017, p. 136. Esteja claro que isto é dito, aqui, em sentido abstrato, ou seja, para, conforme a fórmula marxiana do cálculo da “taxa de exploração do valor-trabalho”, referir-se matematicamente, à diferença infinita existente entre a remuneração (inexistente) dos usuários e a produção de mais-valia pelas empresas proprietárias dos *social media*.

de circulação do capital, exige-se a redistribuição periódica, entre representantes da própria classe proprietária, de uma parcela da mais-valia total, oriunda da materialização de trabalho não pago; ii) restringindo, portanto, a aplicação do adjetivo “produtivo” ao trabalho realizado pelos *empregados remunerados do setor: engenheiros, pesquisadores, e muitos outros tipos de profissionais que produzem estatísticas, interfaces e algoritmos que tornam possível a constituição da mercadoria audiência*, para os quais iii) o conteúdo registrado pelos usuários seria apenas *matéria-prima* inerte; iv) oriunda de *consumo improdutivo*.³⁵

Enquanto a polêmica mantém-se assim, *em abstrato*, ou seja, limitada à articulação de possíveis inclusões do fenômeno sob o aparato categorial tradicional, a crítica ortodoxa tem sido, de fato, bem-sucedida; mas ao custo de uma determinação apenas indireta daquilo a que o problema objetivamente se refere; e, sobretudo, sem atentar para a notável diferenciação estabelecida historicamente entre os meios/audiências tradicionais e os meios/audiências da atual vanguarda dos *mass media*. Vejamos, em seguida, o que ocorrerá quando o trato do problema extrapolar tal limite ortodoxo e rumar à tentativa de refutação da alegada *produtividade*, através da análise da própria atividade dos usuários dos *social media*:

Um bom exemplo de tentativa de refutação objetiva (ou seja, mais atenta à análise da própria atividade dos usuários dos *social media*) ao pretendido emprego não ortodoxo da categoria *trabalho produtivo* é oferecido pelo artigo de Bolaño e Vieira: *The Political Economy of the Internet: Social Networking Sites and a Reply to Fuchs*.³⁶ Após lembrarem, na primeira seção do texto, o processo de maturação que “modificou inteiramente a lógica econômica da internet quando a publicidade tornou-

35 Uma ótima síntese dos argumentos apresentados pelos adversários da tese da formamercadoria audiência pode ser encontrada em: LEBOWITZ (1986). MARQUES (2018) dedica-se mais detidamente à demonstração da alegada natureza de renda fundiária do valor auferido pelas plataformas; HUWS (2017, especialmente: **Mundo Material: o mito da economia sem peso**. pp. 165-202) critica mais diretamente a relação entre trabalho produtivo e lazer/não assalariamento; BOLAÑO; VIEIRA (2015) esforça-se sobretudo por negar a qualidade “produtiva” da atividade realizada pelos frequentadores típicos das redes sociais, em razão da natureza “inerte” do seu produto.)

36 O artigo mereceu uma tréplica de Christian Fuchs, justamente por representar, nas palavras deste, uma exemplar formulação do problema.

se sua norma padrão³⁷, os autores destacam que, enquanto a produção de mercadoria-audiência por um meio tradicional como a televisão limitava-se à possibilidade de previsão empírica, caso a caso, de *audiências em potencial, genericamente determinadas*; as corporações da internet tornaram-se capazes de produzir uma mercadoria *extremamente segmentada* para venda aos anunciantes; e afirmam que esta diferenciação, observada entre a mercadoria dos meios tradicionais da indústria cultural e dos *social media*, foi determinada pela correspondente modificação de um *modelo passivo*, para um *modelo ativo* de audiência – a qual, devido à capacidade técnica *interativa* do novo meio, *espontaneamente provê informações sobre seus gostos pessoais, preferências, desejos, e caminhos percorridos na web, através dos navegadores*. Esta capacidade interativa dos *social media* é o que teria permitido concentrar e classificar automaticamente uma quantidade muito maior de dados sobre os usuários, *tornando mais fácil o trabalho dos empregados das companhias, por ajudá-los a produzir as estatísticas, interfaces, algoritmos e outros mecanismos que compõem sua mercadoria audiência*; sem, no entanto, alterar qualitativamente o papel exercido pelos usuários, na relação estabelecida entre estes e os meios da indústria cultural. Segundo os autores, este papel seguiria caracterizando-se como uma atividade de *consumo improdutivo*; cujos registros representariam, em conjunto, a *matéria-prima* (por si só, *inerte e sem valor*) sobre a qual o *trabalho produtivo feito pelos empregados remunerados tornará possível a constituição da mercadoria audiência pelos social media*.

Pelo que teríamos, então, historicamente observado: uma modificação qualitativa na organização dos *meios* (não-interatividade/interatividade); modificação correspondente na *mercadoria* produzida (genérica/não-genérica); modificação correspondente no comportamento da *audiência* (passiva/não-passiva); sem, no entanto, uma alteração correspondente na *relação* (não-produtiva/não-produtiva) estabelecida entre meio e audiência no processo de acumulação de capital da indústria cultural!

37 BOLAÑOS, VIEIRA, 2015, p. 52.

Dadas a passividade e não interatividade da tradicional relação meio-audiência, até admitiríamos mais facilmente o acerto da caracterização do papel dos usuários no processo de acumulação de capital do rádio e da televisão, por exemplo, sob a categoria *consumo improdutivo*; mas a insistência nessas categorias para qualificar o papel ora exercido pelos usuários, especialmente pelos usuários mais qualificados ou engajados, no contexto radicalmente modificado dos *social media*, acaba transferindo indevidamente para as plataformas, a mais relevante atividade realizada ali, diretamente, por esses indivíduos, na medida em que estes utilizam o “ambiente virtual”, disponibilizado como trabalho morto pelas corporações: a criação, manutenção e articulação das diversas “comunidades de interesse”, somente através das quais a *matéria-prima* da miríade de dados registrados, tanto por estes usuários mais qualificados, quanto por aqueles menos qualificados, será organicamente engendrada, independentemente, e para além de qualquer possibilidade de previsão classificatória exaustiva; retroalimentando *estatísticas, interfaces, algoritmos, os outros mecanismos que compõem a mercadoria audiência...* e sustentando a sua cada vez mais *extrema segmentação*. Tornando, portanto – e, agora sim, feita a devida restituição aos usuários, digamos em coro com os autores – *tornando, portanto, mais fácil o trabalho dos empregados das companhias, por ajudá-los a produzir*.

Deste modo, no processo de acumulação de capital encetado pelos *social media*, usuários mais qualificados ou engajados; usuários menos qualificados; e empregados remunerados, estariam a reproduzir exatamente aquelas *distinções essenciais do trabalho na fábrica automática* de meados do século XIX, entre: um pessoal numericamente insignificante, encarregado do controle de toda maquinaria e de sua reparação constante (especialmente os engenheiros e programadores remunerados); uma classe intermediária de trabalhadores ocupados efetivamente com as máquinas-ferramentas (usuários mais populares, ocasionalmente remunerados, que criam e mantêm as comunidades que compõem a ambientação da plataforma); e um mais numeroso grupo de operários subordinados aos operadores de máquinas (*feeders*) que apenas alimentam as máquinas com o

material de trabalho (usuários não qualificados).³⁸ Ademais, quanto ao papel desempenhado por estes últimos, a própria referência dos autores à noção de “matéria-prima” para caracterizar os dados permanentemente disponibilizados pelos usuários das plataformas, acaba atestando, contra a sua própria intenção, a qualidade produtiva da atividade destes – pois que, com efeito, segundo Marx, “chamamos de matéria-prima o próprio objeto do trabalho quando este já é, por assim dizer, filtrado por um trabalho anterior... quando este (o objeto do trabalho) já sofreu uma modificação mediada pelo trabalho”.³⁹

Portanto, assim como o trabalho dos empregados remunerados, as atividades realizadas pelos usuários são diretamente responsáveis e indispensáveis para produção de valor e mais-valia pelas corporações proprietárias dos *social media*. E, conforme demonstrado, uma vez analisadas objetivamente, essas atividades justificarão para si, a despeito da ausência de remuneração, a designação *trabalho produtivo*.⁴⁰ Motivando, como resultado mais relevante da polêmica ortodoxa, uma importante atualização desta categoria basilar:

“Marx’s concept of productive labor is complex and also not entirely consistent. In general, he distinguishes between productive labor as (1) any human activity that creates physical or symbolic use-values that satisfy human needs (the human being as productive species-being), (2) human activity that directly contributes to the production of surplus-value and commodities that are sold for accumulating capital, and (3) any work of a collective of human beings (Gesamtarbeiter, collective worker) that contributes to the production of surplus-value and capital.” (FUCHS, 2015, p. 63.)

Bem entendido, embora o próprio autor não o diga, estabelece-se uma relação dialética entre as três definições de “trabalho” aqui elencadas – na qual, a terceira categoria, reivindicada por Fuchs, representa claramente uma síntese das

38 MARX, 2013, p. 492.

39 MARX, 2013, p. 256.

40 A emergente *web 3.0* explicita definitivamente esta relação laboral/produtiva desempenhada pelos usuários da rede, porquanto está fundada, sobretudo, na lógica da remuneração direta dos usuários (que disponibilizam seus recursos computacionais para suportar as *blockchain*) por criptomoedas.

anteriores. Mais do que a legitimidade ortodoxa da noção de *trabalhador coletivo*, defende-se a necessidade de suprassunção daquele entendimento tradicional sobre o *trabalho produtivo*, estritamente vinculado a relações de assalariamento, por uma sua formulação mais *complexa*, que veio a expressar adequadamente o estágio posterior, mais *concreto*, do desenvolvimento das formas de exploração do capital. Isto por que a noção de *trabalhador coletivo* não refere-se, simplesmente, à sabida condição de parcelamento, abstração e estreita interdependência de cada um dos trabalhos imediatos, sob o processo industrial progressivamente automatizado; remete-nos, para além disso, a uma conhecida hipótese registrada por Karl Marx, nos seus *Grundrisse*, a respeito da tendencial subversão da *lei do valor* pelo desenvolvimento histórico das forças produtivas do capitalismo.

Segundo Marx, era previsível que o progresso extremado da objetivação de trabalho vivo pelo capitalismo acabaria, no futuro, causando uma modificação fundamental, que faria tender à insignificância o papel do trabalho imediato na produção de valor; na medida em que o processo industrial, tecnologicamente insuflado, se objetivasse, não apenas numa série exaustiva de processos de produção determinados, mas também a ponto de constituir-se como centro nervoso, automatizado e sistematizado, organizador do próprio processo metabólico estabelecido entre os indivíduos e a natureza inorgânica. Então, o trabalhador se colocaria *ao lado do processo de produção* – executando, quase exclusivamente, funções de supervisão e regulação, *em lugar de ser o seu principal agente* –; enquanto a *sustentação da produção e da riqueza* dar-se-ia, não mais segundo o tempo de trabalho e a intensidade da extração de mais-valia, mas segundo *o nível geral da ciência* aplicada a essa *combinação da atividade social de produção* extremamente

objetivada.⁴¹ Determinando-se, portanto, a potencial subversão histórica da *lei do valor*.⁴²

“Tão logo o trabalho na sua forma imediata deixa de ser a grande fonte de riqueza, o tempo de trabalho deixa, e tem de deixar, de ser a sua medida e, em consequência, o valor de troca deixa de ser [a medida] do valor de uso. O trabalho excedente da massa deixa de ser condição para o desenvolvimento da riqueza geral, assim como o não trabalho dos poucos deixa de ser condição do desenvolvimento das forças gerais do cérebro humano. Com isso, desmorona a produção baseada no valor de troca, e o próprio processo de

41 “A troca de trabalho vivo por trabalho objetivado, i.e., o pôr do trabalho social na forma de oposição entre capital e trabalho assalariado, é o último desenvolvimento da relação de valor e da produção baseada no valor. O seu pressuposto é e continua sendo a massa do tempo de trabalho empregado como o fator decisivo da produção de riqueza. No entanto, à medida que a grande indústria se desenvolve, a criação da riqueza efetiva passa a depender menos do tempo de trabalho e do quantum de trabalho empregado que do poder dos agentes postos em movimento durante o tempo de trabalho, poder que – sua poderosa efetividade –, por sua vez, não tem nenhuma relação com o tempo de trabalho imediato que custa sua produção, mas que depende, ao contrário, do nível geral da ciência e do progresso da tecnologia, ou da aplicação dessa ciência à produção... A riqueza efetiva se manifesta antes – e isso o revela a grande indústria – na tremenda desproporção qualitativa entre o trabalho reduzido à pura abstração e o poder do processo de produção que ele supervisiona. O trabalho não aparece mais tão envolvido no processo de produção quando o ser humano se relaciona ao processo de produção muito mais como supervisor e regulador. (O que vale para a maquinaria, vale igualmente para a combinação da atividade humana e para o desenvolvimento do intercâmbio humano.) Não é mais o trabalhador que interpõe um objeto natural modificado como elo mediador entre o objeto e si mesmo; ao contrário, ele interpõe o processo natural, que ele converte em um processo industrial, como meio entre ele e a natureza inorgânica, da qual se assenhora. Ele se coloca ao lado do processo de produção, em lugar de ser o seu agente principal. Nessa transformação, o que aparece como a grande coluna de sustentação da produção e da riqueza não é nem o trabalho imediato que o próprio ser humano executa nem o tempo que ele trabalha, mas apropriação da sua própria força produtiva geral, sua compreensão e seu domínio da natureza por sua existência como corpo social – em suma, o desenvolvimento do indivíduo social.” (MARX, 2013, p.947.)

42 As referências a esse desdobramento histórico do capitalismo não estão, de forma alguma, restritas aos *Grundrisse*. Esse desdobramento é sugerido, algumas vezes, no *Capital*. Por exemplo, na seção IV do volume I, especialmente dedicada à análise da evolução histórica do trabalho (*cooperação, manufatura e maquinaria*), lê-se, por exemplo, o seguinte (nas páginas 459 e 504, respectivamente): “Como maquinaria, o meio de trabalho adquire um modo de existência material que condiciona a substituição da força humana por forças naturais e da rotina baseada na experiência pela aplicação consciente da ciência natural.” “A figura autonomizada e estranhada que o modo de produção capitalista em geral confere às condições de trabalho e ao produto do trabalho, em contraposição ao trabalhador, desenvolve-se com a maquinaria até converter-se numa antítese completa. Daí que a revolta brutal do trabalhador contra o meio de trabalho irrompa, pela primeira vez, juntamente com a maquinaria.”

produção material imediato é despido da forma da precariedade e contradição.” (MARX, 2013, p.942.)

O que, a depender da persistência das relações de produção: *lançaria o capital pelos ares e criaria tempo disponível para o livre desenvolvimento das individualidades; ou seguiria convertendo esse tempo disponível em trabalho excedente, por todos os meios da arte e da ciência.*⁴³

Dada a persistência das relações de produção capitalistas, esta segunda hipótese acabou, obviamente, se concretizando. Num sentido que, aliás – independentemente de como se avalie a importância dessa polêmica tese registrada nos *Grundrisse*, no conjunto dos escritos de Karl Marx – fez coincidirem, de maneira surpreendente, os termos da hipótese marxiana, com os da posterior expressão adorniana daquilo que viria a caracterizar, essencialmente, segundo este autor, a fase tardia do capitalismo: a administração conjunta – e cada vez mais diretamente determinada, segundo a forma técnica e sistematicamente objetivada pelas forças produtivas – de todas as esferas do processo social, dantes qualitativamente distinguíveis, como esferas de produção material, distribuição e consumo.

“A concepção de que as forças produtivas e as relações de produção formam hoje uma identidade e de que, portanto, se poderia construir a sociedade diretamente a partir das forças produtivas constitui a configuração atual da aparência socialmente necessária. Essa aparência é socialmente necessária porque, de fato, momentos do processo social anteriormente separados, inclusive os seres humanos vivos, são levados a uma espécie de denominador comum. Produção material, distribuição e consumo são administrados conjuntamente. Diluem-se as suas fronteiras que antes ainda separavam essas esferas correlacionadas no interior do processo global e com isso cuidavam do qualitativamente diferenciado.” (ADORNO, 1986 ,p. 7.)

43 “Desse modo, e a despeito dele mesmo, ele [o capital] é instrumento na criação dos meios para o tempo social disponível, na redução do tempo de trabalho de toda a sociedade a um mínimo decrescente e, com isso, na transformação do tempo de todos em tempo livre para seu próprio desenvolvimento. Todavia, sua tendência é sempre, por um lado, de criar tempo disponível, por outro lado, de convertê-lo em trabalho excedente.” MARX, 2013, p. 945.

2.4 Produção de Audiência, Administração da Demanda e Administração do Tempo Livre

No seu minucioso estudo sobre as mudanças ocorridas na utilização do tempo pelos trabalhadores norte-americanos, entre 1850 e 1960, Sebastian de Grazia⁴⁴ confirma empiricamente a referida tendência de conversão do tempo disponível, em trabalho excedente, pelo capitalismo:

“By 1960, the average time spent on the job was about 39.5 hours per week – an apparent reduction in work time of almost 30 hours per week (to which should be added 2.5 hours as a generous estimate of the weekly annual vacations). Capitalist apologists equated this ostensible reduction in work time with a corresponding increase in ‘free’ or ‘leisure’ time. The reality was quite different. Two transformations were being effected by monopoly capitalism in the nature of work, leisure and consumer behavior. On the one hand, huge chunks of worker’s time were being removed from their discretion by the phenomenon of metropolitan sprawl and by the nature of unpaid work which workers were obligated to perform... period travel time to and from the job can be estimated at 8.5 hours per week; ‘moonlight’ employment at a minimum of one hour per week; repair work around the home, at another five hours per week; and men’s work on household chores and shopping at another 2.3 hours per week. A total of 16.8 hours per week of the roughly 32 hours of time supposedly ‘freed’... A further seven hours of the of the 32 hours of ‘freed’ time disappears when the part-time female employment is made in the reported hours-per-week.

The second transformation involves the pressure placed by the system on the remaining hours of the week. If sleeping is estimated at eight hours a day, the remainder of the 168 hours in the week after subtracting sleeping and the unfree work time thus far identified was 42 hours in 1850 and 49 hours in 1960. We do know that certain types of activities were common to both dates: personal care, making love, visiting with relatives and friends, preparing and eating meals, attending union, church and other associative institutions, including saloons. We also know that in 1960 (but not in 1850) there was a vast array of branded consumer goods and services pressed on the workers by advertising, point-of-sale displays, and peer group influence. Attendance at spectator sports and participation in such activities as bowling, camping, and ‘pleasure driving’... all promoted for the sake of equipment sales by the consciousness industry – now take time that was devoted to non-commercial activities in 1850. In-house time must now be devoted to deciding whether or not to buy

44 DE GRAZIA, Sebastian. **Of Time, Work and Leisure**. The Twentieth Century Fund. New York, 1962.

and then to use... and endless proliferation of goods for personal care, household furnishing, clothing, music reproduction equipment, etc. Guiding the worker today in all income and time expenditures are the mass media – through the blend of advertisements and programme content. (DE GRAZIA, 1962, p. 10.)

Ao que devem ser acrescentadas as seguintes informações, sobre o tempo médio semanal de exposição da mesma população aos *mass media*, na década seguinte:

“As against the seven hours per week of apparent ‘non-work’ time gained by the average worker between 1850 and 1960, how much time does he now spend as part of the audience product of mass media – time sold to advertisers?... [in 1970] the average person watched TV for 3.3 hours per day (23 hours per week) on an annual basis, listened to radio for 2.5 hours per day (18 hours per week), and read newspapers and magazines one hour per day (7 hours per week). If we look at the audience product in terms of families rather than individuals, we find that in 1973, advertisers in the U.S. purchased TV audiences for an average of a little more than 43 hours per week. We do not know even approximately how the worker’s exposure to the mass media articulates with the other components in his/her use of ‘free time’.” (SMYTHE, 1977, p. 11.)

Descontadas as fragilidades da aplicação desse tipo de abordagem quantificadora a objeto tão complexo, o cenário esboçado a partir das informações disponibilizadas por De Grazia e Smythe fornece uma medida razoável da tendência à colonização do “tempo livre” pelo capitalismo monopolista, ao revelar empiricamente como as horas alegadamente “liberadas”, em razão da maior eficiência e correspondente redução da jornada semanal de trabalho regular, entre as décadas de 1960 e 1970, foram, na verdade, deslocadas notadamente para: exposição aos *mass media*/produção de audiência; autosserviço ou trabalho de consumo (realização individualizada e não remunerada de atividades laborais antes socializadas e remuneradas); e para a afanada persecução de “níveis” de instrução, beleza, higiene, segurança e conforto perpetuamente dispendiosos⁴⁵.

Considerando esses constrangimentos objetivos do capital sobre o tempo livre, Smythe destacará a centralidade do papel do sistema de comunicação de massa,

45 As análises clássicas desses fenômenos encontram-se, respectivamente, em: GERSHUNY, 1978; e WEBLEN, 1912.

sem cujas *mercadoria* – a audiência, dotada daqueles dois valores de uso: o acesso direto a grupos populacionais de perfil mediano previamente determinável e a consequente criação de demanda regular suficiente para o que quer que seja anunciado – e *maquinaria* – de alcance doméstico quase absoluto e funcionamento instruído e calibrado por técnicas de classificação e monitoramento demográficos progressivamente aprimoradas –, aqueles constrangimentos seguiriam indefinidamente no estágio imaturo do século anterior, diluídos numa série não sistemática de ensaios comerciais de alto risco e influência limitada.

A propósito, numa sugestiva analogia entre as modificações historicamente observadas nos processos de subsunção dos indivíduos pelo capital dentro e fora do trabalho, Smythe dirá que, dada sua capacidade objetiva de constrangimento, a introdução dos *mass media* no espaço doméstico supera *condições até então artesanais de utilização do tempo livre para produção da força de trabalho*; e *inaugura algo que tornar-se-á o principal aspecto da produção capitalista: a alienação dos trabalhadores dos meios de produção e reprodução de si mesmos*⁴⁶ – aproximando-se bastante daquela observação adorniana sobre a tendência à administração conjunta de todas as esferas da vida social, que distinguiria o capitalismo tardio. Além disso – exatamente como o fizemos, a propósito da referida observação adorniana – Smythe lembrará que tal tendência estava explicitada, não apenas como hipótese, mas também como expressão conceitual da inevitável imbricação entre as esferas da produção, da circulação e do consumo, já em importantes passagens da obra marxiana.⁴⁷

46 SMYTHE, 1977, p.7.

47 Smythe refere-se a dois trechos da “introdução geral” suprimida por Marx, quando da publicação da sua *Contribuição à Crítica da Economia Política*, em 1859, “por parecer antecipar resultados”, e posteriormente publicada nos *Grundrisse*:

“O consumo produz a produção duplamente... na medida em que o consumo cria a necessidade de nova produção, é assim o fundamento ideal internamente impulsor da produção, que é o seu pressuposto. O consumo cria o estímulo da produção; cria também o objeto que funciona na produção como determinante da finalidade... Sem necessidade, nenhuma produção. Mas o consumo reproduz a necessidade... A produção não apenas fornece à necessidade um material, mas também uma necessidade ao material. O próprio consumo, quando sai de sua rudeza e imediaticidade originais – e a permanência nessa fase seria ela própria o resultado de uma produção aprisionada na rudeza natural –, é mediado, enquanto impulso, pelo objeto. A necessidade que o

No entanto, apesar da feliz analogia, que sugere tão certamente o caráter qualitativo da modificação representada pelo estabelecimento histórico dos *mass media*, o autor restringirá o significado das suas próprias sugestões à “acomodação do fenômeno da propaganda, da mercadoria de marca e da administração de demanda no capitalismo monopolista”. E responderá (na sessão mais extensa do seu *Blindspot Debate*) à pergunta: “como a *administração da demanda* pelo capitalismo monopolista... relaciona-se com a teoria do valor-trabalho, com o ‘lazer’ e com o ‘tempo livre’?”⁴⁸, justamente reduzindo o problema da *administração do tempo fora do trabalho* a um mero problema de *administração de demanda*. Como se o advento do sistema de comunicação de massa tivesse apenas intensificado as pressões comerciais dos mascates de outrora, diminuindo o seu risco, por tecnicamente analisá-las, aprimorá-las e generalizá-las:

“This is the context in which we may pursue the question, how demand management by means of advertising in monopoly capitalism relates to the labour theory of value, to ‘leisure’ and to ‘free time’. It should now be possible to obtain some clues to the nature of work which workers perform in relation to advertising. If freedom is the act of resisting necessity, what is the nature of the process by which workers react to advertising, and why is it profitable for

consumo sente do objeto é criada pela própria percepção do objeto. O objeto de arte – como qualquer outro produto – cria um público capaz de apreciar a arte e de sentir prazer com a beleza. A produção, por conseguinte, produz não somente um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto. Logo, a produção produz o consumo, na medida em que 1) cria o material para o consumo; 2) determina o modo do consumo; 3) gera como necessidade no consumidor os produtos por ela próprios postos primeiramente como objetos. Produz, assim, o objeto do consumo, o modo do consumo e o impulso do consumo. Da mesma forma, o consumo produz a disposição do produtor, na medida em que o solicita como necessidade que determina a finalidade.” (MARX, 2013, p. 66/1285 – Apud Smythe, 1977, p. 16.)

“Em primeiro lugar, é claro que a troca de atividades e capacidades que ocorre na própria produção faz diretamente parte da produção e a constitui de maneira essencial. Segundo, o mesmo vale para a troca de produtos, na medida em que é meio para a fabricação do produto acabado destinado ao consumo imediato. Nesse sentido, a própria troca é um ato contido na produção. Terceiro, a assim chamada troca realizada por negociantes entre si tanto é totalmente determinada pela produção, no que diz respeito à sua organização, como é ela própria atividade produtiva. A troca só aparece independente ao lado da produção e indiferente em relação a ela no último estágio, no qual o produto é trocado imediatamente para o consumo.” (MARX, 2013, p. 75/1285 – Apud Smythe, 1977, p. 16.)

