

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**

**INDÚSTRIA CULTURAL E EDUCAÇÃO:
CAMINHOS DE VOLTA**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Cristiane Ludwig

Santa Maria, RS, Brasil

2007

Indústria Cultural e Educação: Caminhos de Volta

por

Cristiane Ludwig

Dissertação de Mestrado apresentado ao Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Educação do Centro de Educação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS).

Orientador: Prof. Dr. Amarildo Luiz Trevisan

Santa Maria, RS, Brasil

2007

L948i Ludwig, Cristiane, 1979-

Indústria cultural e educação : caminhos de volta / por Cristiane Ludwig ; orientador Amarildo Luiz Trevisan. – Santa Maria, 2007.
92 f. ; il.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação, RS, 2007.

1. Educação 2. Indústria cultural 3. Hermenêutica 4. Imagem
5. Ação comunicativa I. Trevisan, Amarildo Luiz, orient. II. Título

CDU: 37.01

Ficha catalográfica elaborada por
Luiz Marchiotti Fernandes – CRB 10/1160
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Rurais/UFSM

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Educação
Programa de Pós-Graduação em Educação**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Dissertação de Mestrado

Indústria Cultural e Educação: Caminhos de Volta

elaborada por
Cristiane Ludwig

como requisito para obtenção do grau de
Mestre em Educação

COMISSÃO EXAMINADORA:

**Amarildo Luiz Trevisan, Dr: (UFSM)
(Presidente/Orientador)**

Cláudio Almir Dalbosco, Dr: (UPF)

Claudia Ribeiro Bellochio, Dr^a: (UFSM)

**Elisete Medianeira Tomazetti, Dr^a: (UFSM)
(Suplente)**

Santa Maria, 2007

AGRADECIMENTOS

A Deus, por acompanhar e iluminar os caminhos de minha vida;

Ao professor Amarildo Luiz Trevisan, um agradecimento especial pela orientação, pelas interações nesses anos de convívio, em que descobri um amigo e professor no sentido profundo da palavra, pela atenção e apoio incondicional em me auxiliar nos momentos conflituosos e pela sabedoria e confiança depositadas no desenvolvimento do trabalho;

Ao professor Cláudio Almir Dalbosco, à professora Claudia Ribeiro Bellochio e à professora Elisete M. Tomazetti pela disposição e interesse em participar da banca examinadora da dissertação e pela seriedade e rigor acadêmico com que avaliaram o trabalho;

Aos colegas do grupo de pesquisa *Formação Cultural, Hermenêutica e Educação*, pela experiência, amizade, apoio e pelo conhecimento que edificamos em nosso “interagir comunicativo”;

A minha amada família, pela confiança, compreensão, pelas condições que me ofereceram para a realização deste trabalho, pelas orações de minha querida mãe, que mesmo à distância, me confortava em minhas angústias e crises existenciais, ao meu pai, o colorado mais fanático do mundo, minhas mana Simo e Deise e o mano Celso; aos meus avós, aos meus tios, em especial Marina, aos meus primos...“Amo vocês”;

Aos meus pequenos tesouros, minhas lindas afilhadinhas Anne Kelly e Danúbia; Sarah, minha doce priminha; Emily, Laís e Dudu. Obrigado pelas brincadeiras, alegrias e a esperança de dias melhores;

Aos meus amigos do peito, as colegas da faculdade Tati, Mi e Deby, esse quarteto marcou sua história, “gurias” vocês são para sempre; aos colegas do mestrado, a Neo, Rô e Cecília, companheiras de apto, confidentes e amigas de todas as horas; a André, Andrisa, Angélica, Carmen, Deili, Di, Elenir, Laisa, Mircon e Re; aos companheiros da casa do estudante: Denise, Elen, Fran, Igor, Josi, Maira, Marcelo, Marci, Marcia, Marciely, Raquel, Rogério, Vini..., as parcerias, as confraternizações e os mega-encontros do G20... Pessoal, obrigado pelo agradável convívio, carinho e entusiasmo que me proporcionaram durante essa trajetória especial de minha formação;

À Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela concessão de bolsa de estudos.

“Passamos hoje da produção de mercadorias empacotadas para o
empacotamento da informação”

(McLuhan)

RESUMO

Dissertação de Mestrado

Programa de Pós-Graduação em Educação

Universidade Federal de Santa Maria

Título: Indústria Cultural e Educação: caminhos de volta

Autora: Cristiane Ludwig

Orientador: Prof. Dr. Amarildo Luiz Trevisan

Data e local de defesa: 13 de abril de 2007.

Esta pesquisa foi apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação, nível de Mestrado, do Centro de Educação, da Universidade Federal de Santa Maria, para a linha de pesquisa: Educação e Arte. O trabalho versa sobre as relações entre educação e indústria cultural e suas implicações no contexto atual a partir do diagnóstico da dialética da formação cultural, apropriada enquanto pseudocultura, de Theodor W. Adorno, e da teoria da ação comunicativa, de Jürgen Habermas, que enfatiza os processos de transformação do espaço público. O objetivo é analisar o conceito de indústria cultural