48 SMYTHE, 1977, p.7.

advertisers to advertise? An advertising theorist, Professor T. N. Levitt, says, 'Customers don't buy things. They buy tools to solve problems.' It appears that the purpose of advertising, from the perspective of the advertising corporation is to establish in the worker's consciousness (1) the existence of a 'problem' facing the worker (acne, security from burglars, sleeplessness), (2) the existence of a class of commodities which will solve that problem, and (3) the motivation to give top priority to purchasing brand X of that class of commodities in order to 'solve' that 'problem'. Given this situation, the realistic process of audience-members' work can be best understood in terms of the ever-increasing number of decisions forced on him/her by 'new' commodities and by their related advertising. Unfortunately, while workers are faced with millions of possible comparative choices among thousands of 'new' commodities, they lack scientifically objective bases on which to evaluate either the 'problem' to be solved by buying the proffered 'tool' or the efficacy of the 'tool' as a solution to the 'problem'. In this situation, they constantly struggle to develop a rational shopping list out of an irrational situation. As Linder puts it, the most important way by which consumers can cope with commodities and advertising is to limit the time spent in thinking about what to buy." (SMYTHE, 1977, p. 12.)

Ocorre que, apesar da arrojada proposição da *forma-mercadoria audiência*, Smythe (e o mesmo se poderá dizer sobre Fuchs) aborda o problema a partir de referenciais ortodoxos o suficiente para restringirem o significado do fenômeno ao papel exercido imediatamente pelos *mass media* no processo geral de acumulação, seja na esfera da produção (“criação direta de valor e mais-valia”), seja na esfera da circulação de capital (“gestão da demanda”); impossibilitando que se leve adiante a sugestão mais avançada contida na categoria marxiana “trabalhador coletivo”, qual seja: ao concretizar-se como um processo de *subsunção laboral produtiva não remunerada*, o sistema industrial cultural é já a expressão de um novo estado de coisas, em que a capacidade de subsunção material dos indivíduos pelo sistema de trocas emancipou-se da necessidade do estabelecimento de relações imediata ou explicitamente laboral-produtivas; estabelecendo-se, mais do que como um processo de acumulação de capital e gerenciamento da demanda, como uma instância de *administração totalizadora do metabolismo da vida social*.

É este papel crucial exercido pela indústria cultural no capitalismo tardio que Adorno se esforça por evidenciar. Compreendendo, no entanto, por seu turno, as profundas implicações desta sua formulação mais avançada do fenômeno como resultado de

um processo marcadamente ideológico de “expropriação do esquematismo subjetivo” dos usuários para a representação insistente e centralizada de um novo *sentido do mundo* pela indústria cultural. E, em geral, não referindo-se ao caráter direto, material, laboral da subsunção dos trabalhadores no seu tempo livre, por algo como o processo produtivo da forma-mercadoria audiência. Ao que acaba reproduzindo, no seu entendimento sobre a influência da indústria cultural, a despeito da sua caracterização do capitalismo tardio, distinção similar àquela observada na abordagem ortodoxa, entre as esferas da produção/consumo produtivo/subsunção direta/laboral; e da circulação/consumo improdutivo/subsunção indireta/ ideológica dos indivíduos pelo capital.

Se quisermos levar adiante a promissora sugestão da analogia existente entre a capacidade do sistema industrial fabril para alienar os indivíduos no tempo de trabalho regular, e a capacidade alcançada *pelos mass media* para determinar, de forma heterônoma, subsumindo também material e sistematicamente a atividade dos indivíduos, durante o seu “tempo livre”, para produção da mercadoria-audiência, será preciso realizar, na sequência, uma síntese dessas duas perspectivas – síntese, sem a qual, restaria apenas parcialmente compreendida a eficácia *administrativa* do espraiamento histórico do sistema de trocas sobre o tempo de não trabalho, através da indústria cultural – demonstrando que, por sua progressiva constituição como *maquinaria*, enquanto veicula uma interpretação homogeneizante da realidade, a indústria cultural é capaz de simultaneamente imprimir, de fato, entre seus meios e dispositivos interconectados e os seus usuários atomizados – através da *programação* que objetiva e das técnicas de produção de audiência, portanto direta e materialmente – certo metabolismo padrão, a generalização de certo ritmo (ou certa temporalidade) *quasi-laboral* sobre o *mundo da vida*.

3. DO SISTEMA DA INDÚSTRIA CULTURAL COMO MAQUINARIA

3.1 Considerações introdutórias

Neste capítulo, faremos referência a um conjunto de mecanismos que desempenharam papéis fundamentais no processo de organização da sociedade capitalista. Interessando-nos, mais do que o desempenho produtivo, o desempenho administrativo dessas soluções tecnicamente objetivadas. Desta forma, pretendemos demonstrar a similaridade ou continuidade existente, por exemplo, entre os mecanismos do relógio mecânico, da maquinaria fabril, do rádio e da televisão – na medida em que todos eles têm se dedicado, *essencialmente*, estejam dentro ou fora das fábricas, à mesmíssima função de *segmentação, para objetivação regulada, de fluxos de atividades realizadas, tradicionalmente, de maneira natural-espontânea*.

Esta relação segmentação-fluxo terá certamente remetido o leitor mais atento à clássica descrição, por Raymond Williams, da tecnologia/forma cultural da televisão. E, com efeito, tratar-se-á, na sequência, basicamente, de dizer que a forma cultural da televisão – desde que submetamos a sugestão de Williams a desenvolvimento suficiente – no fundo, expressa uma forma cultural que se encontra também, como forma básica, em cada um daqueles referidos mecanismos que foram objetivando, tecnicamente, as pressões configuradoras da sociabilidade capitalista, desde os seus primórdios. Sobre os quais, devemos afirmar, logo de saída, contra qualquer odor de determinismo tecnológico, o mesmo que Williams afirmara, a respeito da televisão: o relógio mecânico, a maquinaria fabril, o rádio, a televisão e a internet não foram engendrados pelo *desenvolvimento estritamente interno da tecnologia*, mas desenvolvidos *intencionalmente, como respostas diretas a necessidades, propósitos e práticas sociais conhecidas*.⁴⁹ Estabelecendo, caso a caso, tanto um novo conjunto de condicionamentos heterônomos, quanto um novo conjunto de possibilidades emancipatórias.

49 WILLIAMS, 2016, pp. 27-28

3.2 O relógio mecânico e a maquinaria fabril

Uma luta pela administração por objetivação regulada do tempo, subjaz o desenvolvimento histórico do capitalismo⁵⁰ desde o seu despontar comercial no Ocidente Europeu, no século XII. Quando, nota Jacques Le Goff, a difusão gradativa de *estatutos corporativos e de uma série de documentos comerciais, de contabilidade, relações de viagens, e letras de câmbio... indica que a justa medição do tempo interessa, cada vez mais, ao bom andamento dos negócios*, sob a influência de mercadores e artífices articulados no que rapidamente comporá uma rede de zonas urbanas.⁵¹

No entanto, até o século XIV, esses esforços iniciais de regulação do tempo não produzirão senão uma única alteração perceptível:

“Uma só evolução talvez se deu, e que foi pouco notada... evolui um elemento da cronologia diurna: ‘none’, primeiro situada por volta das nossas atuais duas horas da tarde, avança lentamente até fixar-se mais ou menos no meio-dia... “None” é também a pausa do trabalhador na oficina urbana submetida ao tempo clerical dos sinos... aqui podemos imaginar uma pressão... pela deslocação da ‘none’, na importante criação de uma subdivisão do tempo de trabalho; o meio-dia, que irá reforçar-se no século XIV.” (LE GOFF, 1980, p.63.)

De resto,

“No Ocidente Medieval, a unidade de tempo de trabalho é o dia, de início o dia do trabalho rural que encontramos na terminologia metrológica – o ‘diário’ de terra – e, à sua imagem, dia de trabalho urbano, definido pela referência mutável ao tempo natural, do ‘levantar ao pôr do sol’(...) Resumindo: o tempo do trabalho é o tempo de uma economia ainda dominada pelos ritmos agrários, sem pressas, sem preocupações de exatidão, sem inquietações de produtividade – e o de uma sociedade à sua imagem, ‘sóbria’ e ‘pudica’, sem grandes apetites, pouco exigente, pouco capaz de esforços quantitativos.” (LE GOFF, 1980, pp. 62-63.)

50 Lukács, em *História e Consciência de Classe*, sobre a mensuração abstrata do tempo de trabalho como fundamento da mercadorização do trabalho e, conseqüentemente, da consolidação do capitalismo.

51 LE GOFF, 1988, p. 52.

É a partir do segundo terço do século XIV, que o conjunto de pressões da burguesia nascente para regulação do tempo começa a apresentar alguma efetividade nas zonas urbanas dedicadas à produção têxtil⁵² – impulsionada por uma decisiva aquisição tecnológica: o relógio mecânico (voltaremos a ele, em breve).

Vê-se, então, algum avanço na regulação do tempo: restrito, basicamente, a determinar com maior precisão os momentos de início e fim da jornada de trabalho, além da devida pausa para refeição. E pouca coisa mudará nos quatro séculos seguintes. Com efeito, analisando o caso clássico do desenvolvimento da indústria têxtil na Inglaterra, Marx observa que, apesar do relativo avanço na regulamentação da extensão da jornada de trabalho, durante o longo período compreendido entre os séculos XIV e XVIII, o controle das atividades realizadas no interior das fábricas seguiu sendo diretamente exercido pelos trabalhadores, visto que *a habilidade artesanal permaneceu a base da manufatura*.⁵³

Entrementes, a divisão do trabalho avançava, sobretudo na vanguarda do novo sistema, ou seja, nas oficinas dedicadas à produção dos novos instrumentos de trabalho – instrumentos que já começavam a se articular, de forma *sincronizada*, em aparelhos mecânicos mais complexos. Até que, finalmente, a partir do último terço

52 “O meio monástico... foi o grande mestre do ‘emprego do tempo’. (...) Todavia, o [seu] sino de trabalho, impulsionado sem dúvida por cordas, quer dizer à mão, não apresenta qualquer inovação técnica. Ora, o progresso decisivo para marcar as ‘horas certas’ é, evidentemente, a invenção e a difusão do relógio mecânico, do sistema de espape que dá enfim a hora em sentido matemático, a vigésima quarta parte do dia. Não há dúvida que foi o século XIV que franqueou esta etapa essencial. O princípio da invenção está adquirido em finais do século XIII, mas só no segundo quartel do século XIV se assiste à sua aplicação nesses relógios urbanos, cuja área geográfica é bem a das grandes zonas urbanas: Itália do norte, Catalunha, França setentrional, Inglaterra meridional, Flandres, Alemanha – e uma pesquisa mais profunda permitir-nos-ia talvez apercebermo-nos que as regiões da indústria têxtil em crise e a área de difusão dos relógios mecânicos se sobrepõem.” (LE GOFF, 1980, p.69)

53 “Ainda durante a maior parte do século XVIII, até a época da grande indústria, o capital na Inglaterra não havia logrado apossar-se da semana inteira do trabalhador – com exceção dos trabalhadores agrícolas – por meio do pagamento do valor semanal da força de trabalho. O fato de que conseguiam viver uma semana inteira com o salário de 4 dias não parecia aos trabalhadores uma razão suficiente para que ainda trabalhassem mais dois dias para os capitalistas.” (MARX, 2013, 346)

do século XVIII, a generalização do uso deste *esqueleto independente*⁵⁴ da maquinaria nos principais ramos da indústria, modificou qualitativamente o estado de coisas tradicional. Concretizando um longo processo que, desde o alvorecer do capitalismo comercial, vinha gradativamente sujeitando o tempo *natural-espontâneo* do trabalho medieval, ao tempo abstrato, regular, homogêneo, promovido pelo espírito do capitalismo.

Conforme demonstraremos na sequência, de um ponto de vista técnico-administrativo, esse gradativo processo de suprassunção da forma da atividade laboral pré-capitalista (*natural-espontânea*) – desde a *cooperação simples*, passando pela *cooperação por divisão do trabalho na manufatura*, até a generalização do uso da *maquinaria* pela *grande indústria*, conforme à descrição marxiana – deu-se pela gradativa introdução, ora no interior das fábricas, da mesma solução que, objetivada no relógio mecânico, permitira modificar consideravelmente a forma de regulação tradicional (*natural-espontânea*) do tempo, a partir do segundo terço do século XIV.

Com efeito, a analogia entre o relógio mecânico e o mecanismo básico da maquinaria, no que esta tem de mais superficial, é até bastante óbvia:

“Toda maquinaria desenvolvida consiste em três partes essencialmente distintas: a máquina motriz, o mecanismo de transmissão e, por fim, a máquina-ferramenta ou máquina de trabalho. A máquina motriz atua como força motora do mecanismo inteiro. Ela gera sua própria força motora, como a máquina vapor, a máquina calórica, a máquina eletromagnética etc., ou recebe o impulso de uma força natural já existente e externa a ela, como a roda d’água o recebe da queda d’água, as pás do moinho, do vento etc. O mecanismo de transmissão, composto de volantes, eixos, rodas dentadas, polias, hastes, cabos, correias, mancais e engrenagens dos mais variados tipos, regula o movimento, modifica sua forma onde é necessário – por exemplo, de perpendicular em circular – e o distribui e transmite à máquina-ferramenta.” (MARX, 2013, p. 447.)

54 MARX, 2013, p. 442.

Poder-se-ia descrever o relógio mecânico exatamente como se descreveu, acima, o mecanismo básico das suas descendentes diretas: o relógio mecânico consiste em três partes essencialmente distintas: i) a *máquina motriz* gera a sua própria força, pela queda do peso de um dispositivo oscilatório, o pêndulo, ou recebe o impulso de uma força natural já existente e externa a ela, como um fluxo d'água; ii) o *mecanismo de transmissão (escapamento)*, composto de rodas dentadas e pinhões, regula o movimento, modifica a sua forma onde é necessário – de pendular em circular – e o distribui e transmite à iii) *máquina-ferramenta*, o ponteiro do relógio. Nesta última parte, encontramos a única diferença relevante entre os dois mecanismos: enquanto a máquina-ferramenta do relógio mecânico dedica-se exclusivamente a objetivar uma mensuração regular do tempo; a máquina-ferramenta que compõe a maquinaria fabril, além de objetivar um tempo regulado, ou seja, além de executar esta *função essencial* do relógio mecânico, objetiva, segundo a sua constituição particular, e como *função accidental*, a execução de determinadas tarefas produtivas: o bater de martelos, o girar de fusos, etc.

Considerando que o que nos interessa é compreender a eficácia administrativa desses mecanismos, para subsunção material do tempo de trabalho, sublinhemos, então, que o que representa *essencialmente* a generalização do uso da maquinaria pelo capital é a progressiva apropriação do tempo do trabalho *natural-espontâneo* pelo tempo maquinal do relógio – apropriação devidamente diversificada, conforme o tipo de ponteiros/máquinas-ferramentas herdadas de cada setor da produção.

Se, quanto à finalidade produtiva, para acumulação de capital, Marx tem razão ao dizer, referindo-se às partes da *máquina-motriz* e do *mecanismo de transmissão*, que:

“Ambas as partes do mecanismo só existem para transmitir o movimento à máquina-ferramenta, por meio do qual ela se apodera do objeto de trabalho e o modifica conforme a uma finalidade. É dessa parte da maquinaria, a máquina-ferramenta, que nasce a revolução industrial no século XVIII.” (MARX, 2013, p. 447.)

Quanto à finalidade administrativa do mecanismo, para constituição de um trabalhador coletivo, o que há de *essencial*, tanto no relógio mecânico, quanto na maquinaria, é a afirmação da prioridade do *mecanismo de transmissão*, responsável por, como o próprio Marx destaca, *regular o movimento*.⁵⁵ Ou seja, por executar (essencialmente) a tradução objetiva de um tempo regulado, num movimento laboral *coletivamente* regulado.

Aliás, apesar da afirmação sobre a prioridade revolucionária da máquina-ferramenta, a própria análise marxiana das etapas que materializaram a subsunção do trabalho até a introdução da maquinaria no processo de produção capitalista – *cooperação simples; manufatura e maquinaria* – elaborar-se-á, fundamentalmente, em torno de uma relação entre a *segmentação*, e o correspondente domínio e objetivação regulada do *fluxo natural-espontâneo* do trabalho. Corroborando, portanto, através da sua própria ênfase narrativa, a tese da centralidade do desempenho administrativo do capital e da maquinaria para constituição de uma força de trabalho social, como veremos na sequência.

Cooperação Simples

Karl Marx caracteriza a forma de trabalho da *cooperação simples*, no *ponto de partida histórico e conceitual da produção capitalista*, como uma mera intensificação quantitativa do fluxo natural-espontâneo do trabalho de indivíduos antes isolados e autônomos, pelo emprego de *um número consideravelmente maior de trabalhadores, uns ao lado dos outros e em conjunto, no mesmo campo de trabalho*.⁵⁶ Neste primeiro estágio de sua constituição histórica, a força social do trabalho manifesta-se de forma bruta, não como *aumento da força produtiva individual* [segmentação reguladora] *por meio da cooperação, mas como criação de uma força produtiva que tem, por si mesma, uma força de massas... uma nova*

55 “O mecanismo de transmissão... regula o movimento, modifica sua forma onde é necessário – por exemplo, de perpendicular em circular – e o distribui e transmite à máquina ferramenta.” MARX, 2013, 447.

56 MARX, 2013, p. 400.

potência que surge da fusão de muitas forças numa força conjunta [fluxo natural-espontâneo].⁵⁷ E, mesmo na eventual realização de trabalhos relativamente complexos, o que ocorre neste estágio da cooperação simples é, novamente, uma *reunião* exterior de diferentes fluxos complementares de trabalho, no interior dos quais os indivíduos permanecem executando simultânea e conjuntamente a(s) mesma(s) tarefa(s); constituindo-se, cada um desses fluxos, portanto, não como uma série de partes discretas, mas como um “aglomerado de partes contínuas de uma ação conjunta”.

“Por exemplo, quando pedreiros formam uma fila de mãos para levar tijolos da base até o alto do andaime, cada um deles realiza a mesma tarefa, mas as ações individuais constituem partes contínuas de uma ação conjunta, fases particulares que cada tijolo tem de percorrer no processo de trabalho e mediante as quais, por exemplo, as 24 mãos do trabalhador coletivo o transportam com mais rapidez do que o fariam as duas mãos de cada trabalhador individual que tivesse de subir e descer do andaime... Por outro lado, uma combinação de trabalho ocorre quando, por exemplo, uma construção é executada simultaneamente por diferentes lados, embora também nesse caso os trabalhadores que cooperam realizem tarefas iguais ou da mesma espécie.” (MARX, 2013, p. 402.)

A contraparte reguladora ou segmentadora que surge nesse estágio inicial de organização da força de trabalho social pelo capital, sob a pressão do fluxo laboral natural-espontâneo potencializado, é a mais incipiente possível; análoga àquela função de facilitação do impulso natural da força-motriz desempenhada pelos mecanismos de transmissão nos relógios d'água:

“Essa função diretiva [que] torna-se função do capital assim que o trabalho a ele submetido se torna cooperativo... [estabelecer] a harmonia entre as atividades individuais e cumprir as funções gerais que resultam do movimento do corpo produtivo total em contraste com o movimento de seus órgãos autônomos.” (MARX, 2013, p. 406.)

Tal função diretiva não é capaz de produzir qualquer intervenção efetiva no processo natural-espontâneo de trabalho. Ao invés de *segmentar*, cabe a ela reunir, harmonizar ou *pro-mover*, entre as “atividades individuais de seus órgão

⁵⁷ MARX, 2013, p. 401.

autônomos”, e, de certa forma, contra a sua própria tendência analítica e reguladora, o cumprimento daquilo que, de todo modo, “resulta do movimento do próprio corpo produtivo total”. Na *cooperação simples*, a função reguladora é, de fato, tão frágil, que, mesmo a determinação de uma “força de trabalho média” (algo tão básico, de um ponto de vista administrativo) não pode ser tecnicamente determinada neste estágio; antes resultando, por um lado, da inevitável correção dos “desvios” individuais de produtividade, levada a cabo pelo próprio fluxo natural-espontâneo do trabalho social; e, por outro lado, da coerção externa da concorrência.

Manufatura

Entre os séculos XVI e XVIII, a manufatura estabelece-se como forma característica da produção capitalista, justamente na medida em que vai segmentando aquele fluxo natural-espontâneo do trabalho, organizado segundo o modo da *cooperação simples*:

“Por um lado, ela [a manufatura] parte da combinação de ofícios autônomos e diversos, que são privados de sua autonomia e unilateralizados até o ponto em que passam a constituir meras operações parciais e mutuamente complementares no processo de produção de uma única e mesma mercadoria. Por outro lado, ela parte da cooperação de artesãos do mesmo tipo, decompõe o mesmo ofício individual em suas diversas operações particulares, isolando-as e autonomizando-as até que cada uma delas se torne uma função exclusiva de um trabalhador específico. Por um lado, portanto, a manufatura introduz a divisão do trabalho num processo de produção, ou desenvolve a divisão do trabalho já existente; por outro, ela combina ofícios que até então eram separados.” (MARX, 2013, p. 413.)

Fluxo e segmentação não representam oposições abstratas, mas partes contrárias, em vias de sintetização, de um mesmo processo material. Assim, mesmo sob a forma da *cooperação simples* – que, como vimos, caracterizava-se pela reunião de massas de trabalhadores para realização conjunta de todas as etapas de um mesmo processo laboral – cada trabalhador autônomo determinava, a seu modo, tanto as condições da execução de cada *processo parcial*, quanto as condições de *articulação* das partes constitutivas da sua atividade, no tempo e no espaço; ao que

inevitavelmente sugeriria, sem, no entanto, delimitá-la clara e regularmente, certa decomposição (*natural-espontânea*) da amplitude e complexidade (também *natural-espontânea*) do seu trabalho artesanal.

O que faz, então, o capital, neste estágio intermediário do seu esforço de regulação do trabalho social representado pela manufatura é, por um lado, tender, segundo as indicações natural-espontâneas da própria atividade artesanal, à redução de todas as manifestações dessa dimensão horizontal, de articulação, na qual fundava-se, especialmente, a amplitude e determinação autônoma do ritmo de execução do trabalho artesanal; buscando restringir progressivamente a mobilidade de cada trabalhador individual, *na passagem ou na transmissão de uma operação para outra.*⁵⁸ Por outro lado (o que, no fundo, é dizer o mesmo de maneira positiva), o capital manufatureiro tenderá à intensificação da segmentação de cada um daqueles momentos mais ou menos confusamente sugeridos pela decomposição do trabalho artesanal, *até que o trabalhador detalhista e seu instrumento de trabalho especializado, devidamente segmentados, formem os elementos simples da manufatura.*⁵⁹

“A diferenciação dos instrumentos de trabalho, por meio da qual instrumentos de mesmo tipo assumem formas particulares e fixas para cada aplicação útil particular, e sua especialização, que faz com que cada um desses instrumentos especiais só funcione em toda plenitude nas mãos de trabalhadores parciais específicos, caracterizam a manufatura... Com isso, ela cria, ao mesmo tempo, uma das condições materiais da maquinaria, que consiste na combinação de instrumentos simples.” (MARX, 2013, p. 416.)

Justamente por delimitar com maior acurácia os diversos segmentos do fluxo natural-espontâneo do trabalho social, o capital manufatureiro soube regulá-lo e intensificá-lo sobremaneira, incrementando a capacidade de *articulá-lo, quantitativa*

58 “Um artesão que executa sucessivamente os diversos processos parciais da produção de um artigo é obrigado a mudar ora de lugar, ora de instrumentos. A passagem de uma operação para outra... [forma], em certa medida, poros na sua jornada de trabalho. Tais poros se fecham assim que ele passa a executar continuamente uma única e mesma tarefa.” (MARX, 2013, p. 415)

59 MARX, 2013, p. 416.

e qualitativamente, segundo os seus interesses (do capital), nos diversos processos sociais de produção. No entanto, como essa segmentação deu-se às custas da interdição do momento articulador do fluxo natural-espontâneo do trabalhador coletivo, a manufatura sofrerá progressivamente – uma vez que *a maquinaria específica do período permanece sendo o próprio trabalhador coletivo*⁶⁰ – o problema do excessivo isolamento entre os diferentes estágios da produção.

Em linhas gerais, portanto, a manufatura, enquanto *cria uma das condições materiais da maquinaria, ao reproduzir e levar ao extremo a diferenciação natural-espontânea dos ofícios e dos seus respectivos instrumentos de trabalho*⁶¹ que, mais tarde, se acoplarão à máquina-ferramenta; esbarra, progressivamente (e exatamente na medida em que a segmentação é bem sucedida na simplificação, no isolamento e aceleração produtiva das unidades especializadas) em limitações técnicas relacionadas ao âmbito da *combinação* desses ofícios/instrumentos simples, da necessidade de articulação permanente entre as diversas operações segmentadas da manufatura, para além de sua mera aproximação espacial – esbarra em limitações relacionadas, portanto, ao âmbito daquilo que, na maquinaria da grande indústria, constituirá seu *mecanismo de transmissão*.⁶²

“Ao combinar ofícios originalmente dispersos, tal manufatura reduz a separação espacial entre as fases particulares de produção do artigo. O tempo de sua passagem de um estágio para outro é reduzido,

60 MARX, 2013, p. 423.

61 MARX, 2013, p. 414.

62 Além dessa limitação técnica, Marx destaca também uma importante limitação política (mais diretamente relacionada à pretendida intensificação da segmentação da atividade laboral) oriunda da resistência dos trabalhadores qualificados ao emprego indiscriminado de trabalhadores desqualificados: “Durante o período manufatureiro... a plena realização de suas tendências próprias se chocou com vários tipos de obstáculos. Embora, como vimos, ela tenha criado, ao lado do encadeamento hierárquico dos trabalhadores, uma divisão simples entre trabalhadores qualificados e não qualificados, a quantidade destes últimos permaneceu muito restrita em razão da influência predominante dos primeiros. Mesmo ajustando as operações específicas aos diversos graus de maturidade, força e desenvolvimento dos seus órgãos vivos de trabalho – e assim induzindo à exploração produtiva de mulheres e crianças – essa tendência fracassou, no geral, em consequência dos hábitos e da resistência dos trabalhadores masculinos.” (MARX, 2013, p. 441.)

assim como o trabalho que medeia essa passagem. Em comparação com o artesanato obtém-se, com isso, um acréscimo de força produtiva, sendo tal acréscimo derivado, na verdade, do caráter cooperativo geral da manufatura. Por outro lado, seu princípio peculiar da divisão de trabalho provoca um isolamento das diferentes fases de produção, que, como diversos outros trabalhos parciais artesanais, se autonomizam mutuamente. Estabelecer e manter a conexão entre as funções isoladas exige o transporte constante do artigo de uma mão para outra e de um processo para outro. Do ponto de vista da grande indústria, isso se revela uma limitação característica, dispendiosa e imanente ao princípio da manufatura.

(...) Não obstante algumas vantagens oferecidas pela [forma superior da] manufatura combinada, ela jamais chega a adquirir uma verdadeira unidade técnica sobre o seu próprio fundamento. Tal unidade só ocorre com sua transformação em indústria mecanizada.” (MARX, 2013, pp. 418-422.)

Maquinaria e Grande Indústria

A introdução generalizada da maquinaria na grande indústria, finalmente suprassume a base subjetiva, natural-espontânea do artesanato; e o faz objetivando a divisão do processo de trabalho (em etapas, funções e ferramentas parciais correspondentes) já estabelecida na manufatura. Por isto, quanto à terceira parte do seu revolucionário mecanismo, o advento da maquinaria fabril não representará senão uma diferenciação de grau, segundo Marx: suas ferramentas, livres dos limites do corpo do trabalhador, além de produzirem muito mais veloz e uniformemente, podem ser construídas para a realização de trabalho em “dimensão ciclópica”;⁶³ sem, no entanto, modificar-se consideravelmente sua própria forma, ou o conjunto básico de suas aplicações originais; sendo (as ferramentas), quase sempre, afixadas apenas posteriormente no corpo da máquina de trabalho.

“Ou a máquina inteira é uma edição mecânica mais ou menos modificada do antigo instrumento artesanal, como no tear mecânico, ou os órgãos ativos anexados à armação da máquina de trabalho são velhos conhecidos, como os fusos da máquina de fiar, as agulhas no tear para a confecção de meias, as serras na máquina de serrar, as lâminas na máquina de picar etc... A diferença entre essas ferramentas e o corpo propriamente dito da máquina de trabalho

63 MARX, 2013, p. 458.

existe desde o nascimento delas, pois continuam, em sua maior parte, a ser produzidas de modo artesanal ou manufatureiro e apenas posteriormente são afixadas no corpo da máquina de trabalho (...) As ferramentas específicas dos diferentes trabalhadores parciais... transformam-se agora em ferramentas de máquinas de trabalho especializadas, cada uma delas constituindo um órgão particular para uma função particular no sistema do mecanismo combinado de ferramentas. Em geral, a própria manufatura fornece ao sistema da maquinaria, nos ramos em que este é primeiramente introduzido, a base natural-espontânea da divisão e, por conseguinte, da organização do processo de trabalho.” (MARX, 2013, pp. 447-453.)

A propósito, Marx lembrará que a utilização de máquinas-ferramenta precedeu até mesmo o período manufatureiro, tendo-lhes faltado, então, para que elas se constituíssem como um *sistema* capaz de revolucionar o modo de produção, uma força-motriz adequada, suficientemente regular; e que, assim como ocorrera quando da solução técnica que produziu o mecanismo arquetípico do relógio mecânico, isso só foi possível a partir da criação de uma máquina motriz (o motor a vapor de ação dupla)⁶⁴ capaz de submeter, através de si, o fluxo de uma força natural às necessidades funcionais segmentadoras do *mecanismo de transmissão* (neste caso, o vapor regulado, desde a origem, pelo dispositivo segmentador do pistão).

Ainda, na sequência, analisando os modos mais ou menos perfeitos de organização da grande indústria (segundo o modo da cooperação simples, como mera conglomeração espacial de máquinas de trabalho de mesmo tipo, operando simultaneamente e em conjunto; ou segundo o modo manufatureiro, como combinação de máquinas de trabalho parciais), Marx conceberá a perfeição do sistema da maquinaria, exatamente de acordo com a intensificação da sua virtude articuladora.

⁶⁴ “Somente com a segunda máquina a vapor de Watt, a assim chamada máquina a vapor de ação dupla, encontrou-se um primeiro motor capaz de produzir sua própria força motriz por meio do consumo de carvão e água, um motor cuja potência encontra-se plenamente sob controle humano, que é móvel e um meio de locomoção, e que, ao contrário da roda d’água, é urbano, e não rural, permitindo a concentração da produção nas cidades, ao invés de dispersá-la pelo interior. Além disso, é universal em sua aplicação técnica, e sua instalação depende muito pouco de circunstâncias locais. O grande gênio de Watt se evidencia na especificação da patente, obtida em abril de 1784, na qual sua máquina a vapor é descrita não como uma invenção para fins específicos, mas como agente universal da grande indústria.” (MARX, 2013, p. 451.)

“A máquina de trabalho combinada, agora um sistema articulado que reúne tanto máquinas de trabalho individuais de vários tipos quanto diversos grupos dessas máquinas, é tanto mais perfeita, quanto mais contínuo for seu processo total, quer dizer, quanto menos interrupções a matéria-prima sofrer ao passar de sua primeira à sua última fase e, portanto, quanto mais essa passagem de uma fase a outra for efetuada não pela mão humana, mas pela própria maquinaria. Se na manufatura o isolamento dos processos particulares é um princípio dado pela própria divisão do trabalho, na fábrica desenvolvida predomina, ao contrário, a continuidade dos processos particulares.” (MARX, 2013, p. 454.)

Finalmente, quanto às suas implicações para a organização do trabalho, se, por seus efeitos imediatos, o sistema de maquinaria aprofundou extremamente a exploração do trabalho: i) prolongando e intensificando a jornada laboral, e ii) apropriando-se da força de trabalho subsidiária de mulheres e crianças;⁶⁵ foi, sobretudo, através do refinamento da sua capacidade articuladora que, para além desse agigantamento da exploração, a maquinaria revolucionou a indústria capitalista, ao constituir-se “como um autômato, capaz de executar todos os movimentos necessários ao processamento da matéria-prima sem precisar da ajuda do homem, mas apenas de sua assistência”⁶⁶; iii) estabelecendo, em lugar daquela divisão fundada no trabalho artesanal manufatureiro – caracterizada por uma gradação hierárquica e salarial, entre vários grupos intermediários de trabalhadores mais ou menos qualificados, e influentes em cada uma das etapas do processo produtivo, às quais vinculavam-se rigidamente, de acordo com as suas diversas habilidades individuais –, uma nova divisão do trabalho: na qual os trabalhadores passaram a distinguir-se, essencialmente, em função da sua posição mais ou menos diretamente subordinada à própria maquinaria, ou seja, entre aqueles que *operam efetivamente, vigiam ou abastecem as máquinas, e aqueles meros subordinados, ocupados, no geral, em alimentar as máquinas com o material de trabalho.*

65 Sobre esse período em que o capital celebrou suas orgias, e sobre as lutas que levaram à promulgação das Leis Trabalhistas Inglesas e à determinação de uma jornada de trabalho regular, no século XIX, cf. O Capital I, Capítulo 8; também ENGELS, 2008.

66 MARX, 2013, p. 455.

Note-se, a propósito, que, apesar da distinção, todos estes trabalhadores (de *feeders* a operadores de máquinas) devem aprender e realizar, no fundo, a mesmíssima coisa: *adequar o seu próprio movimento ao movimento uniforme e contínuo de um autômato*; identificando-se, portanto, no essencial: na natureza *reativa* e facilmente equiparável/intercambiável do seu trabalho, em oposição ao trabalho *ativo*, de controle e reparação da maquinaria, executado por um outro *grupo numericamente insignificante, de trabalhadores dotados de formação científica ou artesanal, e situados à margem do círculo dos operários fabris*.⁶⁷

Isto é o bastante para reafirmarmos, pois, com segurança, antes de prosseguirmos: i) quanto à finalidade administrativa do capital, para constituição heterônoma de um trabalhador coletivo, o que há de *essencial* na maquinaria é a afirmação da prioridade do seu *mecanismo de transmissão*, responsável por *regular o movimento*, ou seja, por (espraiando e atualizando a qualidade *essencial* do relógio mecânico) efetivar a tradução objetiva de um tempo regulado, num movimento coletivo regulado; ii) através de uma síntese progressiva, tecnicamente determinada, entre a *segmentação* e o correspondente domínio e objetivação do *fluxo natural-espontâneo* do trabalho tradicional; iii) que fará tender o desempenho majoritário do trabalho vivo à mera reatividade.

3.3 Da Expropriação do Esquematismo Subjetivo pela Indústria Cultural

No capítulo da *Dialética do Esclarecimento* dedicado à indústria cultural, Adorno e Horkheimer afirmam que a eficácia ideológica desta indústria deve-se à sua capacidade de apropriar-se daquela “função que o esquematismo kantiano atribuía ao sujeito, a saber, referir de antemão a multiplicidade sensível aos conceitos fundamentais”.⁶⁸ Esta referência à categoria kantiana parece fundar a possibilidade de compreensão da relação entre o sistema da indústria cultural e os seus consumidores típicos em termos análogos àqueles, a partir dos quais, analisamos a *progressiva determinação heterônoma do trabalhador coletivo pelo capital no*

⁶⁷ MARX, 2013, p. 492.

⁶⁸ ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 103.

processo produtivo. Pois, como argumenta Rodrigo Duarte, ao referir-se à noção de “esquematismo”, Adorno e Horkheimer estão a sugerir que, para além da óbvia capacidade de influenciar ideologicamente o *conteúdo* do pensamento dos seus consumidores, o sistema da indústria cultural é capaz de *reorientar ideologicamente a própria forma da percepção sensível*⁶⁹ – na exata medida em que, para Kant, o problema básico do entendimento, qual seja, o problema da possibilidade de determinação conceitual do múltiplo da intuição sensível pelas categorias da subjetividade, é compreendido como um processo de: i) determinação conceitual de um *continuum* “tosco e confuso” produzido pela apercepção originária, a partir do acompanhamento do múltiplo oriundo da intuição sensível; ii) segundo *sínteses puras* ou *esquemas transcendentais*, constituídos conforme o princípio segmentador da regra da unidade da apercepção; iii) estando este referido, não a representações particulares, mas à própria forma do sentido interno em geral, o tempo. Na exata medida, portanto, em que a teorização kantiana sobre as condições *a priori* do entendimento humano, pelo modo como articula os seus principais elementos, tem forma cultural análoga à nossa descrição daqueles outros *mecanismos* típicos do capitalismo industrial: o relógio mecânico, a maquinaria fabril e a indústria cultural.

Com efeito, assim como o foram o relógio e a maquinaria fabril, a faculdade transcendental do entendimento, cujo elemento nuclear é o “esquematismo”, é concebida por Kant como um mecanismo organizado em torno de três etapas, funcionalmente distintas e complementares; cabendo: i) às *formas da sensibilidade e à apercepção originária*, a apropriação dos materiais da experiência por submissão do seu (radicalmente heterogêneo) fluxo espontâneo, à forma reguladora do *eu penso*; ii) aos *esquemas transcendentais*, a tradução conceitual desta série constituída pela atividade empírica da imaginação (a partir do mero acompanhamento espontâneo da multiplicidade heterogênea dos materiais da experiência sensível), por intermédio da segmentação reguladora do tempo; e iii) aos *conceitos puros ou categorias*, finalmente, a subsunção das *intuições* ao entendimento, através da sistemática objetivação daqueles na empiria. Ainda,

69 DUARTE, Rodrigo. *O esquematismo kantiano e a crítica à indústria cultural*. *Studia Kantiana* 4(1): 85-105, 2003. p. 85.

quanto à sua finalidade, Kant concebe o entendimento como um mecanismo dedicado, essencialmente, à regulação do fluxo da multiplicidade sensível: i) capaz de efetivar a subsunção conceitual transcendental (coletiva e necessariamente regulada) dessa multiplicidade sensível, por intermédio de determinações do tempo, ii) através de uma síntese progressiva entre a *segmentação* (ou determinação conceitual *funcional*⁷⁰) e o correspondente domínio e objetivação da unidade sintética inicial, espontaneamente determinada, da multiplicidade sensível, iii) que fará tender a atividade do pensamento humano à mera reatividade, restringindo-se à correta aplicação de uma bem definida tábua de categorias à série “tosca e confusa” do múltiplo sensível apercebido originariamente pela subjetividade.⁷¹

É por esta análoga forma cultural do mecanismo do entendimento kantiano, e não por uma sua pretensa “atualidade científica”, que convém determo-nos na sugestão de Adorno e Horkheimer. Avaliando, na sequência, a capacidade do sistema da indústria cultural de expropriar o esquematismo subjetivo, instituindo-se, a seu modo, como um “esquematismo exterior”.⁷² Em outras palavras, instituindo-se não somente como uma instância de produção e de veiculação de representações hegemônicas sobre a realidade social, mas como um mecanismo que é capaz de objetivar – obviamente, não de forma transcendental, mas como num análogo empírico – certa regulação da própria temporalidade constitutiva das condições de produção de discursos autônomos e significativos pelos indivíduos.

3.4 Da Típica Formulação das Determinações Ideológicas da Indústria Cultural, por Adorno

Na obra adorniana, pós *Dialética do Esclarecimento*, as referências a “esquema” ou “esquematismo” aparecem, de forma mais ou menos explícita, em alguns momentos

70 “Todas as intuições enquanto sensíveis repousam sobre afecções e os conceitos, por sua vez, sobre funções. Por função entendo a unidade da ação de ordenar diversas representações sob uma representação comum.” KANT, 2000, p. 102.

71 KANT, 2000, p. 107.

72 DUARTE, 2003, p. 54.

muito relevantes – dentre os quais, destacaremos os três estudos sobre a televisão, realizados entre 1952 e 1953: *Prólogo à Televisão*; *Televisão como Ideologia* e *How to Look at Television*.⁷³ Tomados conjuntamente, estes constituem uma detida análise do fenômeno televisivo – compreendendo: i) a forma e o conteúdo dos programas; ii) o papel da televisão “no interior do esquema mais amplo da indústria cultural”; e, mais superficialmente, algumas iii) especificidades técnicas do meio. Nestes textos, a referência a “esquema” é frequente para indicar o que Adorno entende, em suma, como um “conjunto de *referências operativas dadas* do meio televisivo”, as quais, *refuncionalizariam* determinadas características herdadas da tradição cultural anterior (popular ou erudita) para produzir efeitos previsíveis sobre os seus consumidores, a partir da veiculação de uma série de “estímulos sociopsicológicos típicos”.⁷⁴

Quanto à forma e conteúdo dos programas, Adorno restringe sua investigação aos dramas televisivos.⁷⁵ O autor começa por observar que o roteiro destes produtos típicos do meio televisivo são diretamente derivados dos filmes cinematográficos e das novelas literárias populares, comercialmente produzidas nos séculos XVIII e XIX. Diferindo destes, basicamente, pela sua completa previsibilidade, e pela consequente redução da efetiva tensão psicológica e dos fortes efeitos morais produzidos pelos desenvolvimentos imprevisíveis de antigas tramas, como as de

73 Como destaca Rodrigo Duarte estes três textos sobre a televisão, escritos por Adorno enquanto ele ocupava a direção científica da Hacker Foundation, nos Estados Unidos, procuram “reparar o déficit do texto da Dialética do Esclarecimento no que tange à televisão, já que, na década de 1940, esse veículo não estava suficientemente estabelecido para que os autores pudessem fazer uma análise crítica sobre a sua vinculação ao sistema da indústria cultural. ADORNO, Theodor W. *Indústria Cultural*. São Paulo: Editora Unesp, 2020. p. 29.

74 ADORNO, 1954, p. 213.

75 Decisão metodológica facilmente justificável, pelo que: tanto “a manipulação sociopsicológica manifesta-se com clareza superior nesses programas”, quanto seu “peso numérico é bastante relevante” – representando, de fato, à época, aprox. 35% da programação do horário nobre de transmissão. Aliás, mais adiante, nas obras que estabelecerão o referencial clássico da polêmica sobre a forma cultural da televisão para os estudiosos da comunicação, 20 anos depois, Raymond Williams e Jhon Ellis tomarão os dramas televisivos (séries e seriados) como os programas típicos do meio televisivo, assim como Adorno. (ADORNO, 2020, p. 223.)

Sue e Dumas, a uma mera série de excitações superficiais, que conduzirão invariavelmente a desfechos os mais convencionais possíveis.⁷⁶

“For example, the concept of the ‘purity’ of women is one of the variables of popular culture. In the earlier phase this concept is treated in terms of an inner conflict between concupiscence and the internalized Christian ideal of chastity, whereas in today’s popular culture it is dogmatically posited as a value per se. Again, even the rudiments of this pattern are visible in productions such as Pamela. There, however, it seems a by-product; whereas in today’s popular culture the idea that only the ‘nice girl’ gets married and that she must get married at any price has come to be accepted before... conflicts even start.” (ADORNO, 1954, p. 219.)

O que não quer dizer que os dramas televisivos tenham simplesmente substituído a “profundidade” ou plurivocidade das tramas dos produtos culturais populares ou eruditos tradicionais por enredos “rasos” e unívocos. Na verdade, observa Adorno, a estrutura plurívoca que caracteriza especialmente as obras de arte séria – cujos conteúdos complexos “resistem a qualquer fixação e desdobram-se apenas em um processo histórico”⁷⁷ – é antes *refuncionalizada* nos dramas televisivos, dando lugar a um procedimento de superposição de “mensagens explícitas e implícitas” que se reforçam mutuamente (quando referidas a “idéias aceitáveis”), ou se neutralizam mutuamente (quando um dos níveis sugere alguma possível gratificação reprimida). Funcionando, em todo caso, menos como mensagens latentes, do que como sinais de comando, ou mensagens “intrusivas” [*inobtrusive*], planejadas para “induzir a visão do público sobre os tipos caracterizados, sem que ele perceba”.⁷⁸

“...the hidden message frequently aims at reinforcing conventionally rigid and ‘pseudorealistic’ attitudes similar to the accepted ideas more rationalistically propagated by the surface message. Conversely, a number of repressed gratifications which play a large role on the hidden level are somehow allowed to manifest themselves on the surface in jests, off-color remarks, suggestive situations, and similar devices. All this interaction... however, points in some definite direction: the tendency to channelize audience reaction.” (ADORNO, 1954, p. 222.)

⁷⁶ ADORNO, 1954, p. 216.

⁷⁷ ADORNO, 2020, p. 223.

⁷⁸ ADORNO, 2020, p. 224.

Essa condução planejada da psicodinâmica dos consumidores, por meio de sugestões mais ou menos explícitas, é devidamente assentada na, e retroalimentada pela padronização compositiva dos dramas televisivos, segundo um conjunto bastante limitado de fórmulas determinadas (e tacitamente reconhecidas pelos produtores), sob a pressão da indústria pela extirpação do que quer que possa produzir alguma efetiva imprevisibilidade como resultado do consumo do produto cultural. Insistentemente repetidas, tais fórmulas tornam-se prontamente reconhecíveis também pelos espectadores, e acabam assim “estabelecendo previamente, até certo grau, o seu padrão atitudinal”, ou seja, “o modo segundo o qual qualquer conteúdo específico deverá ser percebido”,⁷⁹ antes mesmo que esses espectadores sejam confrontados com o desenvolvimento dramático. Esta tendência compositiva, somada ao que Adorno classifica como “pseudo-realismo” (e que vem a ser uma tendência correspondente, do ponto de vista da caracterização, de utilizarem-se, nos dramas, ambientações e figurinos extremamente parecidos com aqueles cotidianamente vivenciados pelos espectadores) levaria, por sua vez – justamente porquanto avessa à produção de qualquer estranhamento radical – à refuncionalização de outro importante elemento herdado da tradição: a *estereotipia*.

Os estereótipos sempre exerceram uma função “indispensável de organização e antecipação da experiência, que nenhuma arte pôde dispensar inteiramente”;⁸⁰ no entanto, uma vez inseridos no estreito quadro de referências operativas do esquema televisivo, os estereótipos tornam-se tão *reificados* e *enrijecidos* que, ao invés de servirem aos telespectadores, como balizadores, relativamente distanciados, de uma interpretação razoável da sua própria experiência, eles passam a operar como meros confirmadores de ideias preconcebidas. Não havendo propriamente o desenvolvimento de “experiências de vida”, se se consideram os personagens dramáticos, mas apenas a possibilidade de uma “identificação primitiva”, e uma espécie de externalização circular de características tratadas como “dados

79 ADORNO, 1954, p. 226.

80 ADORNO, 1954, p. 229.

definitivos que, tal como os traços físicos, não podem ser transformados, sendo apenas passíveis de descoberta, na melhor das hipóteses”.⁸¹

Quanto ao seu sentido sociológico, esses estreitos referenciais operativos da televisão estariam todos insistentemente referidos ao anacrônico conjunto de valores da “ontologia da antiga classe média liberal” – ora duplamente reificado: tanto por ter sido tão rigidamente apropriado pelo estreito quadro de referências operativas recaladoras da indústria cultural; quanto por, objetivamente, já não corresponder às condições reais da vida social.

Contudo, se é certo, por um lado, que, a esse sucesso neutralizador da refuncionalização operada pelos produtos particulares da indústria cultural corresponderia, de fato, em alguma medida, uma “mudança na estrutura da audiência”, não mais composta pelos antigos grupos de uma elite ilustrada ou de uma classe média, para as quais as referências culturais à “interioridade, conflitos internos e ambivalência psicológica”⁸² ainda significavam algo objetivamente experienciável. No entanto, essa atual mudança estrutural da audiência também precisa ser compreendida “no interior do esquema mais amplo da indústria cultural”⁸³ – ou seja, já como um efeito da progressiva institucionalização da indústria cultural como *sistema* extraordinariamente ubíquo e homogêneo:

“... popular culture is no longer confined to certain forms such as novels or dance music, but has seized all media of artistic expression. The structure and meaning of these forms show an amazing parallelism, even when they appear to have little in common on the surface (such as jazz and the detective novel).” (ADORNO, 1954, p. 215.)

E ubíquo:

81 ADORNO, 2020, p. 233.

82 ADORNO, 1954, p. 217.

83 ADORNO, 1987, p. 346.

“Os hiatos que ainda restavam entre a existência privada e a indústria cultural, antes que ela dominasse toda a extensão do visível estão sendo preenchidos. Assim como já mal podemos dar um passo fora do tempo de trabalho sem encontrarmos alguma manifestação da indústria cultural, seus meios fundiram-se de tal modo que, em seus interstícios, a reflexão não consegue tomar fôlego para atinar que esse mundo não é, de fato, o mundo.” (ADORNO, 2020, p. 208.)

Ou seja, é sobretudo porque os produtos particulares de cada uma das diferentes formas de expressão artística vão sendo criados e distribuídos assim, *sistematicamente*, como uma série de variações superficiais desse mesmo quadro de referências operativas capazes de predeterminar com bastante eficácia certos efeitos psicossociológicos fixadores, que a indústria cultural, para além da soma dos efeitos estacionários das suas mercadorias particulares, constitui-se como um mecanismo de “socialização” daquele “trabalho de Sísifo da economia psíquica individual”, insistentemente dedicado à adaptação, ao recalçamento de quaisquer moções pulsionais que acaso ameacem ultrapassar as formas atuais de consciência.⁸⁴ Dada esta sua relevância administrativa, a refuncionalização operada sistematicamente pela indústria cultural sobre os elementos herdados da tradição cultural anterior aparecerá, segundo Adorno, não como efeito ou sintoma; mas sim como uma causa fundamental da “mudança potencial de uma livremente competitiva para uma virtualmente ‘fechada’ sociedade, na qual se quer ser admitido ou pela qual se teme ser rejeitado. Tudo, de qualquer maneira, parecendo ‘predestinado’.”⁸⁵

Note-se que a referência adorniana a “esquema” – e, portanto, o entendimento do autor sobre o procedimento industrial cultural de “expropriação do esquematismo subjetivo” –, seja quando aplicada a este âmbito geral do fenômeno, em que se considera o paralelismo orquestrado entre as diversas formas de expressão artística mobilizadas pela indústria cultural; seja quando aplicada àquele âmbito particular do meio televisivo, em que se considera a refuncionalização dos elementos herdados das culturas popular e erudita para produção dos dramas seriados, compreende sempre um “típico mecanismo psicológico”⁸⁶ capaz de estimular, com bastante

84 ADORNO, 2020, p. 209.

85 ADORNO, 1954, p. 216.

86 ADORNO, 1954, p. 226.

previsibilidade, certo condicionamento ideológico sobre os seus consumidores, a partir da veiculação de determinados *produtos/enredos/conteúdos individuais*, produzidos segundo um mesmo “reduzido quadro de referências operativas dadas que vêm a ser, por sua homogeneidade e ubiquidade, a objetivação de um “esquematismo exterior”.⁸⁷

Esta abordagem do fenômeno televisivo reproduz, a seu modo, os elementos que compõem a formulação clássica do funcionamento da indústria cultural na obra adorniana, desde a sua elaboração na *Dialética do Esclarecimento*. Com efeito, em sua síntese especialmente esclarecedora desses “operadores básicos” da indústria cultural, Rodrigo Duarte compõe um quadro em tudo similar ao quadro aqui apresentado, em torno das noções de: i) “domesticação do estilo” (ou seja, da abolição da tensão entre o desejo de conferir universalidade à obra, observando exemplarmente as regras do “estilo”, mas através da afirmação da radical particularidade de cada produto artístico; substituindo-se esta pretensão de afirmação do particular através do universal, pela pura e simples imposição industrial de um conjunto de “clichês prontos para a aplicação em seus produtos”⁸⁸); ii) “manipulação retroativa” (como previsível resultado da rígida padronização compositiva das mercadorias culturais; as quais, por não oferecerem nada de efetivamente alternativo, acabam delimitando previamente os limites do gosto da audiência, e retroalimentando o consumo das mercadorias, segundo aqueles clichês conformadores do gosto, e facilmente reconhecíveis); e iii) “despotencialização do trágico” (interdição, em razão da “identificação primitiva” promovida pelo pseudo-realismo que caracteriza as mercadorias culturais, das possibilidades de reflexão e projeção sobre a própria experiência, por parte dos consumidores, para além dos limites do *status quo*).

Mas o que diz Adorno sobre a *sintaxe* desses produtos particulares no meio televisivo, sobre a *articulação* planejada desses programas numa *programação*? Como se articulam, *entre si*, esses produtos, em cada um dos meios particulares, e

87 ADORNO, 2020, pp. 208-209.

88 DUARTE, 2010, p. 54.

no todo do sistema da indústria cultural? Finalmente, para retomarmos a formulação do problema conforme sugerido pela referência ao esquematismo kantiano: de que modo esses produtos, ubiquamente veiculados pelo sistema da indústria cultural, seriam capazes, não apenas de produzir uma imagem de mundo hegemônica, mas de *objetivar, tecnicamente, certa regulação sistemática ou estrutural da própria temporalidade* subjacente ao funcionamento do mecanismo do entendimento subjetivo?

Neste ponto, como vimos, Adorno compreende a *homogeneização* dos produtos particulares da indústria cultural, ou a repetição de um mesmo *sentido básico* (a “ontologia” da antiga classe média liberal), sob um mesmo padrão compositivo, como princípio sintático ou estruturante. Assim também no que concerne à dimensão técnico-administrativa fundamental do tempo (referida apenas de passagem nos textos sobre a televisão): em comparação com os produtos culturais tradicionais, além dos já referidos constrangimentos padronizados ao seu potencial desenvolvimento (que acaba sendo *circular*), as mercadorias típicas da indústria cultural seriam, em geral, muito mais *curtas*. E, novamente, a repetição deste mesmo padrão temporal, no interior de cada um dos produtos individuais, é o que determinaria a sintaxe do sistema; não se refletindo, propriamente, sobre as implicações disto para a articulação temporal ocorrida *entre* os produtos individuais na constituição do meio televisivo e, por extensão, da própria indústria cultural como maquinaria, ou seja, como *sistema tecnicamente objetivado para regulação do tempo coletivo*. Em resumo, na abordagem corrente do autor, a dimensão estrutural da análise do sistema da indústria cultural não se afirma independentemente; compreendendo-se apenas como desdobramento indireto e extensão quantitativa da padronização compositiva de programas particulares.

3.5 Da Atípica Formulação das Determinações Ideológicas da Indústria Cultural, por Adorno, em *Radio Physiognomics*

Entre 1938 e 1941 – período em que, recém-chegado aos EUA, integrou a equipe do *Princeton Radio Research Project* – Adorno escreveu, em inglês, um extenso

material sobre o rádio. Como afirma Bob-Hullot Kentor, por ocasião da organização da publicação póstuma integral do referido material (Current of Music, 2009) os trabalhos desse período representam o decisivo amadurecimento da apropriação crítica, por Adorno, das teses benjaminianas sobre a reprodutibilidade técnica (originalmente desenvolvidas a propósito das modificações impostas historicamente às artes visuais), para compreensão dos problemas da música industrial; sendo possível, ainda, discernir ali, pela primeira vez, “as ideias cardinais de Filosofia da Nova Música e da Teoria Estética” – ao que se poderá acrescentar, seguramente: as ideias cardinais da teoria adorniana sobre a indústria cultural.

Com efeito, em *Radio Physiognomics*,⁸⁹ texto de abertura de *Current of Music*, já encontram-se os principais elementos que compõem o quadro fundamental da crítica adorniana à indústria cultural. Bastando uma leitura do sumário da parte II do referido texto para notá-los: *ubiquity; standardization; pseudo-activity* (como engajamento possível apenas dentro dos estreitos limites pré-formados pela indústria cultural); *image-character e atomistic listening* (como expressões da tendência à interrupção da articulação temporal e decomposição interna, em instantes “aprazíveis”, dos produtos e da experiência cultural industrial), etc. Mas com uma importantíssima diferença: se, naqueles textos dedicados à compreensão do fenômeno televisivo (os quais, como observamos, representam casos típicos da abordagem do autor), Adorno compreendera os “estímulos sociopsicológicos” da indústria cultural, a partir de uma análise centrada nos constrangimentos compositivos (“referências operativas dadas”) e no conseqüente conteúdo padronizado dos programas; enquanto os fatores mais diretamente relacionados às limitações ou possibilidades da condição técnica do meio – *a reduzidíssima escala das imagens no aparelho; o prejuízo da qualidade sonora; a tendência ao encurtamento da duração dos programas; a integração dos meios anteriores, do rádio e do cinema, e a intensificação da ocupação do ambiente doméstico possibilitadas pelo aparelho; etc* – permaneceram em segundo plano, sendo apenas sugeridos... nesta investigação mais antiga, e dedicada ao meio menos avançado do

89 “by far the most interesting and best written... the source from which all the subsequent studies written for the Princeton project derived...” (KENTOR, Bob-Hullot. **Editor’s Introduction.** In: ADORNO, 2009, p. 34)

rádio, Adorno, ao contrário, articulará os elementos característicos da indústria cultural, a partir de uma abordagem centrada justamente nos aspectos mais diretamente decorrentes das condições técnicas do meio. Insistindo sempre que o que lhe interessa sobretudo investigar é a própria “voz do rádio”, entendida esta como *expressão de uma unidade estrutural característica* (daí a noção de “fisionomia”), determinada por certas condições técnicas incontornáveis que se imprimirão em toda transmissão radiofônica, independentemente de seu conteúdo.

“Roughly speaking, we insist upon the physiognomic approach because the phenomena we are studying constitute a unity comparable to that of a human face. Here we are concerned more with analyzing the conditions of this unity, no matter what they may be, than with analyzing the divergent psychological, sociological and technological elements bound up with it... To clarify the meaning of this type of phenomenon, and to show the fundamental structure within which every radio phenomenon is bound to take place is the purpose of our study... We do not intend to discuss the expression or meaning of the material which radio gives us. We are not speaking about the expression of the voice of the singer, transmitted to us by radio; nor do we speak of the meaning of the words of the commentator to whom we are listening. We are speaking about characteristics of the radio phenomenon as such, devoid of any particular content or material... The elements of the radio phenomenon which concern us here we call the »how« elements; the elements of its content we call the »what« elements... The study of the »how« elements has been neglected up to now except by musical specialists, sound engineers and radio manufacturers. It has escaped the attention of researchers that they may be of any real importance for the psychological effect and social function of modern radio. The problem of radio programs, the ratio between their items and techniques for getting great numbers of listeners before the radio set has completely overshadowed the analysis of how all programs, from Toscanini to the Lone Ranger, are all subjected to conditions of a specific »how« in contemporary radio.” (ADORNO, 2009, pp. 44-45.)

Por esta abordagem *estrutural* do meio radiofônico – que o fará priorizar, no lugar dos princípios compositivos e conteúdos dos materiais/produtos/programas particulares veiculados, exatamente a *articulação* destes materiais/produtos/programas particulares, segundo a “estrutura fundamental”, tecnicamente determinada pela unidade característica do meio radiofônico –, acreditamos que Adorno colocar-se-á, em *Radio Physiognomics*, mais do que em qualquer outra das suas publicações dedicadas ao tema da indústria cultural, em

condições de explorar aquela promissora sugestão sobre o *esquematismo*, formulada na *Dialética do Esclarecimento*.

Assim como o fora o *drama* para a análise do fenômeno televisivo, a *sinfonia* será tomada como objeto privilegiado para análise do fenômeno radiofônico, por Adorno, em *Radio Physiognomics*. Acontece que, no período analisado pelo autor, período inicial da história do uso doméstico massificado do rádio, a programação era constituída quase completamente pela transmissão de eventos musicais “ao vivo” (especialmente, execuções de obras da tradição “clássica” europeia); e, tanto as emissoras, quanto os diferentes aparelhos disponíveis, procuravam distinguir-se comercialmente por sua alegada maior “fidelidade” ao evento “original”. Também por este motivo, nessa investigação, as características mais relevantes do fenômeno radiofônico não poderiam mesmo ser buscadas prioritariamente numa considerável *refuncionalização compositiva* de elementos tradicionais, planejada para sua adequação a uma nova forma artística, correspondente a um novo meio; mas sim nas modificações técnicas impostas diretamente pela própria *transmissão*, à experiência de audição e à estrutura tradicionais da sinfonia.

A propósito destas modificações, Adorno nota que, em razão das limitações técnicas do aparelho, a audição da sinfonia via transmissão radiofônica é bastante prejudicada, especialmente naquilo que diz respeito à *amplitude* do fenômeno sonoro.

“The dynamic contrasts are among the foremost means of articulation of a piece of music and of establishing the interrelations of its parts... It would be fallacious to expect music to appear more unified as all the dynamic elements become more similar to the way it is made to falter by the lack of symphonic ‘intensity’. A movement played in uniform mezzo piano throughout is not only much more difficult to follow but as a unity without any discernible and articulating parts, the unity, the ‘whole itself’, threatens to vanish. It must be added, too, that radio in its present form also considerably reduces the coloristic means of articulation... All this leads to the conclusion that symphonic unity is seriously endangered by radio transmission. This danger is of immediate concern for the social significance of the trans-personal objectivity of symphony, expressed in the preponderance of symphonic unity over the parts. The ‘radio voice’ subjects symphony

to a sort of decomposition, and whatever remains is basically different from the original.” (ADORNO, 2009, pp. 56-57.)

Ao reproduzir tecnicamente a música sinfônica, além de submeter os seus ouvintes a eventos musicais de menor qualidade sonora, a “voz do rádio” produz também uma “outra” música. Porque, como observa Adorno, a sensível perda de amplitude sonora implica no quase desaparecimento de alguns dos principais elementos responsáveis por suportar materialmente a *articulação* das diversas partes do desenvolvimento da sinfonia numa mesma totalidade – exatamente em razão da especial capacidade desses elementos para promoverem uma permanente tensão constitutiva *entre* cada uma dessas partes, inter-relacionando-as, no decorrer do desenvolvimento musical. A transmissão radiofônica atomiza assim, objetiva e inevitavelmente, o fenômeno musical, decompondo-o numa série de segmentos, cujos detalhes aprazíveis afirmam-se, à sua maneira intermitente, sobre a inteireza estrutural da sinfonia – ao que corresponderia, subjetivamente, uma tendência geral à audição segmentada ou “culinária” da música.

“Radio lessens the sensual charm, richness and colorfulness of each sound; but because the whole becomes less apparent due to this lack of articulation by neutralized sound colors, the listener is forced to devote his attention to the isolated details. Thus listening becomes more sensual in spite of the decrease of its sensual qualities.

For the sake of simplicity, we suggest that the qualities in question be called ‘cullinary’. The term is used because it designates what is appreciated by the listener in music, just as an individual appreciates the good taste of food. He likes these qualities only for the instantaneous, transitory ‘sensual pleasure’ which they give him. They act as a sort of sensual stimulus, and not as an expression of any ‘sense’.” (ADORNO, 2009, p. 123.)

No que diz respeito aos efeitos sociopsicológicos do drama televisivo, não houve grandes problemas em se admitir a eficácia subjetiva das suas sugestões, visto que, neste caso, a relação entre o produto cultural e os indivíduos que o consomem dá-se no âmbito das “mensagens” – sempre mais ou menos explícitas, e formuladas a partir de um repertório, em geral, bastante comum. Mas como Adorno compreenderá tal afirmação, no caso dessa pretendida relação entre a modificação da *estrutura da sinfonia* e a modificação na *forma da recepção* da música transmitida pelo rádio?

Em *Radio Physiognomics*, ao abordar explicitamente o referido problema, Adorno começa por destacar que a própria “voz do rádio” não é capaz de produzir quaisquer efeitos, por si só, mas apenas na medida em que ela é expressão particular (“precisa execução técnica”⁹⁰) de um conjunto de forças e processos sociais mais gerais; remetendo, portanto, à objetividade da própria totalidade social, como sua causa. Desta forma, i) a tendência à decomposição do fenômeno musical não estaria circunscrita às (tampouco seria resolvida pela eventual superação das) limitações técnicas da transmissão radiofônica; e acompanharia a música, para além disso, onde quer que se confirmasse a sua tendencial redução a mercadoria massificada: tanto no caso mais óbvio da música leve, que assumirá, conscientemente, a segmentação (duração reduzida e interrupção de qualquer desenvolvimento, para além de certa fórmula preestabelecida) e a primazia dos efeitos culinários como seus fundamentos compositivos; quanto no caso da música erudita executada em condições tradicionais⁹¹ – uma vez que é condição necessária da mercadorização, justamente o esvaziamento daquilo que, no produto (no caso da música, a primazia

90 ADORNO, 2009, p. 62.

91 “If our assumption that the shortcomings of radio have a deeper social significance is true, we must expect them not to be related to the tool and we must not expect them to be circumvented by changing technical practices. The man who would turn his back to radio and face live music, then, would be no better off. We do not pretend to have established the »missing links« and we even consider it doubtful whether the musical phenomena we are discussing can be traced very far back to social conditions by individual motivation from one given cause to one given effect. They may be effects of the totality of our society... This concept that radio, and especially its shortcomings, are indicators of contradictions in our whole art life and ultimately in our whole social life instead of being false because of the degeneration of art into a mechanical process, may dispense with the suspicion that we want to save an island of genuine and live music against the threatening sea of mechanization and reification. (...) The tendency to atomize music, to lose the musical entirety and replace it by detail, the vanquishing of the »seriousness« of music; all these are by no means confined to the »radio voice«. That seems to be only the precise technical executor of trends which cover a much larger field. We may assume that it is not only within the sphere of light-popular music that this atomistic listening which we think is encouraged by the »radio voice« takes place. In the sphere of so-called serious live music as well we must note obtrusive symptoms of the same type. The constant repetition of a very few standard works by a very few composers; the increasing attention paid to sound quality compared to the constructive elements of the composition; the presentation of works merely as occasions for showing off some conductor who gives »his Fifth«; all point in the same direction.” (ADORNO, 2009, pp. 61-62.)

da sua totalidade estrutural, em si mesma) constituía a sua radical alteridade e autonomia, sua resistência à apropriação segundo a forma genérica (“culinária”) do consumo subjetivo. Além disso, ii) é porque reproduz, em sua organização, os moldes industriais monopolistas (produção centralizada; distribuição massificada no espaço privado), que, ao generalizar a veiculação do fenômeno musical decomposto, a transmissão “democratizante” da música pelo rádio promove a objetivação da indústria cultural como mecanismo de pressão autoritária no espaço e no tempo privados, destinado a cerrar progressivamente o círculo de necessidade e manipulação retroativa do consumo da música massificada, estruturalmente danificada.

Para compreender esta relação entre a decomposição da estrutura da música tradicional e o caráter autoritário do rádio, o autor apropria-se criticamente da teoria de Walter Benjamin sobre as implicações da reprodutibilidade técnica da obra de arte. Adorno inicia por reparar um dos pressupostos da teoria benjaminiana, conforme as especificidades do fenômeno musical: o autor lembra que, diferentemente do que ocorre com as artes visuais, na música não há nada que se assemelhe a um “original” independente de qualquer reprodução, uma vez que a existência da música depende necessariamente de sua execução – assim, por exemplo, “cada partitura é apenas um sistema de prescrições para possível reprodução, e não algo ‘em si mesmo’”. Por isto, no caso da música, a autenticidade aurática do original deve ser atribuída a cada caso de sua reprodução ao vivo, num determinado “aqui” e “agora”; devendo-se, portanto, buscar as possíveis implicações da sua reprodutibilidade técnica, a partir da relação estabelecida entre esta música executada ao vivo e a sua reprodução, seja ela radiofônica, fonográfica, digital, etc. Conquanto considerem-se tais especificidades, conclui, então, Adorno, será possível sim afirmar que “esta autenticidade, ou aura, é dissipada em música, por causa da sua reprodução mecânica”.⁹²

Neste ponto, contudo, Adorno acrescenta uma importantíssima ressalva: se é correto dizer que “o registro fonográfico destrói o ‘agora’ da performance ao vivo e,

92 ADORNO, 2009, pp. 89-90.

de certa forma, também seu ‘aqui’”, de maneira similar ao que observara Benjamin, a respeito da pintura; o rádio, por sua vez, ainda preserva e rearticula, à sua maneira, o “aqui” e o “agora”⁹³ das performances que transmite. Porque, em razão da sua capacidade de transmitir performances ao vivo – destacando cuidadosamente, aliás, uma série de “elementos acidentais... [tais como] o aplauso e a conversação da audiência... cuja eliminação ajuda a fazer da cópia fonográfica, algo objetivo e ‘além do tempo’”⁹⁴– o rádio produz uma forte ilusão de “presença e imediaticidade” temporal. Além disso, o rádio transmite seu conjunto padronizado de opções, imiscuindo-se de maneira desproporcionalmente poderosa no “aqui subjetivo” do espaço privado.⁹⁵ É por isto que a transmissão radiofônica consegue preservar assim, ao seu modo “ilusório”, a originalidade que fundava, tradicionalmente, a autoridade das obras de arte como “valor de culto”; e por isto, contrariamente ao que previra Walter Benjamin, ao invés de contrapor-se

93 “Now, we believe that this authenticity, or aura, is vanishing in music because of mechanical reproduction. The phonograph record destroys the ‘now’ of the live performance and, in a way, its ‘here’ as well. Although the ubiquity of radio observes the ‘now’, it certainly is more hostile to the ‘here’.” (ADORNO, 2009, p. 90.)

94 ADORNO, 2009, p. 75

95 “By being repeated again and again some of them [standard works], for instance the Beethoven symphonies... not only lose their ‘here’ but also their ‘now’. Even if they used to be repeated at certain specific intervals, the quasi-ritual dignity attributed to them as long as they appeared at one particular hour vanishes. Now, when they are played again and again, they can no longer uphold the dignity of the occasion. They are losing their aura because they no longer keep their distance from the listeners. They show, instead, a tendency to mingle in his every day life because they can appear at practically every moment, and because he can accompany brushing his teeth with the Allegretto of the Seventh. If this means the loss of authenticity in our sense of the term, this can also mean an increase of authenticity in another sense, just as the authority of an advertisement increases when it is repeated again and again... The exposition value which Benjamin sees increasing against the cult value of a particular work, and which is closely akin to the fatality of plugged music, appears to us to be even more authoritarian than the former... Although a symphony loses the authority of its uniqueness, it accumulates new authority by ubiquity and its faculty of appearing at any time. A further complication is created here by a tendency already mentioned. Under present conditions radio produces resistance to abolishing the cult value and aura of music. By creating festival and exceptional situations, presenting the work in an exaggerated, solemn way, etc., many radio performances try to save the uniqueness at the same time that they are attacking it. The situation of the listener who is facing the radio phenomenon as a unique one, in that it appears within the four walls of his room, certainly helps to strengthen these tendencies... The ubiquitous radio phenomenon has a subjective ‘here’ for the listener although the objective lack of that ‘here’ probably deeply affects his experience.” (ADORNO, 2009, pp. 90-91.)

democraticamente à autoridade tradicionalmente conferida às obras de arte, mesmo o “valor de exposição” da música massificada acabará afirmando-se autoritariamente no rádio.

Até aqui – no que aponta as pressões que, trasladadas de tendências sociais exteriores ou mais gerais, configuraram a relação estabelecida entre o rádio e os seus consumidores, nota-se que, descontada a referência mais direta aos conceitos benjaminianos –, Adorno não extrapola os limites daquele *ciclo de necessidade e manipulação retroativa* da indústria cultural, que já havíamos caracterizado como a abordagem costumeira da sua obra madura, justamente em torno das noções de ubiquidade e padronização.

Entretanto, se nas análises características da fase posterior da obra adorniana, esta expressão particular de tendências sociais mais gerais pela indústria cultural será complementada, como vimos, pela análise dos procedimentos compositivos e do conteúdo mais ou menos explícito das mercadorias culturais (estereotipia, previsibilidade e pseudo-desenvolvimento, harmonização das contradições sociais, domesticação do estilo, despotencialização do trágico, etc.); em *Radio Physiognomics*, de maneira não corrente no restante de sua obra, após a exposição da reprodução particular daquelas tendências exteriores pela indústria cultural, o autor concentrará sua análise em certo traço básico que, tecnicamente objetivado pela “voz do rádio”, acabará impondo-se – independentemente de qualquer conteúdo particular – como princípio estruturante de todo o discurso radiofônico.

À referida análise, será dedicado o destacável capítulo *Image-Character of Radio: Hear-Stripe*. Neste capítulo, Adorno retoma a questão da inevitável decomposição promovida pela “voz do rádio”. No entanto, desta vez, (destaquemo-lo novamente:) as causas desta decomposição não mais derivarão de elementos secundários/conteudísticos – dependentes, para a percepção de seus efeitos, da comparação experta, caso a caso, entre as experiências auditivas da execução musical original e da sua veiculação pelo rádio e, em geral, tecnicamente sanáveis –

mas a algo que *subjaz* materialmente à transmissão, determinando internamente o discurso radiofônico.

“First of all, the problem is that the music appears to be projected upon the stripe, like a picture upon it. This may play as large a part in the alteration and neutralization of radio music as the loss of more distant harmonics, so often discussed by radio technicians. This loss exists only in relation to the live music performed, and presupposes a more or less distinct imagination of the live music. The picture-like projection of music upon a stripe, however, appears in the phenomenon itself and is felt without any reference to an unknown original or the listener’s musical erudition. He hears the phenomenon »like a picture«.

(...) In radio the constantly moving hear-stripe makes music appear to stand still. Against the hear-stripe it dissociates itself into »pictures«. It is deprived of its integrating force over time. In Part I we attempted to explain this force as the deciding factor of symphonic music, but it can be understood in a broader sense as a guiding principle of any musical »form« which is more than merely a pure symmetrical subsequence of singular and dissociated features. At this point, radio really touches upon the center of what has been understood as great music, at least from Haydn to our time.” (ADORNO, 2009, pp. 115-116.)

O ruído maquinal da faixa audível (*hear-stripe*) subjaz à transmissão, conduzindo materialmente o discurso radiofônico. Ele atesta, por seu *continuum*, aquém de qualquer experiência consciente, a artificialidade do fenômeno; impondo-se como suporte incontornável do “real movimento” unificador (de fundo), sobre o qual será *projetado*, posteriormente (como figura) todo conteúdo musical. E se, no cinema, este movimento subjacente talvez represente, tecnicamente, um passo à frente, quando, apesar da sua linearidade maquinal, *dinamiza* a série de figuras estacionárias projetadas sobre si; no caso da música, o acondicionamento desta sobre o mesmo suporte material dessa película que se vai desdobrando, ruidosa e imperturbavelmente, resulta – em razão da necessária identificação técnica do desenvolvimento musical com o movimento básico do transcorrer homogêneo da fita subjacente – no passo atrás da decomposição por segmentação, seriação linear e homogeneização dos momentos que compunham, na performance ao vivo da música, a sua temporalidade específica, originalmente dinâmica e de intensidade especialmente volúvel.

Em sua determinação mais fundamental, portanto, Adorno remete a dissolução da integralidade estrutural da música pelo rádio, ao conhecido padrão da modificação qualitativa da sua tradicional temporalidade imanente (natural-espontânea), através de sua segmentação/subsunção ao fluxo maquinal tecnicamente objetivado pelo rádio (“against the hear-stripe it dissociates itself into ‘pictures’... it is deprived of its integrating force over time”). Explicitando, portanto – diferentemente do que se observa no expediente típico do autor, de entender a unidade estrutural do sistema da indústria cultural como resultado da padronização compositiva de cada mercadoria particular –, a unidade sintática/estrutural da indústria cultural de maneira condizente com a implicação mais radical da referência ao “esquematismo” kantiano.

Concluamos esta seção, observando que a nossa insistência na “faixa audível” como elemento articulador básico das tendências constitutivas da fisionomia radiofônica deve-se a uma opção pela preservação, tanto da efetiva importância da “faixa audível” naquele estágio da objetivação técnica promovida pelo rádio, quanto pela sua função hiperbólica. É sabido que o próprio Adorno acabou reconhecendo, mais tarde, que a sua crítica do rádio havia sido, em alguma medida, superada pelos desenvolvimentos tecnológicos posteriores do meio – especialmente no que diz respeito à presença da “faixa audível”, uma vez que esta acabou “eliminada pela técnica de *high fidelity* e de estereofonia”. Apesar disto, ele cuida de reafirmar, na mesma ocasião (de reavaliação das suas pesquisas científicas na América), acreditar que, apesar da supressão técnica da faixa audível, “nem a teoria da escuta atomística foi atingida, nem a daquele peculiar ‘caráter imagético’ da música no rádio”; visto que tais tendências técnicas fundamentais foram historicamente explicitadas e erigidas em princípios composicionais/estruturadores do material sonoro do meio radiofônico; tendo-se estabelecido, de toda forma, a “voz do rádio”, através dos mesmos elementos estruturantes destacados em *Radio Physiognomics*, ou seja, através da segmentação/integração homogeneizadora do material sonoro, sob a pressão do fluxo tecnicamente objetivado da transmissão, independentemente da persistência do índice material da faixa audível – de fato, estes mesmos elementos persistirão como principais elementos articuladores do fenômeno da

música radiofônica, por exemplo, num seu texto posterior, que já não faz qualquer menção à “faixa audível”: *A Sinfonia no Rádio: um experimento teórico* (1941).

A propósito, me atreverei, por fim, a acrescentar que, embora o incremento da fidelidade da transmissão tenha praticamente eliminado o ruído que a indicava sensivelmente sob os eventos musicas, no interior de cada canal da programação; este ruído permanece audível *entre* cada um dos canais da transmissão; tendo permanecido, portanto, em considerável medida, a relevância da experiência da faixa-audível como condutora substancial da transmissão, na mesma relevante medida em que, conforme tendência que o próprio Adorno destacara, a atividade de seleção entre canais, tornou-se cada vez mais frequente, tanto em razão do aumento da variedade de canais disponíveis, quanto em razão do progresso da fetichização desta pseudo-atividade, em razão da homogeneização dos conteúdos industrialmente produzidos. Em outras palavras, se a faixa audível deixou de articular explicitamente os segmentos dos eventos sonoros, no interior de cada canal, ela seguiu afirmando a sua presença articuladora entre cada um dos canais componentes da transmissão, indicando sensivelmente, a sua unificação num mesmo sistema.

3.6 Adorno, Raymond Williams e os Modos Típicos de Engajamento à Radiodifusão

Trinta e quatro anos depois da redação de *Radio Physiognomics*, Raymond Williams estabelecerá as balizas clássicas da discussão sobre a “forma cultural” da radiodifusão, especialmente do seu meio então mais avançado, a televisão, em torno dos mesmos elementos. Articulando, mais explicitamente, as noções de “segmento” e “fluxo” para sistematizar o processo através do qual o discurso ou a programação característica das tecnologias da radiodifusão foi se constituindo, na medida em que se apropriava dos “tipos tradicionais de comunicação”.

Assim como o fizera Adorno, Williams começa por reconhecer que a tendência à progressiva segmentação dos materiais nos meios da radiodifusão é uma “tendência

geral... [que] faz parte evidentemente de uma experiência social como um todo”; e que pode ser observada, por exemplo, desde o século XVIII, nas formas da revista e do jornal moderno, ambos planejados como miscelâneas.⁹⁶ Não obstante, até a primeira geração do sistema de radiodifusão, esta tendência não fora robustecida o suficiente para alterar “a expectativa normal [que] era ainda a de um evento isolado ou de uma sucessão de eventos isolados... determinando as próprias condições internas e [possíveis] respostas”.⁹⁷

“A radiodifusão, nos primeiros estágios, herdou essa tradição e trabalhou principalmente com ela. Os radiodifusores descobriram os tipos de coisa que eles podiam realizar ou, como alguns deles diziam, transmitir. O pronunciamento público – a palestra ou o sermão, o discurso em uma reunião – podia ser transmitido como uma conferência. A partida esportiva podia ser narrada e mostrada. A peça podia ser encenada... Logo, à medida que o serviço se estendeu, esses elementos, ainda considerados como unidades separadas, foram reunidos em programas. A palavra ‘programa’ é significativa, com suas bases tradicionais no teatro e nas salas de concerto. À medida que o serviço se expandia, esse ‘programa’ tornou-se, com uma organização maior, uma série de unidades de tempo definido. Cada unidade podia ser pensada separadamente, e o trabalho de programação era colocá-las em sequência. Problemas relacionados à mistura e à proporção tornaram-se predominantes na política de radiodifusão... houve uma evolução contínua de um serviço geral, com critérios internos de mistura e proporção, e o que se denominou ‘equilíbrio’, para diferentes tipos de serviço... Problemas relacionados à mistura e à proporção, antes considerados em relação a um serviço isolado, foram, então, basicamente transferidos a um gradiente de programas alternativos, correspondentes a supostos níveis sociais e educacionais.”
(WILLIAMS, 1987, pp. 98-99.)

Neste excerto, Williams sintetiza, justamente em torno da progressiva dissolução daquela unidade que caracterizava os programas tradicionais, as diferentes fases da constituição da programação da radiodifusão (seria mais adequado dizer: da constituição da radiodifusão como programação): i) o autor nota que, a princípio, o sistema apenas reproduziu, em seus novos meios, as unidades dos eventos ou programas tradicionais, as quais permaneciam isoladas em meio a longos intervalos esvaziados de qualquer transmissão; ii) na medida em que os aparelhos se

⁹⁶ WILLIAMS, 2016, pp. 97-98.

⁹⁷ WILLIAMS, 2016, p. 98.

massificaram, a programação incrementou-se, sem que se alterassem consideravelmente, no entanto, as suas unidades componentes; nesta fase intermediária, a questão passou a ser alcançar certa proporção temática e regularidade na composição da programação a partir da, ou seja, ainda centrando-se na combinação daquelas mesmas unidades tradicionais numa *sequência equilibrada*.⁹⁸ Tendo-se alcançado, com as mudanças dessa fase intermediária, um estado de coisas clássico na programação da radiodifusão: existência de uma programação regular; de adoção geral pelas poucas redes que monopolizavam o setor; cujas segmentação e disposição sequencial, no tempo, centravam-se na distribuição temática dos programas; e deveriam corresponder aproximadamente à variação tecnicamente verificada na composição média dos estratos da audiência, ao longo da semana.

Concomitantemente, no entanto, liberou-se uma forte tendência à dissolução desse equilíbrio clássico, quando do deslocamento da forma anterior de financiamento do sistema (*toll broadcasting*), para a venda direta de inserção publicitária pelas redes (precificada segundo a dimensão e o perfil do público médio alcançado, em cada período) nos intervalos da programação regular. Esta liberação, e a conseqüente proliferação da inserção de anúncios, é o que inaugurará, segundo Williams, uma nova fase do processo de constituição da radiodifusão comercial como programação, determinando “um deslocamento importante da noção de sequência como programação para a noção de sequência como fluxo.”⁹⁹

“A inovação decisiva aconteceu nos serviços financiados por anúncios comerciais. Os intervalos entre as unidades de programa eram lugares óbvios para a inclusão de publicidade. Na televisão comercial britânica, houve um esforço específico e formal para que os programas não fossem interrompidos por comerciais, que poderiam ser exibidos somente nos ‘intervalos naturais’: entre os movimentos de uma sinfonia ou entre os atos de Hamlet, como o

98 O que Williams não diz – e que representa a efetiva mudança qualitativa do período, para além da mera extensão da programação – é que o equilíbrio desta sequência será progressivamente determinado, segundo os critérios tecnicamente estabelecidos pelo então nascente ramo industrial dedicado à mensuração, classificação e monitoramento (para produção mais eficaz) de audiência.

99 WILLIAMS. 2016, p. 99.

porta-voz do governo disse na Câmara dos Lordes! Na prática, isso nunca foi cumprido e nunca se pretendeu que fosse. O 'momento natural' tornou-se qualquer momento em que a inserção comercial fosse conveniente. Noticiários, peças e mesmo filmes que haviam sido exibidos no cinema como performances específicas e completas começaram a ser interrompidos por comerciais... agora é óbvio que... a noção de interrupção, ainda que tenha força residual advinda de um modelo mais antigo, tornou-se inadequada. O que está sendo exibido não é, nos antigos termos, uma programação de unidades separadas com inserções específicas, mas um fluxo planejado, em que a verdadeira série não é a sequência publicada de programas, mas essa sequência transformada pela inclusão de outro tipo de sequência, de modo que essas sequência juntas compõem o fluxo real, a real 'radiodifusão'. (...) A técnica tem um precedente nas pantomimas que antecediam peças ou cenas no início do teatro elisabetano. Mas o que se seguia à pantomima era a peça ou a cena. Aqui, o que se segue é aparentemente um material um tanto desconexo.” (WILLIAMS, 2016, pp. 100-102.)

Williams confere à publicidade, na estruturação do discurso televisivo, o mesmo papel conferido por Adorno ao *hear-stripe* e, mais fundamentalmente, à expressão técnica de certas tendências gerais do sistema de trocas, na estruturação do discurso radiofônico. Em razão de sua inserção segmentadora – não somente nos intervalos, ao final de cada unidade de programa; mas em interrupções cada vez mais frequentes, que vão decompondo, interior e regularmente, segundo a conveniência publicitária, cada uma das unidades tradicionais da programação – os anúncios passarão a determinar o “real movimento” do discurso televisivo. Condicionando, à sua semelhança, a duração média dos segmentos de cada unidade de programa;¹⁰⁰ e, por assim segmentar a programação, regular e, permanentemente, objetivá-la como um fluxo que diluirá aquela sequência de unidades de sentido que compunha tradicionalmente a programação, dando lugar à mera sucessão planejada de “um material [aparentemente] um tanto desconexo”. Cujas unidades objetivas resultará (e, nisto, a análise do fenômeno televisivo, por Williams, mais uma vez repete a análise adorniana do fenômeno radiofônico): negativamente, da inevitável homogeneização (e tendência à irrelevância do conteúdo) de cada uma das suas partes isoladas, dispostas em série; e, positivamente, da imposição de elementos que compõem o processo “infraestrutural”

¹⁰⁰ “Em um nível, a média de duração de um elemento noticioso é de fato determinada pela unidade de tempo de atenção que os comerciais estabeleceram.” (WILLIAMS, 2016, p. 126)

ou “energético”¹⁰¹ da linguagem, como novo princípio organizador do discurso televisivo. Se o autor de *Radio Physiognomics* identificara o sinal ruidoso do transcorrer da película como indício do “real movimento” do fenômeno radiofônico; Williams afirma, por sua vez, mais refinadamente, que:

“A sequência de itens aparentemente desarticulados é na verdade guiada por um conjunto consistente e marcante de relações culturais: um fluxo de informes e produtos consumíveis, em que os elementos de velocidade, variedade e mescla podem ser vistos como organizadores: os reais portadores de valor.” (WILLIAMS, 2016, p. 115.)

A esta segmentação e regulação das formas herdadas da tradição para produção do fluxo tecnicamente objetivado pelos meios da radiodifusão, corresponderia ainda uma modificação, igualmente notada pelos dois autores, na forma da relação estabelecida entre a indústria cultural e os seus consumidores típicos; pela qual o engajamento dos indivíduos aos meios da radiodifusão também tenderia, sob a primazia constitutiva do fluxo, ao estabelecimento de uma relação mais continuada e sistemática, referida antes ao próprio aparelho e à programação como um todo, do que às unidades de programas ou a determinados períodos da programação.

“... a maioria de nós diz que está ‘assistindo à televisão’, não assistindo a um ‘telejornal’, uma ‘peça’ ou uma ‘partida de futebol’ na televisão. Algumas vezes, certamente usamos as duas formas, mas o fato de usarmos a primeira já é significativo. Também já admitimos abertamente e com determinado pesar que achamos bastante difícil desligar a televisão; várias vezes, mesmo quando ligamos a televisão para assistir a determinado programa, pegamo-nos assistindo à atração que vem depois e a seguinte.

(...) embora as unidades possam ser variadas, a experiência televisiva as unificou de uma forma importante.” (WILLIAMS, 2016, pp. 103-105.)

Havendo, no entanto, uma diferença relevante, entre os diagnósticos dos dois autores, neste ponto: Williams entende essa nova forma de engajamento ao sistema

101 Como lembra Eliseo Verón, “em todo sistema de comunicação podem-se determinar, num nível, processos energéticos (os ‘trens’ de energia elétrica num computador ou os processos acústicos numa comunicação verbal)... e, em outro plano, processos de transmissão de informação... que dão forma à energia, impedindo que esta se distribua ao acaso pelo canal.” VERÓN, 1970, p. 40.

como resultado da capacidade da sequência planejada da programação para “prender continuamente a atenção” dos indivíduos, através do encadeamento planejado dos conteúdos explicitados em cada um dos segmentos da programação:

“Podemos já estar envolvidos com outro programa antes que tenhamos reunido forças para nos levantarmos da poltrona, e muitos programas são feitos com essa situação em mente: prender a atenção nos momentos iniciais e prometer reiteradamente que coisas excitantes estão por vir, se permanecermos assistindo.” (WILLIAMS, 2016, p. 104.)

Já Adorno – mais atento aos limites de tais motivações aparentes para o adequado entendimento dos fenômenos sociais – propõe que se compreenda essa relação estabelecida entre os consumidores típicos e a indústria cultural, sob a pressão do fluxo tecnicamente objetivado pelos meios da radiodifusão, a partir da análise de um comportamento típico dotado de “considerável valor sintomático” – comportamento típico que será descrito pelo autor como um processo de efetivo engajamento encetado pelos indivíduos como uma *contra-tendência*, ou seja, como um esforço ativo por, em alguma medida, autoexpressar-se, e resistir a sujeitar-se, sem mais, ao material padronizado transmitido pela indústria cultural.¹⁰²

Obviamente, tal esforço está confinado dentro de limites muito estreitos, manifestando-se nas duas únicas atividades através das quais os ouvintes do rádio são capazes de interferir diretamente na transmissão: *seleção (selection)*, e *recepção apurada (getting good reception)*. Pela primeira, os ouvintes alternam continuamente a seleção dentre as estações disponíveis, buscando adequar a transmissão às suas próprias preferências. Mas, a despeito da crescente diversidade aparente de estações e programas à disposição do ouvinte, a padronização do material oferecido permanece, em geral, inalterada – como vimos, tanto por causa da segmentação técnica, que faz todo material musical tender à irrelevância no interior do fluxo homogêneo da transmissão, quanto em razão da rigidez das referências operativas determinadas pelo sistema. Restando, ao final desta pretendida atividade resistente de “girar o *dial*” (além da evidenciação da

102 ADORNO, 2009, p. 101.

homogeneidade da transmissão) somente certa “sensação de estar tocando [primitivamente] um instrumento” – “cujo efeito, desconhecido pelo ouvinte, talvez possa ser comparado ao som arrastado de um acordeão”.¹⁰³ Pela segunda atividade (*good reception*), os ouvintes cuidam de atingir a melhor recepção possível da transmissão, tomada esta como um “fenômeno em si mesmo” – seja através da sintonização mais exata, seja da adequação do volume a cada fenômeno musical, ou mesmo da utilização de acessórios adicionais para tornar a recepção mais clara ou influenciar a tonalidade, etc. Neste caso, embora a tentativa de resistência à padronização e autoexpressão não seja tão evidente, uma vez que tratar-se-ia, alegadamente, “não de modificar o fenômeno radiofônico para expressar o próprio gosto, mas de alcançar uma idéia da performance atual, tão clara quanto possível”, Adorno argumenta que, dado o enorme espectro do que pode ser buscado como sendo uma “boa recepção” pelos diferentes perfis de ouvintes – por exemplo, quanto ao volume, desde a mais “forte”, até a que acaba reduzindo o fenômeno musical a um “pano de fundo”, passando por todas as variações possíveis entre esses dois extremos – “o conceito de ‘boa recepção’ não é tão inequívoco como se poderia esperar... contendo certamente fortes elementos individuais”,¹⁰⁴ ou seja, fortes elementos de autoexpressão. Estando estes apenas restritos, tanto quanto na atividade de “seleção”, dentro de um estreito quadro pré-determinado pelo material dado na transmissão.

103 ADORNO, 2009, p. 97.

104 ADORNO, 2009, p. 98.

Seleção” e “boa recepção” revelam-se assim, fatalmente, como *pseudo-atividade*.¹⁰⁵ E por sua comum incapacidade de produzir qualquer autoexpressão efetiva, pela inevitável vanidade de sua intenção dirigida contra a transmissão, ambas as atividades acabam esvaziando-se de qualquer objetivo determinado para além de si mesmas, ou seja, para além do simples engajamento material dos indivíduos com o sistema radiofônico, através da manipulação direta (diletante, aleatória) dos seus aparelhos.

“... people who are dealing with radio do not behave so »rationally« and are not so entirely guided by the desire to get good reception as they pretend to be and as they are expected to be... the idea of good reception becomes largely independent of what the listener wants to hear, an idea in itself. There is, first, twirling the dial. Of course the reason usually given is that the listener is trying to get samples of the offerings of different stations before making up his mind about what to listen to. It is pretty obvious that in a number of cases this is a rationalization. People twirl the dial for the sake of twirling. They turn the dial until they get a new station and as soon as they get it, or as soon as they know they can get it, they change it again and try anew with a different station. Of course they may be captured by something which interests them particularly, but there seems to be a strong likelihood that the dial-turner – the man or woman who does not switch on his radio to get a particular station or program but just to adventure on the air – gets his main pleasure from the very fact of turning the dial and from the possibilities of the machine, without caring very much about what he gets. This likelihood increases with the similarity of programs, particularly of light musical programs which are available almost all the time. We may assume that dial-turning alone, devoid of any real selection, becomes important to the listener in direct proportion to his loss of interest and the degree of importance he attaches to the station he tunes in... ” (ADORNO, 2009, p. 101.)

¹⁰⁵ “For, roughly speaking, any attempt to express himself as an ‘additional factor in the performance’ will obviously only spoil the phenomenon and will sound childish. Although it is our conviction that if the automatic behavior of radio listeners could be checked many more cases where this spoiling of the phenomenon actually occurs could be found, it would be hard to verify it because no respondent is likely to admit that he behaves so. He would be afraid of making a fool of himself. The reason for this is that no matter how far the activity of a regulating listener may go, he has no real power over the phenomenon. It always remains within the framework and within certain proportions of the given material. The ridiculous and spoiling effect of that sort of activity, which we shall simply call ‘pseudo-activity’, is based upon the fact that all of the listener’s possible attempts to modify the phenomenon remain external to it, an arbitrary addition instead of a really constitutive element.” (ADORNO, 2009, pp. 99-100.)

Deste modo, absorvida por tal fetichização da manipulação dos aparelhos domésticos, a pretendida resistência inicial à ubiquidade e padronização da transmissão torna-se seu contrário: “obediência às leis do aparato” e “identificação com o poder central” da indústria cultural.

“Instead of being able to do something against the mechanism when such an attempt would be futile, he wants to do something with the mechanism and identify himself with that attempt at the expense of what he is allegedly pursuing. Good reception becomes a fetish. By »fetish« we mean that the means are considered the end. This completely reverses his resistance. Doing the best job for receiving a radio broadcast no longer opposes ubiquity-standardization but obeys its laws so completely that the listener gets the illusionary self-satisfaction that the workings of the mechanism are his own. Still there is good reason to believe that behind this transformation lies only his original desire to preserve his individuality and »his phenomenon« as his property. When conditions prevent people from fulfilling this desire against a central power, they make the case of the power their own case. The pattern is: private person resists ubiquity-standardization of his radio set; knows this resistance is futile; finally transforms this wish for individual activity into preparedness to obey the laws of his apparatus; but just in this way loses his relation to the object and the content which he originally sought or pretended to seek. This pattern may well be considered an example of social attitudes covering a much broader field than the small living room where the dial-twirler proves his competence.” (ADORNO, 2009, p. 102.)

É importante notar que os modos de engajamento à indústria cultural descritos por Adorno e Williams são complementares. E, além de descreverem um estágio historicamente delimitado da vanguarda do sistema, cada um deles corresponde, tipicamente, à afirmação relativa de determinada tendência elementar no processo de constituição do sistema da indústria cultural como programação: embora Williams insista na centralidade da experiência da radiodifusão como fluxo, o seu entendimento sobre o modo de engajamento ao sistema por excitação permanente da atenção consciente corresponde melhor aos modelos de constituição planejada da *programação como sequência*, ou seja, aos modelos de programação, cuja centralidade segue sendo a disposição proporcional e o encadeamento instigante de conteúdos/unidades de programas, claramente delimitadas e significativas por si mesmas, no tempo; já o padrão descrito por Adorno, em *Radio Physiognomics*, corresponde mais fielmente às condições da experiência relacionada a modelos de

programação centrados na hipertrofia relativa do fluxo, e correspondente dissolução tendencial mais acentuada do significado individual daquelas unidades de programas.

Restando-nos, agora, uma vez analisadas tais tendências, perguntar em que medida elas poderiam explicar o modo como se tem configurado a relação entre o meio e os consumidores típicos, na atual vanguarda do sistema.

4. DA SUBSUNÇÃO MATERIAL DO TEMPO LIVRE NA ATUAL VANGUARDA DA INDÚSTRIA CULTURAL

4.1 Da Expressão Subjetiva da Eficácia da Influência da Maquinaria da Indústria Cultural

Até aqui, alguém poderia com razão – considerando a nossa excessiva concentração no processo de objetivação técnica de certa temporalidade maquinal/homogênea pelos *mass media*, etc. – censurar como um mero paralelismo, a nossa caracterização dos modos típicos do comportamento do consumidor submetido à programação da indústria cultural. De fato, é preciso que determinemos mais concretamente esta relação, no que diz respeito aos seus efeitos subjetivos.

Para isto, recorreremos ao brilhante *Sociedade Excitada – filosofia da sensação*, do filósofo alemão Christoph Türcke, que nos será extremamente útil, pelos seguintes motivos: i) a tese que tem norteado este trabalho – da gradativa subsunção material do tempo livre sob o capitalismo, através do estabelecimento da indústria cultural como instância capaz de administrar sistematicamente o tempo livre, influenciando, a seu modo, a “forma da intuição” subjetiva – é explicitamente referida por Türcke, e constitui um dos fios condutores de seu livro; no entanto, Türcke compreende o desdobramento histórico do fenômeno, a partir de uma abordagem complementar àquela que utilizamos até aqui: enquanto, centrados no modo de estruturação da programação, temos buscado compreender a sistematização da indústria cultural no tempo livre como um análogo administrativo da maquinaria industrial, sobretudo através da sua capacidade de apropriar-se da temporalidade tradicionalmente autônoma e complexa de atividades de lazer tradicionais, através da progressiva segmentação e objetivação dessas atividades como fluxo homogêneo; Türcke, por sua vez, a partir das implicações de um aparelho específico, a máquina fotográfica, e de suas imagens tecnicamente produzidas, recorre sobretudo à atualização de elementos da psicanálise freudiana para compreender a modificação qualitativa observada historicamente no modo de subsunção dos indivíduos pela indústria cultural, como um processo extremamente eficaz de condicionamento heterônomo

da atenção subjetiva. Além disto, conforme demonstraremos, ii) nesta sua interpretação do fenômeno, de perspectiva complementar à nossa, Türcke acabará também articulando, a seu modo, em suas conclusões, aqueles mesmos elementos que viemos destacando, até aqui, a respeito da natureza da influência da programação objetivada pela indústria cultural sobre os seus consumidores típicos; mas já iii) para a análise de um estágio mais atualizado do fenômeno, com este em vias de reorganização, após a popularização da web 1.0.

Assim como Williams, Türcke começará por destacar que, uma vez tendo-se estabelecido o modelo de financiamento da indústria cultural em torno da produção de audiência e da venda de publicidade, era inevitável que a crescente pressão concorrencial levasse à afirmação da propaganda como “força unificadora básica”¹⁰⁶ da transmissão. Mas, ao invés de destacar o papel da intensificação das inserções publicitárias para: a diluição daquela sequência equilibrada, em torno da qual se articulava a clássica programação televisiva, redução proporcional a si das demais unidades da programação, e para o conseqüente recrudescimento do fenômeno do fluxo; Türcke buscará demonstrar que a propaganda estabelece “um *trend* para a expressão estética” de cada uma das unidades de programa, independentemente do seu tipo comunicacional manifesto (se técnico, jornalístico, educacional, etc.).

De modo que toda pretendida mensagem passa a dever subordinar-se, antes de tudo, ao imperativo: *causar sensação!*, *se não quiser desaparecer sob o ininterrupto fluxo de informações* objetivado pela indústria cultural; e *como, inversamente, apenas o que causa uma sensação passa a ser percebido*, a produção planejada do chocante, do sensacional, passa a ser a regra na transmissão; *convertendo a percepção do que causa uma sensação na percepção tout court, o caso extremo da percepção em instância normal.*¹⁰⁷

De início, portanto, o que unificaria o sistema discursivo da indústria cultural seria o estabelecimento dessa mesma *competência comunicativa* e o correspondente

106 TÜRCKE, 2011, p. 25.

107 TÜRCKE, 2011, p. 20

princípio da produção planejada de *choques* como qualidades substanciais de todas as unidades da programação.

“Aqui [conforme o ‘trend’ comunicacional estabelecido pela propaganda], a associação arbitrária torna-se um bem comum, um lugar-comum, uma forma universal de comunicação e percepção. A associação chocante daquilo que não é associável corresponde tão somente ao contraponto da construção, em um piscar de olhos, de sutis campos de associação, e ambos constituem o centro de força da propaganda, o cerne de sua competência comunicativa, que visa apenas a um objetivo: chamar a atenção...” (TÜRCKE, 2001, p. 52.)

Por outro lado, assim como o fizera Adorno, TÜRCKE remeterá essa tendência compositiva para algo mais fundamental do que as inicialmente citadas pressão concorrencial e insistência na realização de uma mesma competência comunicativa – para algo como aquilo que Adorno chamara de *fisionomia*, referindo-se à voz tecnicamente objetivada pelo rádio: o fato de produzir-se toda a sua torrente imagética, a partir de um mesmo aparelho: a *máquina fotográfica*. Cujas imagens, tecnicamente produzidas, seriam capazes, por si sós, ou por sua própria fisionomia, de *conferir status de excepcionalidade*¹⁰⁸ para o que quer que apresentem como seu conteúdo; objetivando tecnicamente e generalizando (independentemente do que captem) o *choque*, o *sensacional* como seu modo próprio de produção/reprodução – objetivando e generalizando tecnicamente, portanto, uma determinada *forma de intuição*. Afinal,

“... também se poderão chamar de formas de intuição as regulamentações que são impostas de fora de um sistema de percepção, seja com efeito intensificador ou amortecedor, canalizador ou difusor, e nesse sentido a fotografia indubitavelmente é uma delas. Certas funções elementares da visão, como a diferenciação entre claro e escuro e entre cores, percepção de formas e movimentos, não se tornam diferentes através da fotografia, mas são dirigidas de maneira diferente... É indiferente se o objeto em si é excitante ou tedioso de matar; a câmera o transforma em presa do olhar, coloca-o sob o status de um ‘isto aí’ – e com isso lhe instila automaticamente o imperativo ‘olhe para cá’ que ele então irradia sobre o observador”. (TÜRCKE, 2011, p. 188.)

108 TÜRCKE, 2011, p. 188.

Segundo TÜRCKE, a indústria cultural constitui-se então como uma maquinaria capaz de *dirigir a forma da intuição* subjetiva em determinada direção, sobretudo, por intermédio da produção de *choques visuais* em série. Mas como isto se efetua? Por que as imagens tecnicamente produzidas pela máquina fotográfica são necessariamente *sensacionais*? E, admitindo-se a irresistibilidade do *choque* objetivado nas imagens fotográficas, de que maneira a estruturação do discurso da indústria cultural como uma sucessão de *choques* pode dirigir a própria *forma da intuição* dos seus consumidores típicos?

TÜRCKE afirma que o “olhe para cá” irradiado por cada imagem fotográfica é imperativo por razões de ordem neurofisiológica. E, para demonstrá-lo, o autor desenvolverá uma hipótese sugerida por Freud, sobre o papel da *compulsão à repetição* para o estabelecimento daquelas ligações neuronais que, de fato, dão forma à intuição humana, ou seja, que estão “tão firmemente atadas em cada sistema nervoso que todas as outras ligações ocorrem sobre a sua base”¹⁰⁹. Como é sabido, a interpretação dos fenômenos da repetição onírica compulsiva de eventos traumáticos levava Freud a sugerir, em *Além do Princípio de Prazer*, a existência de um princípio “mais primitivo, elementar, instintivo do que o princípio de prazer”.

Este princípio estaria relacionado à necessidade de assimilação de eventos *pavorosos* pelo organismo, ou seja, de eventos exógenos que, irrompendo de maneira abrupta – e absolutamente inesperada (assustadora), ou absolutamente violenta (dolorosa) – são experimentados como algo cuja assimilação não pode ser suficientemente realizada pelas ligações já conformadoras do sensorio humano; provocando, por isto, um excesso insuportável de excitação nervosa. Nestes casos, diz Freud, a repetição onírica angustiada do evento original, obviamente, não se deixaria compreender segundo a interpretação clássica, ou seja, como se fosse um produto da repressão de desejos inconscientes; cumprindo, na verdade, uma outra função (“mais primitiva, elementar, instintiva”), de arrefecimento e dominação, por repetição e gradativa assimilação, daquele excesso insuportável de excitação nervosa causada pelo evento *pavoroso* – a noção de *choque* expressa justamente

109 TÜRCKE, 2011, p. 188.

esse violento abalo capaz de mobilizar irresistivelmente a *atenção*, a ponto de encetar a sua rememoração compulsiva. Tratando-se, portanto, de um intenso exercício neurofisiológico de *fixação*: *fixa-se*, angustiadamente, no evento pavoroso para *fixá-lo*.¹¹⁰

Assim, sugere Türcke: se, por um lado, a repetição compulsiva atesta a força acachapante da mobilização heterônoma da *atenção* do organismo por pressões exógenas incomensuráveis; por outro lado, ela propicia, através da própria defesa reflexa da repetição compulsiva, o único caminho para a assimilação dessas pressões. Porque, enquanto insiste na “recordação indomada [do objeto hostil] ainda capaz de forçar signos de qualidades reais”¹¹¹, *fixando-se nela...* o organismo também vai *fixando*, gradativamente, a rede neuronal especificamente “ligada” quando da ocorrência do evento pavoroso – tornando-a persistente, estabilizada, e o evento pavoroso finalmente comensurável. E, “com isso, a neurose traumática aparece sob uma nova luz:” não terá sido essa “compulsão doentia à repetição, em seus inícios, uma força constituidora de nervos, impulsionadora daquelas ligações neuronais que enfim resultaram no *Homo sapiens*?”¹¹² – pergunta Türcke. Afinal, embora não se saiba “por que caminhos e descaminhos, motivadas por que acontecimentos, tais ligações neuronais se iniciaram e se exercitaram”,¹¹³

110 TÜRCKE, 2011, p. 132.

111 FREUD, S., Apud CAROPRESO; SIMANKE, 2006, p. 211.

112 TÜRCKE, 2011, p. 133.

113 “...a sensação primeva humana não é o sagrado, e sim o pavor... Também ela [a humanidade] não terá encontrado menos prazer e fruição em alimento, luz, cores, calor, contato corporal e atos sexuais do que os outros mamíferos. Mas não é isso que a cunhou, que lhe deu seu caráter próprio de espécie. Caráter significa, literalmente traduzido, cunho, e não existe nenhum cunho sem pressão, golpe, pontada ou choque. O que o punção de cunhagem é para a moeda, o choque foi para o sistema nervoso humano: um fixador abalador. Apenas, a fixação aqui não se deu como um único enrijecer-de-pavor, mas foi tomada sob o próprio governo e estendida e alargada por meio da repetição a tal ponto que as formas ritualizadas de linguagem, culto e trabalho que surgiram nesse processo ganharam uma relativa vida própria... [constituindo], se quisermos empregar uma imagem, a pele respirante desse sensorio humano, que não apenas o protege, mas também o mantém coeso e o capacita a concentrar-se firmemente em algo, um objeto, uma pessoa, uma constelação, um problema, em outras palavras: realizar, para muito além da duração de um estímulo físico imediato, o trabalho sintético de uma longa, duradoura atenção.” (TÜRCKE, 2011, p. 169.)

“Certo é apenas que o intenso exercício daquelas capacidades que se chamam consciência, pensamento, formação de conceitos é um trabalho nervoso pesado, que nenhum organismo toma a si a não ser sob grande pressão. Dito de outra forma: simplesmente não é possível fazer uma idéia de como a repetição constante que um tal exercício implica poderia ter começado de outro modo senão sob uma violenta compulsão à repetição”. (TÜRCKE, 2011, p. 133.)

“Se a sensação primeva dos seres humanos é o pavor, um ‘eis’ categórico, absoluto, isso então significa que, quando a percepção começou a se tornar especificamente humana, ela se inflamou ao extremo, ao primordialmente excitante. Ela se tornou sensatio através do sensacional per excellence. Apenas por meio do artifício singular de torná-lo familiar pela repetição, de temperar sua torrente de excitação é que foi exercitado, treinado, preparado aquilo que hoje se evidencia como sensório humano e que parece transmitir-se de geração para geração como um conjunto de certas formas de percepção e presentificação mais ou menos firmemente interligadas. Em outras palavras: o sensório humano, que nos parece um dote constante do Homo sapiens, é o resultado de uma longa desescalada da sensação.” (TÜRCKE, 2011, p. 170.)

Portanto, a partir de um estado inicial de extrema suscetibilidade à fixação heterônoma compulsiva da atenção subjetiva como único recurso para assimilação de eventos *pavorosos*, ou *sensacionais per excellence*, e através desta mesma repetição compulsiva, alcançar-se-ia, neurofisiológica e historicamente, um estado de relativo equilíbrio, de atividade perceptiva suficientemente estabilizada, normalizada, “bem temperada” – estado no qual, finalmente, *o sensório humano capacita-se para realizar, para além da duração de um estímulo físico imediato, o trabalho sintético de uma longa, duradoura atenção*. A ponto de toda uma milenar tradição filosófica ter podido referir-se à percepção humana, tomando-a majoritariamente como uma constante natural, e ao termo “sensação” para designar genericamente a atividade perceptiva.¹¹⁴

Até que, ao final do século XVIII, nota-se o início de uma inversão no significado de “sensação”, registrada especialmente nas obras dos filósofos sensualistas. E, depois de ter sido tomada como instância subalterna durante toda a era cristã, a atividade perceptiva volta a ser compreendida nas obras desses filósofos como o fator dotado

114 TÜRCKE, 2011, p. 169-170.

de maior realidade no processo de conhecimento do mundo, e como instância fundante do pensamento – justamente através das *impressões* causadas pelas *sensações* sobre a *tabula rasa* do intelecto humano. Encontrando-se no filósofo Berkeley, a expressão mais drástica dessa inversão.

Isto porque Berkeley radicaliza o modelo teórico de Locke, seu predecessor, que ainda preservava a independência e o papel unificador de algumas “operações primárias do espírito”, irreduzíveis à sensação; e compreende todo o processo de conhecimento como uma infundável sucessão de sensações – para além das quais, seria impossível admitir-se qualquer reflexão unificadora dotada de realidade, seja a de “um mundo exterior existindo em si”, seja a de uma “unidade da percepção advinda dos diferentes órgãos sensoriais”.¹¹⁵ O que o levará a afirmar, como é sabido, que apenas o próprio Deus poderia assegurar tal unidade pela *impressão nos nossos sentidos das coisas reais*, “mais fortes, organizadas e coerentes do que as criaturas da mente”, justamente porque *excitadas* imediatamente pela vontade do próprio criador.¹¹⁶ Concluindo-se, portanto, ao revés da tradição, que *as excitações sensoriais mais elementares é que são mais próximas de Deus; e que a sensação autêntica não é aquela que está sob o meu controle, mas aquela que se impõe contra a minha vontade*.¹¹⁷

Segundo TÜRCKE, apesar do seu flagrante absurdo, essa tese de Berkeley expressava exemplarmente, à sua época, o problema colocado por uma modificação objetiva que então apenas se prenunciava como um tendencial retorno àquele fundamento arcaico, proto-histórico da compulsão à repetição, sugerido por Freud, ou seja, como retorno a uma condição de majoritária determinação exógena da atenção por ocorrências sensacionais, na *condição perceptiva moderna e urbana que, nascida segundo os padrões do mercado medieval*, não mais se modificaria

115 TÜRCKE, 2011, p. 105.

116 TÜRCKE, 2011, p. 106.

117 TÜRCKE, 2011, p. 107

qualitativamente¹¹⁸, expandindo ubiquamente o pregão de feira, sob o imperativo “causar sensação!”

Finalmente, será possível compreender porque o advento e rápida popularização da máquina fotográfica teria estabelecido, em meados do século XIX, as condições para que tal inversão registrada pelos filósofos sensualistas se efetivasse historicamente como *forma de intuição* típica da sociedade capitalista: recapitulando, argumentou-se que o estabelecimento daquelas ligações neuronais que, de fato, dão forma à intuição humana, ou seja, que estão “tão firmemente atadas em cada sistema nervoso que todas as outras ligações ocorrem sobre a sua base”¹¹⁹, deve ter resultado de um extraordinário trabalho de *atenção* para sua *fixação*; o que, por sua vez, não teria sido possível senão através daquilo que sugere a hipótese freudiana de *Além do Princípio de Prazer*: como uma repetição compulsiva mobilizada pelo sistema nervoso para assimilação de pressões exógenas *pavorosas*. É claro que não se pretende com isso dizer que a fotografia é *pavorosa* como devem ter sido pavorosos os eventos proto-históricos que motivaram o estabelecimento daquelas ligações neuronais mais básicas da espécie humana; ainda assim, segundo Türcke, ela é capaz de produzir *choques* ou produzir *sensações* em série, atraindo e conduzindo, heterônoma e irresistivelmente, a *atenção* subjetiva – a ponto de generalizar e perpetuar o *reclame* do mercado; até normalizar novamente, com a sua popularização, o que há muito vinha representando apenas um estado extremo da atividade perceptiva – porque a forma de intuição da fotografia preserva o que há de *essencial* no *pavoroso*: a sua radical *incomensurabilidade* com o sensório humano: tanto em razão de seu modo de captação *abrupto* (simultâneo e repentino); quanto por seus produtos literal e inexoravelmente epifânicos: o instante paralisado, dotado de absoluta nitidez e abundância *infinita* de detalhes – ambos radicalmente estranhos à apreensão gradual, parcial, hierarquizante e instável que caracteriza a natural-espontânea atividade perceptiva.

118 TÜRCKE, 2011, p. 119.

119 TÜRCKE, 2011, p. 188.

Por essa radical incomensurabilidade, é como se a fotografia *abstraísse* e objetivasse tecnicamente o mecanismo do *choque* que deve acompanhar toda experiência pavorosa. A fotografia é uma espécie de *pavoroso* exangue, mas extremamente eficaz. A fotografia é *sensação absolutizada*.

“‘Absoluto’ significa de início apenas ‘desligado’. Neste sentido a sensação absoluta é algo que leva uma existência desligada – mais ou menos como no Hades o si-mesmo continua a viver como sombra depois que sua carne e seu sangue já se foram há muito. É certo que a sombra aí sempre foi pensada como algo quase nulo: como totalmente incolor e sem sangue em comparação com aquele que a projeta. Mas as cavernas modernas que preservam as sombras de epifanias passadas ampliam-na e multiplicam-na quase ao incomensurável. Assim, a sombra é, de fato, desigualmente mais pálida que o original desaparecido, mas, por sua vez, com toda sua palidez, também desigualmente mais capaz de produzir efeito. É apenas um sucedâneo, mas o sucedâneo se tornou a própria coisa. E com isso entra em cena a outra nuance de significado de ‘absoluto’: a do incondicional, categórico.” (TÜRCKE, 2011, p. 194.)

A fotografia distingue-se, antes de tudo, por sua capacidade de interromper o fluxo natural-espontâneo dos acontecimentos, segmentando-o em instantes abruptamente paralisados, assim como, em primeiro lugar, o fizeram tecnicamente apenas as práticas dedicadas à instauração ritualística de tempo e espaço extraordinários, sacralizados. Bem entendido, o *choque* é um efeito ou expressão positiva desta *segmentação*. Daí seu caráter *absoluto-categórico*. Por isto, a princípio – tomadas assim isoladamente, antes que a sua qualidade segmentadora estivesse integrada num fluxo maquinal apropriado – as fotografias teriam oferecido, na verdade, ocasiões de repouso *concentrado* da atenção no *tempo livre*, em oposição à experiência de sua dissolução (da atenção e dos movimentos corporais) sob a pressão da maquinaria laboral.¹²⁰

É somente quando esta qualidade segmentadora da fotografia subordina-se ao fluxo tecnicamente objetivado do filme cinematográfico que o *efeito abrupto reivindicador de atenção do choque imagético* passa a representar a *trepidação com que a*

¹²⁰ “... a imposição de se adaptar [à maquinaria laboral] foi de início, para toda uma classe da população, o aspecto dominante de trepidação e choque, em comparação com o qual o choque imagético se colocava na esfera do repouso, a contemplação de fotos entre os lazeres parcimoniosamente semeados.” (TÜRCKE, 2011, p. 196.)

*máquina a vapor se movimenta*¹²¹; e a indústria cultural consoma, finalmente, a subsunção real do tempo livre. O cinema efetiva a subsunção real do tempo livre, porque é o primeiro aparato industrial cultural capaz de: i) “canalizar as várias formas tradicionais de diversão”; ii) e alcançar “todas as classes e categorias profissionais”; iii) submetendo-as à mesma “forma específica de exigência dos nervos, que a vida industrial na grande cidade traz consigo”.¹²²

A respeito desta “forma específica de exigência dos nervos”, TÜRCKE observará – analogamente à interpretação de Adorno e Williams sobre o modo de apropriação das atividades de lazer tradicionais pelos aparelhos da radiodifusão – que aquela mobilização concentrada da atenção subjetiva, tipicamente relacionada à fruição de unidades fotográficas isoladas, tomadas como totalidades ou unidades claramente delimitadas, dará lugar a um novo modo típico de mobilização da atenção; no qual a *distração* resultará da extrema redução do tempo de exposição e proliferação sequencial (num fluxo maquinal) daqueles *choques* (segmentos) fotográficos que, tomados isoladamente, eram, como vimos, extremamente eficazes para fazer exatamente o contrário: mobilizar a atenção concentrada; de modo que cada segmento fotográfico projetado no interior do fluxo imagético do filme torna-se capaz de mobilizar irresistivelmente a atenção para, na próxima fração de segundo, remetê-la ao segmento seguinte, igualmente irresistível, e assim sucessivamente...

Daí que TÜRCKE chame a este estado “distração concentrada”: distração não como resultado de um *deficit* ou recuo descompromissado da atenção, como costuma fazer parecer a noção de “entretenimento”; mas de uma inflação perpétua, da mobilização exógena centralizada e impiedosa da atenção subjetiva, integrando-a sob a pressão do fluxo maquinal cinematográfico (assim como o fizeram os eventos arcaicos *sensacionais*), ao mesmo tempo em que força a sua decomposição, fixando-a alternadamente, sem repouso, nos segmentos pontuais de uma acelerada sequência imagética – num claro análogo não laboral dos efeitos do processo de

121 TÜRCKE, 2011, p. 195.

122 TÜRCKE, 2011, p. 265.

subsunção da atenção/atividade do trabalhador pela maquinaria no tempo de trabalho, conforme observa Türcke:

“A força de concentração da atividade de trabalho é, concomitantemente, uma força de decomposição, de distração, e exatamente esse duplo efeito passa para para a imagem fílmica e para sua conduta receptivo-estética correspondente... De modo fulminante, o choque concentra a atenção num ponto, para poder triturar essa concentração através de incontáveis repetições. O meio de concentração é, propriamente, o meio de decomposição. A impressão dominante, que a imagem fílmica desempenha em cada cultura sem filme e que é penetrada por essa imagem... como ainda hoje se vê em certas regiões do mundo, nas quais a televisão já chegou, famílias inteiras perseguindo atentamente cada movimento que ocorre na tela –, seguramente tanto se desgasta quanto exige a sua conservação.” (TÜRCKE, 2011, p. 265.)

Note-se que, ao tomar a projeção cinematográfica das imagens fotográficas como modelo para a compreensão geral do modo de estruturação do discurso realizado pela indústria cultural, Türcke recorre a alguns dos principais elementos que temos explicitado para compreender objetivamente o modo típico de engajamento mobilizado pela programação da indústria cultural; descrevendo-a (a projeção cinematográfica) como um processo de: i) segmentação técnica de um fluxo originalmente natural-espontâneo; ii) integração desses segmentos, tradicionalmente tomados como totalidades de sentido concentrado, sob a pressão do fluxo maquinal do filme; destacando-se, ademais, iii) a centralidade do elemento energético, além do *choque*, especialmente da velocidade, para explicar a eficácia da subsunção (integradora/decompositora) da sequência fílmica.

Já quanto aos aspectos subjetivos desse processo de subsunção, o esforço do autor para compreender a razão neurofisiológica da eficácia da influência da indústria cultural sobre os indivíduos, o leva a uma conclusão semelhante àquela de Raymond Williams: a indústria orienta exteriormente a atenção subjetiva, na medida em que é capaz de excitá-la, infalivelmente e sem descanso, a cada segmento projetado na sequência fílmica. Por outro lado, Türcke também nota em alguns momentos, assim como notara Adorno, que a projeção das tradicionais unidades fotográficas no fluxo tecnicamente objetivado do filme, tende a homogeneizar todas

essas unidades, reduzindo-as à mesma irrelevância.¹²³ Estando, esses dois entendimentos, articulados naqueles dois sentidos, a partir dos quais, o autor caracteriza o “absoluto” da sensação causada pela imagem tecnicamente produzida:

“... o imperativo categórico se faz notar com a incondicionalidade de um choque traumático, apenas que nesse caso se trata de um choque dissolvido em uma infinidade de minúsculas picadas de agulha ópticas de uma condicionalidade multiplicada, quase não mais apreensível, em outras palavras, trata-se do choque traumático na condição de sombra de si mesmo – volatilizado e refinado até se tornar irreconhecível.” (TÜRCKE, 2011, p. 195.)

No entanto, apesar da suspeita quanto à tendencial irrelevância das imagens, o próprio autor trata a relação entre os dois sentidos expressos na qualidade *absoluta* da eficácia da imagem tecnicamente produzida, como se se tratassem de dois elementos estáticos; entendendo que a generalização do expediente da montagem por choques imagéticos (“associação chocante daquilo que não é associável”), é capaz de sustentar indefinidamente a força categórica do efeito da imagem fotográfica no fluxo objetivado pela indústria cultural.¹²⁴ Acontece que o expediente da montagem tem eficácia obviamente limitada, porquanto esta (tanto no que diz respeito ao próprio procedimento compositivo, quanto no que se refere aos materiais disponíveis para associação inusitada) estreita-se na mesma medida em que cada uma de suas soluções, logo após seu aparecimento bem-sucedido (chocante), passa a integrar, inelutavelmente, o rol das associações mais ou menos previsíveis,

123 “O mais insignificante dos detalhes aqui ainda é digno de atenção, mas todos os detalhes devem essa dignidade à miserável situação de que uma aparelhagem os tornou ‘dignos’ por meio da mera fixação: como que num processo indiscriminado de nobilitação. O punctum, para o qual um detalhe qualquer de uma foto repentinamente me arrebatava, é apenas uma migalha especial que caiu no curso de um nivelamento geral. Pois onde tudo é enobrecido, a nobreza deixa de existir...” (TÜRCKE, 2011, p. 191.)

124 “... a própria maquinaria da sensação se difunde em incontáveis estímulos sensoriais, ao mesmo tempo em que ela, em sua dinâmica, uniformiza de forma rasante... Que os atos de sexo e de violência, os corpos nus e mutilados, as faces transbordantes de lágrimas e sangue passem rapidamente nas telas com frequência cada vez maior – desde que a luta pela percepção se transformou na luta existencial dos canais de televisão –, todas essas situações não implicam um abuso dos meios de comunicação de massa, mas sim a ostentação desenvolvida daquilo que significa choque imagético. Antes de tudo, o choque é simplesmente algo formal: a forma brusca como as imagens penetram na aparência. Mas essa forma como que grita pelos conteúdos que lhe são adequados. Esta é a própria força de gravidade do meio de comunicação, ou seja, quando se traduz o choque imagético em conteúdos chocantes, que o tornam mais forte...” (TÜRCKE, 2001, p. 306.)

irrelevantes, *desligadas*. Não sendo possível, portanto, consentir, sem mais, que o choque traumático, cuja substancialidade fora justificada exatamente por sua qualidade de “sensação por excelência”, ou seja, por sua capacidade de impressionar de maneira acachapante o sensório humano, multiplique a sua eficácia mesmo depois de ter-se dissolvido numa “infinidade de minúsculas picadas de agulha”.

A não ser que, quanto à sua força relativa, os dois sentidos de “absoluto” não sejam tomados estaticamente, mas de maneira inversamente proporcional; e que – insistindo seriamente na hipótese da tendencial irrelevância dos segmentos imagéticos sob a pressão dos velozes fluxos maquinais generalizados como modo de estruturação do discurso pela indústria cultural – compreendamos a possibilidade de preservação da eficácia do *choque imagético* progressivamente absolutizado/volatilizado na vanguarda da programação, de maneira radicalmente diferente, quanto aos seus efeitos subjetivos – de maneira, aliás, certamente mais adequada ao entendimento do próprio Türccke, a respeito da capacidade de produção de *choques* pela *forma de intuição* tecnicamente abstraída e objetivada pela máquina fotográfica, independentemente do que seja captado: se quisermos levar a sério a suspeita da tendencial irrelevância dos segmentos imagéticos componentes das programação da indústria cultural, é forçoso que compreendamos a preservação da eficácia do *choque imagético* em vias de volatilização, *cada vez menos como reação intelectual* (“produção de sutis campos de associação”) à “associação do que não é associável”, e *cada vez mais como reação sensório-motora*, algo como a mera reação do “olho humano que não pode ser impedido de olhar para um ponto do qual um enrijecimento relâmpago dispara em sua direção como um relâmpago enrijecido”.¹²⁵ Pelo que tudo faz crer que, na vanguarda da indústria cultural, “o sentido teológico e político daquilo que ‘necessariamente nos atinge’ é enfraquecido; o sentido fisiológico da expressão entra em cena de forma renovada”.¹²⁶

125 TÜRCKE, 2011, p.193.

126 TÜRCKE, 2011, p. 20.

4.2 Da Subsunção Material do Tempo Livre na Atual Vanguarda da Indústria Cultural

A estratégia ideológica do estágio clássico da programação, na radiodifusão – caracterizada, como vimos, pela transmissão de mercadorias padronizadas, produzidas a partir de um conjunto restrito de referenciais operativos tacitamente acordados pela indústria, e de previsíveis efeitos sociopsicológicos hegemônicos; pela existência de uma programação regular, de adoção geral pelas poucas redes que monopolizavam o setor, cujas segmentação e disposição sequencial centravam-se na distribuição temática dos programas, estabelecida de acordo com a variação tecnicamente verificada na composição demográfica média dos estratos da audiência, ao longo dos dias e da semana – sustentava-se no quase completo monopólio da capacidade de produção e distribuição de conteúdo pelo sistema da indústria cultural.¹²⁷ Acontece que, entre a última década do século XX e a primeira década do século XXI, esta centralização viu-se objetivamente suplantada pela rápida popularização de aparelhos eletrônicos e *softwares* de uso doméstico para produção audiovisual, somada à popularização da web como meio privilegiado para consumo e distribuição descentralizada de produtos culturais. Embora tenha persistido, neste novo contexto, a configuração político-econômica monopolista do setor, essa extraordinária intensificação da produção e distribuição difusas de material fez emergir um importante potencial de expressão contra-hegemônica que acabou inviabilizando a tradicional estratégia ideológica da indústria cultural.

Por outro lado, como resultado de uma série de pressões derivadas da organização monopolista da infraestrutura do setor, esse material difusamente produzido e distribuído via web tem sido quase completamente canalizado pelos *mobile social media*, ou seja, por meia dúzia de plataformas, cujo modo de *programação – forma cultural* e suporte tecnológico prioritário – passaram a ocupar a vanguarda pós-

127 A propósito, Adorno afirmava, por exemplo, na *Dialética do Esclarecimento*: “O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos os são em conjunto”. (p. 99) “As distinções enfáticas que se fazem entre os filmes das categorias A e B, ou entre as histórias publicadas em revistas de diferentes preços, têm menos a ver com seu conteúdo do que com sua utilidade para a classificação, organização e computação estatística de seus consumidores” (p. 101).

clássica do sistema, desde a reorganização da indústria “ponto-com”, em torno da noção de web 2.0, na primeira década do século XXI:

- as *redes sociais*, entendidas aqui em sentido estrito,¹²⁸ e a partir do caso típico do *Facebook* – em razão da sua maior inserção global¹²⁹ e da exemplaridade da sua forma de estruturação do discurso;
- e os *smartphones*, telefones móveis dotados de conectividade à internet e capacidades computacionais superiores – que constituíram um mercado massificado, sobretudo após a introdução do *iPhone Apple*, em 2007 (além da sua interface amigável, o aparelho disponibilizava um amplo conjunto de aplicativos de execução intuitiva, por toque direto no *display* do aparelho); popularizando-se rapidamente, a partir de 2008, quando começaram a ser produzidos aparelhos de menor custo relativo, baseados em sistema Android.¹³⁰

(Embora seja evidente a posição vanguardista e a profunda influência dessa convergência entre a forma cultural das redes sociais e o suporte tecnológico do seu privilegiado suporte móvel, valerá a pena citar, a respeito, algumas informações atualizadas sobre a sua impressionante inserção global: atualmente, há no mundo 5,29 bilhões de usuários únicos de *smartphones*; destes, 4,88 bilhões têm acesso à

128 Restringiremos o alcance do termo, aqui, aos SNS's, ou seja, às redes sociais, entendidas como: “web-based platforms that integrate different media, information and communication technologies that allow at least the generation of profiles that display information describing the users, the display of connections (connection list), the establishment of connections between users displayed on their connection lists, and communication between users.” (FUCHS, 2017, 183).

129 Dado, a respeito da veloz popularização da plataforma, a partir da sua abertura para o público geral, em 2006.

130 Definição extraída de: <https://www.statista.com/topics/840/smartphones/> “Smartphones, mobile phones with more advanced computing capabilities and connectivity than regular mobile phones, came onto the consumer market in the late 90s, but only gained mainstream popularity with the introduction of Apple's iPhone in 2007. The iPhone revolutionized the industry by offering customer friendly features such as a touch screen interface and a virtual keyboard. The first smartphone running on Android was introduced to the consumer market in late 2008.”

internet; e 4,15 bilhões são usuários ativos de *mobile social media*, ou seja, utilizam as SNS's, sobretudo o *Facebook*, que conta com 3,6 bilhões de usuários ativos¹³¹, prioritariamente ou exclusivamente através de dispositivos móveis¹³², por uma média diária de 2 horas e 27 minutos.¹³³)

Pois bem, atentos àqueles elementos/tendências constitutivas da programação da indústria cultural destacadas até aqui, ora perguntemos: o que tem constituído a “fisionomia” ou a *unidade estrutural* característica dessa nova vanguarda do sistema, ou seja, das *redes sociais móveis* – redes sociais acessadas, prioritária ou exclusivamente, através de aparelhos portáteis (os *smartphones*), vinculados à web? Ela tem representado uma continuidade ou uma cisão radical, em relação a tais tendências/elementos constitutivos, e aos seus respectivos modos típicos de objetivação técnica do material e de engajamento? (A exemplo do que ocorreu com Adorno e Williams, quando das suas pioneiras análises das características definidoras dos meios então mais avançados da radiodifusão, também fomos levados a organizar numa sequência de tópicos, a nossa análise da fisionomia das redes sociais móveis, na atual vanguarda do sistema industrial cultural. O que talvez se justifique, em razão do inevitável caráter fenomenológico desse tipo de análise.)

- **Redução extremada da duração das unidades da programação:** se se quiser dimensionar o quão intensificada foi a segmentação das unidades da programação nas redes sociais, considere-se a sucessão quase ininterrupta de materiais, automaticamente promovida nessas plataformas, em contraste com os blocos de 15 minutos, padronizados pelo setor da indústria responsável pelo monitoramento do comportamento da audiência como

131 São considerados usuários ativos aqueles detentores de perfil próprio que frequentaram a rede nos 30 dias anteriores ao levantamento. www.stata.com.

132 Nos EUA, por exemplo, 81,8% desses usuários acessaram as redes sociais unicamente através de dispositivos móveis, em Julho de 2021; e o tempo médio diário dispendido por essas pessoas nas redes sociais, durante o segundo quarto de 2021, foi de 2 horas e 27 minutos. www.stata.com.

133 Considerando-se todos os usuários maiores de 18 anos. www.stata.com.

unidades de referência para atualização da mensuração, na fase clássica da programação televisiva.¹³⁴

- **Intensificação (até a aleatoriedade aparente¹³⁵) da desarticulação dessas unidades como possíveis momentos constitutivos de qualquer totalidade significativa:** contrastando novamente com a clássica programação televisiva, qualificada por Williams como “veloz, diversificada e mesclada”,¹³⁶ mas ainda redutível, em sua própria análise, a uma dúzia de “tipos” de programas componentes de uma sequência semanalmente previsível; a sequência de exposição das unidades tão fugazes que compõem o discurso das redes sociais é não mais “diversificada e mesclada”, mas francamente aleatória, quer dizer: mesmo que haja alguma “ambientação geral” dos materiais veiculados, previamente determinada pelos interesses e engajamentos definidos diretamente pelo usuário ou de maneira intrusiva pelo sistema... uma vez que este usuário vincule-se a um conjunto de interesses/engajamentos minimamente variados, os materiais particulares (ora gerados por outro usuário comum, ora veiculados automaticamente, segundo o interesse unilateral de algum investimento publicitário, outrora inserido, por determinação cega de algum algoritmo, à guiza de “sugestão” para reforço ou ampliação dos “interesses” relacionados ao perfil do usuário, etc.) se sucederão sem qualquer sequência previsível ou coesão interna. Seguindo-se, por exemplo, em segundos: o material audiovisual de uma loja de acessórios para ciclistas; o arranjo gráfico de uma frase pseudo-filosófica, sobreposta à imagem de um famoso charlatão; a amostra do novo videoclipe de uma cantora popular; a propaganda governamental de certa alteração

134 SULLIVAN, 2020. Cf., a respeito, Seção II, Capítulo IV: **Media Ratings and the Political Economy of Audiences.**

135 A referida aleatoriedade do discurso é “aparente”, porque, apesar de pré-determinado por algoritmos, apesar portanto, de sua não aleatoriedade, do ponto de vista da produção; o discurso das redes sociais é experimentado, do lado de sua recepção, como algo *realmente* aleatório.

136 WILLIAMS, 2016, p. 115.

recente na política tributária; o conteúdo de tom confessional postado por outro usuário comum; etc.

Tal modo de estruturação do discurso é o previsível resultado do desvigoramento da montagem em mera aleatoriedade (aparente), ou seja, em uma sucessão ininterrupta de banalidades sem qualquer relação de tensionamento recíproco. Tendo-se deslocado correspondentemente o planejamento, da associação planejada do indissociável, para a intensificação dos elementos energéticos do fluxo, levando-se em conta justamente a promoção proporcional (à intensificação destes elementos energéticos) da irrelevância dos materiais veiculados.

- **Projeção dos materiais sobre um continuum subjacente de dupla direção:** os materiais vão sendo projetados sobre um fundo que conduz o movimento em duas direções: na principal, tem-se algo como o escorrer vertical de uma película – o movimento nesta direção principal está relacionado a um primeiro nível de acesso aos materiais, mais superficial, ligado à sucessão aleatória referida acima. É curioso notar que uma modificação recente no modo de exibição do material nas plataformas programou o acionamento automático dos conteúdos audiovisuais projetados sobre esse fluxo vertical – o que, em conjunto, tornou a experiência auditiva resultante do rolar da programação, muito similar à experiência pseudo-compositiva (do “som arrastado de um acordeão”) observada por Adorno, como resultado da alternância fetichizada entre as faixas da programação radiofônica.

Qualquer seleção ocasional de determinado material no interior desse primeiro fluxo, mais superficial, conduzirá a um outro movimento, que passará a desdobrar horizontalmente o conteúdo independente da unidade selecionada – no entanto, a duração da exposição das unidades do material componente desse desdobramento horizontal também está contida dentro de estreitos limites pré-determinados que, no fundo, não farão senão amenizar

momentaneamente o frenesi da experiência do fluxo primário, pela diferente direção e maior duração relativa concedidas a essa unidade temática.

A alternância entre esses dois fluxos retroalimenta internamente a frequência à plataforma. Articulando aqueles dois modos de atenção: da frequência ritualizada, engajada por fetichização da manipulação, mais diretamente ligada ao fluxo dirigido verticalmente, e evidenciada pelo frenético rolar dos dedos sobre a tela... que será ocasionalmente interrompida, por sobre-excitação momentânea da atenção ritualizada, e substituída pelo fluxo horizontal do conjunto secundário dos materiais numa pálida unidade temática; que, por sua vez, funcionará como uma espécie de repouso regenerador para retorno regular ao frenesi da torrente vertical.

Nas outras formas de organização da indústria cultural na web, seguem preservadas, embora de forma menos sintetizada, essas duas conhecidas tendências de estruturação do material. Enquanto a primeira tendência, mais conservadora, ligada à excitação da atenção pela sequenciação das unidades de programas tem se afirmado prioritariamente, por exemplo, em plataformas de conteúdo como a Netflix; a segunda, ligada mais diretamente à experiência do fluxo, encontra-se hipertrofiada, como vimos, na forma de estruturação do material observada nas plataformas das redes sociais – a estruturação do discurso no interior das redes sociais, na verdade, como dissemos, soube melhor sintetizar os dois modos de atenção, quase abolindo a sua tradicional contraposição; daí, talvez, o seu especial sucesso programador.

Havendo, ainda, casos de simples alternância entre os dois modelos, de acordo com as formas de produção de audiência e valor adotadas (*Youtube* e *Spotify*, por exemplo): acesso pago, sem publicidade segmentadora, e engajamento mais afeito à primeira tendência; ou acesso “gratuito”, com publicidade segmentadora, disposição relativamente automática e aleatória do conteúdo, e engajamento, portanto, mais afeito à segunda tendência. Há que se avaliar a persistência desta relação entre a forma de financiamento

prioritária (por venda de publicidade, ou pelo pagamento de mensalidade) e o modo de estruturação, de maior ou menor intensificação do fluxo da programação.

- **Incremento das possibilidades de pseudo-atividade:** muito se diz sobre o caráter “inter-ativo” das redes sociais e, certamente, estas souberam incrementar bastante as possibilidades de afirmação dos usuários no interior da programação; no entanto, isso foi alcançado por uma série de expedientes pré-formados, classificados muito justamente pelas próprias plataformas como *reacts: emojis, likes, dislikes...* cujas reatividade e infantilismo estabelecem previamente o padrão geral também das inserções textuais (em geral, o texto, degenerado em frases exclamativas e onomatopéias, é mero apêndice das ilustrações); o que, somando-se às já referidas segmentação extremada e conseqüente homogeneização das unidades componentes da programação, não faz senão intensificar quantitativamente as ocasiões de pseudo-atividade; intensificando e perpetuando aquele padrão fetichizado de engajamento diagnosticado por Adorno nos ouvintes típicos do rádio.

A propósito, é de especial interesse para o mercado publicitário digital o monitoramento da atividade dos usuários nas plataformas por mapas de calor – o que possibilita, entre outras coisas, que se personalize, não o “anúncio”, mas a região de aparecimento dos intrusivos *pop-up's* publicitários, de acordo com o mais provável itinerário do dedo-cursor de cada usuário pela tela do seu aparelho. Pelo que coloca-se, argutamente, o pretendido acesso à “mensagem” publicitária, a reboque da manipulação fetichizada do aparelho.

- **Portabilidade; continuum incontinente; integração dos meios de comunicação; explicitação técnica da intrusão; perpetuação do engajamento:** não foi por algo fortuito que a análise do fenômeno radiofônico (tecnologicamente menos avançado e de curto período vanguardista) acabou fornecendo para Adorno, em comparação com a análise da televisão por Williams, subsídios mais adequados para a formulação do que viria a se

afirmar como modo de engajamento mais avançado do sistema da indústria cultural no seu estágio pós-clássico. Isto porque, se é verdade que a televisão realizou a integração entre o rádio e o cinema; por outro lado, a relação estabelecida entre os ouvintes da transmissão e os aparelhos de rádio sempre apresentou, quando comparada à relação estabelecida entre os telespectadores e o aparelho televisor, mais similaridade com a relação ora estabelecida entre os consumidores típicos da indústria cultural e os seus dispositivos móveis conectados à internet. Especialmente pelos seguintes motivos: contrariamente ao que ocorreu com a televisão, o uso portátil do rádio popularizou-se rápida e enormemente; o rádio é quase sempre diretamente manipulado, enquanto o uso da televisão deu-se, em geral, desde muito cedo, através do controle remoto ou do acionamento esporádico de botões; além disso, a forma de seleção dos diversos canais disponíveis na transmissão televisiva, por acionamento de botões, sempre os segmentou/individualizou mais claramente; enquanto no rádio: ainda hoje, nota-se entre cada um dos canais, aglutinando-os num *continuum* sensível, a presença do ruído estático; além disso, a forma de seleção prevalecente seguiu sendo o *continuum* sensível do “girar do *dial*” – e, mesmo nos casos em que o *dial* é substituído por botões, a seleção entre uma estação e outra ainda evidencia o transcorrer ruidoso da “faixa audível” como substância discursiva da transmissão.

Por sua constituição particular, o mais comum suporte material do discurso das redes sociais, o *smartphone*, permite sintetizar, intensificando-os, esses aspectos mais avançados dos meios televisivo e radiofônico. Daí sua enorme eficácia para a objetivação da programação como fluxo, e promoção do padrão fetichizado de engajamento: apesar de mais conveniente ao fenômeno do fluxo do que o acionamento de botões da TV, a circularidade do *dial*, no rádio, ainda indicava materialmente a contenção do fluxo no interior de certo limite; já o escorrer vertical que subjaz ao movimento do material nas redes sociais móveis, o faz sem qualquer continente determinável, pelo que intensifica o “fenômeno do fluxo” no “rolar” indefinido da programação.

Além disso, o *smartphone* conclui a integração do meios de comunicação, realizada parcialmente pela televisão. E, em razão de sua extrema portabilidade, é capaz de preencher todas as lacunas do tempo livre dantes inatingíveis pelo conjunto dos meios tradicionais do sistema da indústria cultural.

Estes fatores, reforçados pelo citado incremento quantitativo dos expedientes de pseudo-atividade, e pela reelementarização fisiológica de seu caráter intrusivo – que, antes apenas intelectualmente “sugerido” pelos referenciais operativos padronizados que determinavam tacitamente a produção das mercadorias culturais, ora constrange materialmente, por uma diversidade de *bipes, sinais luminosos, vibrações, etc.* acionados automática e insistentemente – além de intensificarem ainda mais a segmentação e aleatoriedade aparente do fenômeno, têm provocado nos usuários típicos o efeito quase infalível do retorno ao aparelho e à programação; tornando potencialmente perpétuo o engajamento; e cada vez mais irrelevante a tradicional distinção entre os tempos/usos/ritmos laborais e não laborais dos meios de comunicação.

- **Portabilidade e integração entre os meios e os instrumentos de mensuração e monitoramento da audiência; síntese entre “medidas de exposição” e “medidas de engajamento”; supressão da distinção entre massificação e especialização das mercadorias culturais:** durante o período clássico da programação, a indústria que monopolizava o setor de produção de mercadorização da audiência (Nielsen) havia padronizado assim, o seu método: uma amostra de residências que representasse, aproximadamente, a estratificação demográfica da população geral era continuamente monitorada (cada família que aceitava fazer parte da amostra recebia, em troca, uma pequena remuneração); tomando-se um indivíduo (no caso do rádio) ou um perfil mediano de composição familiar (no caso da TV) como unidade de medida por aparelho; as informações eram registradas a cada bloco de 15 minutos da programação, computando-se, basicamente,

para cada um destes blocos, a estação/programa visualizados por maior período. Estas medidas, tomadas por amostragem, eram então projetadas para o cálculo da provável composição nacional da audiência.

A tais “medidas de exposição”, de resultados mais gerais, demográficos, sempre foram associados métodos destinados à “mensuração do engajamento”, ou seja, ao cômputo qualitativo, detalhado, do perfil da audiência, caso a caso, no interior da unidade familiar, cujos métodos sempre foram suportados pelo desenvolvimento tecnológico e adição (por utilização acessória e exterior) de determinados dispositivos portáteis ao sistema: no estágio mais rudimentar do método, um diário era distribuído para cada uma das famílias componentes da “amostra Nielsen”, ficando a cargo de um determinado integrante da unidade familiar para o registro dos canais e programas assistidos, com a indicação dos membros da família presentes a cada segmento (cada bloco de 15 minutos) da programação semanal. Após o considerável incremento quantitativo de estações causado pela introdução da TV a cabo, a partir do início da década de 80, essa frágil solução foi abandonada e substituída por uma nova geração de aparelhos automatizados, instalados em cada residência da amostra: um *household meter* (pequena caixa eletrônica que era colocada acima do aparelho de TV e, conectada a uma linha telefônica, informava a uma central qual era o canal sintonizado a qualquer momento do dia); e um *people meter* (um controle remoto, vinculado ao *household meter*, que os membros da família deveriam utilizar para registrar os momentos em que iniciavam e findavam a sua exposição ao aparelho, inserindo seus respectivos códigos pessoais). Na sequência, já em meados da primeira década deste século, estes dois instrumentos foram aprimorados, alcançando o seu estágio mais maduro na indústria televisiva: quando a popularização dos serviços de transmissão digital do sinal da programação televisiva superou a necessidade de caracterização da audiência por amostragem (uma vez que o dispositivo necessário para a decodificação do sinal digital também era capaz de informar permanentemente sobre a programação assistida, em todas as

residências assinantes do serviço), o *people meter* deu lugar ao *portable people meter*: um aparelho similar a um *pager* que – utilizado pelos indivíduos das famílias componentes da amostra Nielsen, durante todo o seu tempo de permanência em casa – era capaz de captar tons inaudíveis embutidos na programação e indicar, precisa e instantaneamente, quais pessoas daquela residência estavam assistindo a determinado programa.

O *smartphone*, finalmente permite realizar, além da integração dos meios de comunicação, também a síntese entre estes meios e os dispositivos de mensuração e monitoramento do comportamento da audiência. Conseqüentemente, a supressão da tradicional separação técnica entre as “medidas de exposição” e de “engajamento”: pelo que a mercadoria audiência não é mais comercializada por pacotes mensurados demograficamente, mas por grupos de interesse cirurgicamente determináveis, segundo os interesses do anunciante; e a possibilidade de supressão, a depender dos interesses da indústria, da correspondente, e até então incontornável distinção comercial entre massificação e especialização das mercadorias culturais: daí, por exemplo, os “conteúdos sugeridos” automática e massificadamente pelas plataformas, a partir de análise e predição (algorítmicas) derivadas do personalíssimo histórico de preferências registradas diretamente no sistema, por cada usuário.

Enfim, nota-se, por tudo o que foi dito, que, em comparação com os meios e a programação do estágio clássico da radiodifusão, as *redes sociais móveis* intensificam extremamente, tanto a ubiquidade intrusiva da indústria cultural, quanto cada um daqueles elementos relacionados ao “fenômeno do fluxo”, destacado como tendência constitutiva mais avançada da programação, a partir das análises de Adorno e Williams, sobre o rádio e a televisão: *segmentação das unidades de programas tradicionalmente articuladas internamente como unidades complexas, dotadas de temporalidade e significado próprios, autonomamente determinados; conseqüentes neutralização e rearticulação dessas unidades como série (de partes ora equivalentes pelo que, por si mesmas, tendem todas igualmente à irrelevância)*

projetada sobre a temporalidade maquinal, homogênea, do fluxo tecnicamente objetivado pela programação; com seus já referidos corolários principais: esvaziamento do significado independente dos segmentos transmitidos no interior do sistema; imposição de elementos relacionados ao fundo energético da linguagem como seus princípios organizadores; redução (sob a pressão desse fluxo energético) da relação tipicamente estabelecida entre sistema e indivíduo ao engajamento material reativo, à fetichização da manipulação direta dos aparelhos/terminais do esqueleto independente da maquinaria industrial cultural.

Pelo que vemos concretizar-se a influência da indústria cultural sobre as atividades tradicionalmente realizadas durante o tempo livre, neste seu atual estágio (e independentemente do que se admita quanto ao caráter laboral-produtivo da atividade dos indivíduos submetidos perpetuamente à sua influência), através do mesmo conjunto de elementos cuja progressiva intensificação histórica conduziu – anteriormente, no interior das fábricas, no tempo laboral – da subsunção formal à subsunção material do trabalho, no capitalismo: *esvaziamento, por segmentação, da tradicional complexidade e autonomia das atividades laborais artesanais; consequentes: redução da sua temporalidade própria, autonomamente determinada; e rearticulação das etapas componentes dessa atividade laboral tradicionalmente complexa numa série de etapas/momentos equivalentes, por sua parcialidade insignificante; conduzidos heteronomamente, segundo a temporalidade abstrata, homogênea, do fluxo tecnicamente objetivado pelo esqueleto independente da maquinaria; e redução da atividade laboral, ora estabelecida entre o indivíduo e os terminais da maquinaria, à mera reatividade.*

Modificando-se, correspondentemente, o modo da influência ideológica da indústria cultural. Por um lado, temos que, por si só, a hipertrofia do fenômeno do fluxo torna potencialmente administrável, por dissolução neutralizante, toda pretendida mensagem, todo pretendido sentido das unidades componentes da programação, seja ele hegemônico ou contra-hegemônico; daí que as redes sociais móveis, tendo sabido com especial eficácia hipertrofiar o fenômeno do fluxo pela sua forma planejada de estruturação do material, tenham se afirmado como plataformas

privilegiadas para a transmissão do material ora difusamente produzido e veiculado na web. Não podendo assegurar o monopólio da produção dos quadros interpretativos da realidade social, a indústria cultural tem cuidado, na sua vanguarda, de interditar a possibilidade de produção de qualquer quadro interpretativo suficientemente sistemático da realidade, através da objetivação técnica de um intenso fluxo maquinal, produzido a partir da segmentação extremada dos materiais veiculados.

E cuja expressão subjetiva, como bem a caracterizou Türcke, vem a ser uma integração/decompositora ou decomposição/integradora da *atenção*. Num processo muito eficaz de subsunção, que constitui-se pela articulação de: i) uma retenção da consciência no singular – num estado vestibular da consciência, como aquele brilhantemente descrito por Hegel n’A *Certeza Sensível: o Isto ou o “Visar”*, no qual:

“... a consciência, por seu lado, só está nessa certeza como puro Eu, ou seja: Eu só estou ali como puro este, e o objeto, igualmente apenas como puro isto. Eu, este, estou certo desta Coisa; não porque eu, enquanto consciência, me tenha desenvolvido, e movimentado de muitas maneiras o pensamento. Nem tampouco porque a Coisa de que estou certo, conforme uma multidão de características diversas, seja um rico relacionamento em si mesma, ou uma multiforme relação para com outros... para o saber sensível isso é o essencial... essa imediatez simples, constitui sua verdade. A certeza igualmente, enquanto relação, é pura relação imediata. A consciência é Eu, nada mais: um puro este. O singular sabe o puro este, ou seja, sabe o singular.” (HEGEL, 2007, pp. 85-86.)

E ii) uma integração dessa atenção decomposta, sob a pressão de um fluxo maquinal – cuja expressão subjetiva pode ser descrita, por sua vez, assim como o fizeram Adorno e Horkheimer, referindo-se ao *mundo sem conceito do animal*: *“No fluxo, nada se acha que se possa determinar como permanente e, no entanto, tudo permanece idêntico, porque não há um saber sólido acerca do passado e nenhum olhar claro mirando o futuro.”* (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 202.)

O que, por um lado, representa uma continuidade aprimorada da tradicional estratégia ideológica burguesa, na atual vanguarda da indústria cultural; pois o sucesso da ideologia burguesa, mesmo quando esta concentrava seguramente a

produção e a distribuição dos conteúdos da indústria cultural, já tendia antes a uma estratégia negativa – “deserção do nome burguês...” (Barthes)¹³⁷; “aferrar os indivíduos àquilo que eles, de qualquer forma, já são...” (Adorno)¹³⁸ – do que à defesa franca de qualquer projeto.

Por outro lado, esse aprimoramento tem-se expressado, afirmativamente, como uma relevante modificação qualitativa: se, no período clássico da radiodifusão, o fluxo resultante da regulação da programação televisiva por segmentação não fora suficientemente segmentado/intensificado a ponto de sobrepujar a centralidade administrativa da tradicional estratégia de veiculação planejada de conteúdos ideológicos (derivados de um mesmo conjunto de modelos ou “referências operativas dadas”) para a objetivação, pelo sistema da indústria cultural, de uma interpretação hegemônica da realidade; a programação ora tecnicamente objetivada pelas plataformas das redes sociais afirma-se, para além de seu tradicional papel como “porta-voz” ou *public relations*, como um caso particular de objetivação material, ou seja, como um caso particular de reprodução (tecno)*mimética* do metabolismo geral do sistema de trocas. Importando, sobretudo, a objetivação técnica e imposição sistemáticas de um seu certo ritmo maquinal sobre o mundo da vida – daí a estruturação da programação, à beira da adoção do ruído como princípio sintático, em torno da progressiva hipertrofia dos mesmos elementos energéticos que têm determinado, à superfície, o quadro da sociabilidade geral, no sistema de trocas: velocidade, variedade, mescla, aleatoriedade, etc. Daí, o efeito estratégico afirmativo da substituição da tradicional tentativa de hegemonização do quadro interpretativo da realidade social (o que ainda implicava em conferir algum *sentido* a esta realidade), pela redução fisiológica da intrusão para promoção do frenético engajamento material dos indivíduos, através da perpetuação da manipulação fetichizada dos terminais móveis do sistema – dotados, ironicamente, de extrema eficácia para a produção de efeitos estacionários.

137 BARTHES, 2001, p. 160.

138 ADORNO, 2020, p. 209.

A atual popularização de brinquedos como o *pop-it* e similares é uma relevante expressão dessa tendência. Em lugar da resistência de subjetividades ansiosas por autoexpressão, como motivação básica para o comportamento típico fetichizado (Adorno), tem-se a manutenção da manipulação fetichizada dos terminais da indústria cultural como comportamento típico, mas esvaziado de qualquer resistência – e sua extrapolação lúdico-terapêutica, exatamente naquele sentido em que toda terapia “adaptativa” acaba conduzindo a determinadas estratégias de “redução” do vício (fetiche) a algo (também fetichizado, mas) pretensamente inofensivo. Não por acaso, em inglês, brinquedos tais quais o *pop-it* chamam-se *fridget toys* (brinquedos inquietos, brinquedos de inquietação), numa clara alusão aos efeitos do vício que estes brinquedos (classificados vulgarmente como “terapêuticos”) pretendem “reduzir”: o contínuo *frenesi* integrador/decompositor da atenção, sobretudo das crianças, submetidas à influência permanente dos fluxos maquinais da indústria cultural. Mantendo-se, de toda forma, embora num terminal *offline*, o componente *essencial* do vício: o engajamento tátil fetichizado.

Neste contexto, enquanto a crítica segue excessivamente centrada no problema dos arranjos político-econômicos centralizados dos meios de comunicação, e na conseqüente capacidade de estabelecimento de um quadro interpretativo hegemônico/contra-hegemônico da realidade social,¹³⁹ a expressão mais avançada da influência ideológica promovida pela indústria cultural tem se deslocado para a promoção de certo condicionamento cada vez mais imediato, mesmo fisiológico (e aquém de qualquer instância intelectual ou interpretativa) dos indivíduos no seu tempo livre – correspondente ao condicionamento do gestual laboral (tradicionalmente autônomo, complexo, constituinte de uma temporalidade própria, etc.) que expressou, historicamente, a gradativa materialização da subsunção do trabalho pelo capitalismo.

139 Em seu cuidadoso recenseamento do estado da arte das abordagens críticas sobre a web 2.0, o enciclopédico Fuchs organiza a produção crítica hodierna, de acordo com os seguintes tópicos: *digital labour; the branding of the self; corporation imperialism; marketing and sharing ideology; the ideology of activity and creativity; simplistic notion of participation; depoliticization; techno-determinism; engineered, instrumental sociality.* (FUCHS, 2017, pp. 35-36.)

4.3 A Educação Escolar como Possível Freio de Emergência: integração/decomposição no currículo e nos suportes didáticos do ensino médio

A partir desse diagnóstico, a respeito da influência autoritária da indústria cultural sobre os seus consumidores, nos cabe agora perguntar pelas possibilidades de experiência continuada e sistemática de outro modo de atenção. E, neste ponto, a instituição escolar merece consideração especial. Dada a sua enorme abrangência e complexidade, optaremos por considerá-la (a educação escolar), em apenas uma de suas etapas, qual seja, a última etapa da educação básica, o ensino médio. O que justifica este nosso recorte é a recente implantação de um nova *Base Nacional Comum Curricular* (BNCC) nessa etapa da educação básica; cujos propósitos, e algumas implicações já visíveis, nos permitem considerá-la, em grande medida, como uma resposta ao problema da cada mais vez mais intensa segmentação curricular que vinha caracterizando o ensino médio.

De fato, contra uma tendência de progressiva segmentação interna de cada uma das áreas particulares do conhecimento – que se expressava sobretudo nos currículos dos cursinhos pré-vestibulares privados; encarados, em geral, como “modelos”, em razão de seus superiores resultados no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) –; contra tal segmentação (que levava, por exemplo, ao tratamento dos conteúdos de “Biologia”, dividindo-os em subáreas como: Biologia Vegetal; Biologia Animal; Genética; etc.), a nova BNCC propõe que o currículo do ensino médio seja reorganizado em torno de “Grandes Áreas”: linguagens e suas tecnologias; matemática e suas tecnologias; ciências da natureza e suas tecnologias; ciências humanas e sociais aplicadas. Retirando-se, ainda, a não ser para os casos da Matemática, Língua Portuguesa e Língua Inglesa, as antigas previsões da obrigatoriedade das demais disciplinas particulares.

Nos documentos complementares que vêm expressando essa proposta curricular, cada uma das Grandes Áreas se articula (do geral para o particular) em torno de determinadas “unidades temáticas”, que se desdobram em um conjunto de

“competências”; as quais, por sua vez, são detalhadas em diversas “habilidades”. Tomando-se o caso da proposta de organização curricular das unidades temáticas, competências e habilidades da grande área “Ciências Humanas e suas Tecnologias”, nota-se que a proposta evita sugerir, ou sugere apenas relações muito tênues, entre seus propósitos formativos gerais e disciplinas ou conteúdos específicos – assim, em cada uma de suas unidades, todas elas de cunho bastante generalista, coloca-se realmente a possibilidade de uma abordagem integrada, em torno dos aspectos geográficos, históricos, filosóficos e sociológicos de temas como *Política e Trabalho; Territórios e Fronteiras; Tempo e Espaço; Indivíduo, Natureza, Sociedade, Cultura e Ética*.

E os livros didáticos que começam a ser produzidos segundo a nova BNCC, já organizam o seu material em consonância com tal proposta generalista e integradora; não havendo mais uma série de livros, cada um deles dedicado a uma das disciplinas específicas, mas apenas um livro, que deverá servir de suporte compartilhado, no caso das “Ciências Humanas e Sociais Aplicadas”, para os professores de História, Filosofia, Sociologia e Geografia. Por si só, essa mudança na forma de organização do material, a depender da radicalidade com que os professores explorem as suas potencialidades, na medida em que abordem conjuntamente os complexos fenômenos referidos nas unidades temáticas, pode ter implicações muito significativas nos modos de organização do trabalho docente e do espaço/tempo escolar – intensificando o diálogo e a colaboração no processo de construção/atualização cotidiana do currículo; e tornando cada vez mais comum a ocupação híbrida dos tempos/espacos de ensino aprendizagem – algo que, gradativa, e literalmente, poderia, finalmente, dar corpo à louvável ideia de “integração curricular”. No que a escola se posicionaria cada vez mais qualificadamente contra o processo de intensa segmentação, através do qual a indústria cultural tem conduzido heteronomamente a atenção dos adolescentes fora do ambiente escolar, no intuito de impedir a possibilidade de qualquer negatividade, ou de qualquer interpretação persistente e razoável da experiência; sem o quê, não há que se falar em autonomia subjetiva.

Por outro lado, esta contra-tendência pode ser seriamente prejudicada pelo modo de estruturação do material observado nesses suportes didáticos. Uma vez eles têm buscado organizar os seus conteúdos, justamente segundo o modelo das “páginas” e redes sociais da *web 2.0*. Assim, qualquer consulta às páginas de um dos livros didáticos produzidos segundo as diretrizes da nova BNCC, acaba mobilizando, contra o que parece ser a diretriz fundamental da proposta, um modo de atenção que tende a reproduzir aquele mesmo processo de decomposição permanente da atenção. Em resumo, tem-se, a cada página, ao lado da perturbadora proliferação de imagens, links, hiperlinks e quadros informativos coloridos, um notável recuo do texto que, no geral, passa a funcionar (assim como disse Adorno, a respeito da música) como “pano de fundo”, não aparecendo senão muito timidamente, de ora em ora, como se pedisse desculpas por sua intromissão inconveniente, reduzindo-se, em geral, a breves parágrafos, cuja quantidade de caracteres remete claramente aos limites impostos aos “posts” das redes sociais.¹⁴⁰

Isto prejudica seriamente a qualidade integradora dos livros didáticos, porquanto os materiais que compõem cada uma das suas páginas fatalmente se desagregam, em razão da inflação imagética, e passam a constituir uma série de informações singulares que se sucedem como um somatório de unidades de informação mais ou menos aleatórias. Porque, afinal, sem o suporte sistematizador, por excelência, do texto, como articulador principal do material como possível totalidade de sentido, como compreender de maneira, de fato, formativa, ou seja, sistematizada/significativa/duradoura (numa palavra: como um “processo”¹⁴¹), para além de uma relação de somatória exterior, a relação estabelecida entre cada uma das unidades de informação do material? Como compreender, neste caso, a relação estabelecida, por exemplo, entre um quadro/hiperlink que remete ao filme “The Wall”, e um breve comentário sobre a guerra entre Rússia e Ucrânia?

Permitam-me insistir: se se quiser compreender as implicações da tendencial minimização consciente desta especial qualidade do texto nos livros didáticos, basta pensar, por exemplo, na diferença que se estabelece, quanto às condições de

140 Cf. anexo III.

141 Flusser.

compreensão de um mesmo fenômeno musical, entre: um ouvinte que é capaz de compreendê-lo, a partir das relações estabelecidas entre uma partitura e a execução musical; e outro que não o é.

Pretender responder à pergunta, dizendo que caberia aos inevitáveis comentários posteriores do(a) professor(a) explicitar tal relação – além de apenas sugerir trocar um breve comentário por outro ainda mais fugidivo – não dá conta da dimensão mais fundamental do problema. Ou seja, da necessidade de promoção e cultivo, através da recuperação da função articuladora primordial do texto, de um outro modo de atenção, diametralmente oposto ao modo de atenção que caracteriza a maquinaria da indústria cultural. E sem o qual, inviabiliza-se no nascedouro o processo formativo requerido para que seja possível algo como acompanhar conscientemente o desenrolar de uma execução musical como *um* processo complexo.

Neste ponto, Türcke é certo ao afirmar que:

“A transcrição de textos e fórmulas, antigamente a marca comum da chamada pedagogia tradicional fundamentada na memorização dos conteúdos, pode tornar-se, de repente, sob as condições gerais da agitação do monitor da tela de computador – das quais também as salas de aula se distinguem cada vez menos –, uma medida de concentração motora, afetiva e mental, de recolhimento interior e, por que não dizer, de recordação, ou seja, uma medida não muito diferente daquilo que na linguagem teológica se chama devoção. Os professores que atentam rigorosamente para esse fato, que aqui não é subestimado, produzem resistência, mesmo que para eles seja válida uma terminologia conservadora. Se cada complacência diante da comichão de sentidos midiática estimula a autodesapropriação estético-neurológica, já o isolamento diante da irradiação audiovisual toma o partido da sensualidade dos sentidos. Ele os conserva abertos para a experiência duradoura...” (TÜRCKE, 2011, p. 305.)

Porque, na medida em que a persistente ligeireza da atenção decomposta é o efeito mais básico do condicionamento heterônomo do sujeito submetido aos aparelhos da indústria cultural; devemos cuidar, em primeiro lugar, portanto, e justa, e literalmente, de um contra-condicionamento conservador da atenção subjetiva.

Assumindo-se, embora desapontadamente, como ato revolucionário possível nesta hora, ao menos puxar a “alavanca do freio de emergência”¹⁴² da história.

142 W. Benjamin, “Notizen und Vorarbeiten zu den Thesen. Über den Begriff der Geschichte.” *Ges. Schriften [Obras Completas]*, 1974, vol. 1, p. 1.232. Apud Türcke, 2001, p. 303.

5. CONCLUSÃO

Concluído o desenvolvimento desta tese, resta demonstrado que a teorização clássica da indústria cultural por Adorno, ao contrário do que afirma, por exemplo, Fredric Jameson, ainda oferece referenciais fundamentais para a análise hodierna do fenômeno; uma vez que, em grande medida, a sua atual configuração resulta de compreensíveis desdobramentos daquelas determinações econômicas e ideológicas articuladas classicamente por Adorno. Não obstante, se quisermos fazer jus à historicidade do nosso objeto de pesquisa, será preciso admitir que a mais recente configuração da vanguarda da indústria cultural modificou-a qualitativamente. Sobretudo, conforme destacamos, em dois aspectos: i) na modificação de sua base econômica, da venda de mercadorias culturais para a publicidade, explicitando a sua específica forma-mercadoria audiência; ii) e na descentralização radical da possibilidade de produção e veiculação de conteúdo no sistema.

Portanto, se se quiser mobilizar ainda utilmente os conceitos adornianos, a fim de preservar a força da sua crítica à colonização totalitária do mundo da vida pela indústria cultural, será preciso reconhecer que, em grande medida, a reconfiguração que levou à web 2.0, segundo a ideia de disponibilização de plataformas para a produção de efeitos de rede, buscou responder (por sua tecnologia e forma cultural) a tais modificações qualitativas, e suas pressões contraditórias: a um só tempo, promovendo-se, de fato, acesso público (para produção e distribuição de conteúdos) virtualmente irrestrito; mas concentrando a transmissão desses conteúdos produzidos difusamente, em determinadas redes sociais monopolistas, cujas técnicas de produção de audiência e modo típico de estruturação do discurso têm sido capazes de inviabilizar sistematicamente o seu inegável potencial emancipatório. Através de determinações ideológicas qualitativamente modificadas, que têm se mostrado bastante eficazes, na medida em que vão deslocando a razão fundamental da sua eficácia para aquém das instâncias tradicionalmente conhecidas: da tradicional concentração dos meios, padronização dos conteúdos, hegemonização do seu sentido sociológico, etc., para um processo de estruturação do discurso, que assume como princípios estruturantes determinados elementos

energéticos da linguagem; o que tende a tornar, de saída, irrelevante qualquer significado veiculado no sistema; promover a expropriação, por decomposição permanente, da atenção subjetiva; e perpetuar o engajamento (assim reelementarizado) como condicionamento fisiológico dos indivíduos pelos sinais materialmente intrusivos do sistema.

Isto nos coloca, sem dúvidas, diante de um cenário desalentador – não fatalista. A opção por concentrar quase toda a nossa pouca luz, a fim de lançar alguma luz sobre o atual recrudescimento dessa tendência ao condicionamento generalizado dos seres humanos, tem a sua razão de ser no esforço por demonstrar que, no atual contexto, é preciso que a crítica compreenda que a liberação do potencial emancipatório ora represado pela indústria cultural passa, sobretudo, pela interrupção do ritmo, da temporalidade maquinal, homogeneizante, objetivada ubiquamente pela sua maquinaria totalitária. Portanto, não bastaria, por exemplo, modificarem-se as determinações político-econômicas do setor, mantendo-se o mesmo viciado/viciante/estacionário modo típico de estruturação do material. É preciso tanto impedir que esse modo de administração maquinal da experiência se aproprie dos poucos lugares ainda algo resistentes a ele; quanto promover, a começar por tais espaços ainda algo resistentes, outros modos de cultivo da atenção/estruturação dos discursos/administração do tempo; modos que, por enquanto, ao menos sejam capazes de resgatar algo daquela capacidade de concentração devotada, ligada tradicionalmente à fruição e ao entendimento do sentido de unidades processuais complexas, sejam elas naturais ou culturais, sem a qual parece não ser possível qualquer experiência realmente autônoma, crítica.

6. REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural**. Trad. Vinicius Marques Pastorelli. São Paulo: Editora Unesp, 2020.

_____. **Current of Music: elements of a radio theory**. Cambridge: Polity Press, 2009.

_____. **Palavras e sinais: modelos críticos 2**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

_____. **Teoria Estética**. Tradução Artur Morão. Lisboa: edições 70, 2006.

_____. **Filosofia da Nova Música**. Tradução Magda França. São Paulo: Editora Perspectiva, 2007.

_____. **Educação e Emancipação**. Tradução Wolfgang Leo Maar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

_____. **Prismas – Crítica Cultural e Sociedade**. Tradução A. Wernet e J. M. B. Almeida. São Paulo: Ática, 1998.

_____. **How to Look at Television**. The Quarterly of Film Radio and Television, Vol. 8, No. 3 (Spring, 1954), pp. 213-235.

_____. **A Indústria Cultural**. In: COHN, G. (Org.). Comunicação e indústria cultural. Tradução de Gabriel Cohn. São Paulo: T.A. Queiroz Editor, 1987.

_____. **Televisão, Consciência e Indústria Cultural**. In: COHN, G. (Org.). Comunicação e indústria cultural. Tradução de Gabriel Cohn. São Paulo: T.A. Queiroz Editor, 1987.

_____. **Notas Sobre O Filme**. In: COHN, G. (Org.). Theodor W. Adorno (Coleção Sociologia). Tradução de Flávio R. Kothe. São Paulo: Ática, 1986.

_____. **A Televisão e os Padrões da Cultura de Massa**. Em: ROSENBERG, B.; WHITE, D. M. (Org.). In: Cultura de massa. Tradução de Octavio Mendes Cajado. São Paulo: Editora Cultrix, 1957.

_____. **Capitalismo tardio ou sociedade industrial?** In: COHN, G. (org.) Theodor W. Adorno. São Paulo: Ática, 1986.

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos do Estado**. São Paulo: Ed. Graal, 1985.

BARAN, Paul; SWEEZY, Paul. **Monopoly Capital: an essay on the American Economic and Social Order**. Modern Reader Paperbacks, New York and London: 1968.

BARNOW, Erik. **Tube of Plenty: the evolution of american television**. Oxford University Press, 1990.

_____. **The Sponsor: notes on a modern potentate**. Oxford University Press, 1985.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Trad. Rita Buongiorno e Pedro de Souza. 11^a ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BEMFICA, Juliana do C. **Estado, Mercado e Redes Transnacionais na Constituição da “Sociedade da Informação” – um estudo sobre os princípios norteadores das políticas para a infraestrutura da informação**. Tese de Doutorado. Belo Horizonte, UFMG. 2002.

BOLAÑO, César; FIGUEIREDO, Carlos. **Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization by New Media**. International Review of Information Ethics, v. 26, 2017.

BOLAÑO, César; VIEIRA, Elóy S. **The Political Economy of the Internet: Social Networking Sites and a Reply to Fuchs**. Television and New Media, v. 16, n. 1, p. 52-61, 2015.

CAROPRESO, Fátima; SIMANKE, Richard Theisen. **Compulsão à Repetição: um retorno às origens da metapsicologia freudiana**. Rio de Janeiro: Revista Ágora, v. IX, nº 2, jul/dez 2006.

CHANDLER, Alfred D. **The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1999.

_____. **Inventing the Electronic Century: the epic history of consumer electronics and computer industries**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2005.

DE GRAZIA, Sebastian. **Of Time, Work and Leisure**. New York: The Twentieth Century Fund, 1962.

DUARTE, Rodrigo. **O Esquematismo Kantiano e a Crítica à Indústria Cultural**. Studia Kantiana – vol. 4, n. 1: pp. 61-84, 2003.

_____. **Esquematismo e Semiformação**. Educ. Soc., Campinas, vol. 24, n. 83, p. 441-457, agosto 2003.

_____. **Teoria Crítica da Indústria Cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. (Humanitas)

_____. **Indústria Cultural: uma introdução**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

_____. **Mímesis e Racionalidade: a concepção de domínio da natureza em Theodor W. Adorno**. São Paulo: Loyola, 1993.

ELLIS, Jhon. **Visible Fictions: Cinema, Television, Video**. Londres, Routledge and Kegan Paul, 1982.

ENGELMAN, Ralph. **Public Radio and Television in America: a political history**. Sage Publications, Inc. 1996.

ENGELS, Friedrich. **A Situação da Classe Trabalhadora na Inglaterra**. Tradução B. A. Schumann. 2008.

FIGUEIREDO, Carlos. **Algoritmos, subsunção do trabalho, vigilância e controle: novas estratégias de precarização do trabalho e colonização do mundo da vida**. Revista Eptic, v. 21, n.1, 2019.

FUCHS, Christian. **Dallas Smythe Today: the audience commodity, the digital labour debate, marxist political economy and critical theory. Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value.** TripleC 10(2): 692-740, 2012. Disponível em: file:///tmp/mozilla_lucas0/443-Article%20Text-1572-1-10-20120920.pdf

_____. **Critical Theory of Communication: new readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the Age of the Internet.** London: University of Westminster Press, 2016.

_____. **Social Media: a critical introduction.** 2ª Edition. Sage Publishing, Inc. 2017

_____. **Teoria e Análise do Trabalho Digital: das cadeias globais de valor aos modos de produção.** Trad. Rodrigo Moreno Marques. Revista Trabalho e Educação, v. 27, n.3, p. 73-109, 2018.

_____. **Against Divisiveness: Digital Workers of the World Unite! A Rejoinder to César Bolaño and Eloy Vieira.** Television and New Media, v. 16, n. 1, p. 62-71, 2015.

_____. **Digital Labor and Karl Marx.** New York: Routledge, 2014.

GERSHUNY, Jonathan. **After Industrial Society? The Emerging Self-service Economy.** London: Palgrave, 1978.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do Cansaço.** Petrópolis: Ed. Vozes, 2015.

_____. **No Enxame: perspectivas do digital.** Petrópolis: Ed. Vozes, 2018.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural.** Trad. Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

HEGEL, Georg W. F. **A Fenomenologia do Espírito.** Tradução H. C. L. Vaz. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

HOWE, Jeff. **Crowdsourcing: why the power of the crowd is driving the future of business.** New York: Crown Business, 2008

HUWS, Ursula. **A Formação do Cibertariado: trabalho virtual em um mundo real.** Trad. Murillo van der Laan. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2017.

JAMESON, Fredric. **O Marxismo Tardio: Adorno, ou a persistência da dialética.** Trad. Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Editora Unesp, 1997.

KANT, Immanuel. **Crítica da Razão Pura.** Tradução Valério Rohden e Ubaldo Moosburger. São Paulo: Ed. Nova Cultural, 2000.

LANDES, David S. **Revolution in Time: the clocks and the making of the modern world.** New York: Barnes and Noble Books, 1983.

LEBOWITZ, Michael A. **Too Many Blindspots on the Media.** Studies in Political Economy, v. 21, p. 165–73, 1986.

LE GOFF, Jacques. **Para Um Novo Conceito de Idade Média: tempo, trabalho e cultura no ocidente.** Lisboa: Editorial Estampa, 1980.

LUKÁCS, Georg. **História e Consciência de Classe – Estudos sobre a dialética marxista.** Trad. Rodnei Nascimento. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MAAR, Wolfgang Leo. **O Novo Objeto do Mundo: Marx, Adorno e a forma valor.** Dois pontos:, Curitiba, São Carlos, v. 13, n. 1, p. 29-40, 2016.

MARC, David; THOMPSON, Robert. **Television in the Antenna Age: a concise history.** Wiley Blackwell, 2004.

MARCUSE, Herbert. **One-Dimensional Man – Studies in the ideology of advanced industrial society.** New York: Routledge & Kegan Paul, 1964.

MARCUSE, Herbert. **Eros e Civilização – Uma interpretação filosófica do pensamento de Freud.** Trad. Álvaro Cabral. 6ª edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política – Livro I: o processo de produção do capital.** Trad. Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 2013.

_____. **Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858; esboços da crítica da economia política.** Trad. Mario Duayer e Nélio Schneider. São Paulo: Boitempo, 2013.

_____. **Manuscritos Econômico-Filosóficos.** Trad. Jesus Ranieri. São Paulo: Boitempo, 2010.

_____. **A Ideologia Alemã.** Trad. Rubens Enderle; Nélio Schneider; Luciano C. Matorano. São Paulo: Boitempo, 2007.

MORENO, Rodrigo Marques. **Trabalho e Valor nas Mídias Sociais: uma análise sob as lentes do marxismo.** Revista Trabalho e Educação, v. 27, n. 3, p. 111-130, 2018.

_____. **Trabalho, Informação e Conhecimento: relendo Marx na era da informação.** Logeion: Filosofia da Informação. Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 47-71, 2015.

PRIOSTE, Cláudia Dias. **O Adolescente e a Internet: laços e embaraços no mundo virtual.** Tese de Doutorado. São Paulo, USP. 2013.

SMYTHE, Dallas W. **The Consumer's Stake in Radio and Television.** The Quarterly of Film, Radio and Television 6 (2): 109-128. 1951.

_____. **Communications: Blindspot of Western Marxism.** Canadian Journal of Political and Social Theory/Revue canadienne de theorie politique et sociale, Vol . 1, No. 3 (Fall/Automne, 1977).

_____. **On the Political Economy of Communications.** Journalism & Mass Communication Quarterly 37 (4): 563-572. 1960.

_____. **Communications: Blindspot of Western Marxism.** Canadian Journal of Political and Social Theory 1 (3): 1-27. 1977.

_____. **On the audience commodity and its work.** In: Media and Cultural Studies: keywords. Org. DURHAM, Meenakshi Gigi; KELLNER, Douglas M. Blackwell Publishing, 1981

STATISTA. **Statista: the statistics portal for market data, market research and market studies.** www.statista.com

STERLING, H. Christopher; KITTROSS. **Stay Tuned: a history of american broadcasting.** Third Edition. Lawrence Erlbaum Associates, Publisher, 2002.

SULLIVAN, Jhon L. **Media Audiences: effects, users, institutions and power.** 2ª edition. Sage Publishing, 2020.

THOMPSON, E. P. **Work-Discipline, and Industrial Capitalism.** Past & Present, Nº 38 (Dec., 1967), pp. 56-97. Oxford University Press. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/649749>.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade Excitada: filosofia da sensação.** Trad. Antônio A. S. Zuin; Fabio A. Durão; Francisco C. Fontanella; Mário Frungillo. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2011.

VEBLEN, Torstein. **Theory of the leisure class.** New York: B. W. Huebsch, 1912.

VERÓN, Eliseo. **Ideologia, Estrutura e Comunicação.** Trad. Amélia Cohn. São Paulo: Editora Cultrix, 1970.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão e Forma Cultural.** Trad. Marcio Serelle; Mario F. I. Viggiano. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUCMinas, 2016.

WITKIN, Robert W. **Adorno on Popular Culture**. International Library of Sociology. London: Routledge, 2003.

ANEXO I - Esquema de um relógio d'água

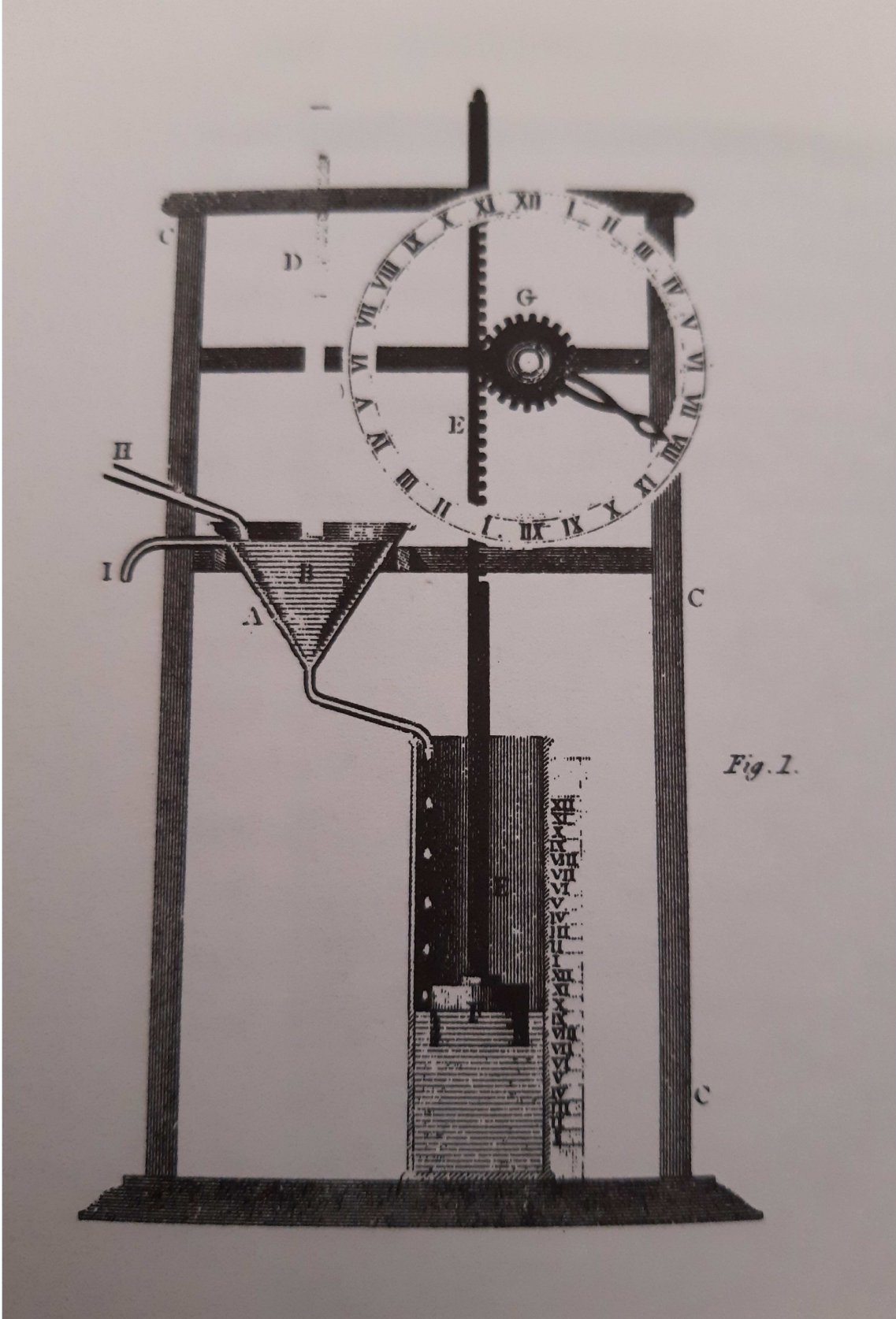


Fig. 1.

ANEXO II – Sequência de páginas selecionadas aleatoriamente de um livro didático produzido segundo as diretrizes da nova BNCC [BOULOS, Jr., Alfredo; DA SILVA, Edilson A. C.; FURQUIM Jr.; Laercio. **Ciências Humanas: Trabalho, Tecnologia e Desigualdade. Col. Multiversos: 1ª edição. Ed. FTD: São Paulo, SP.]**

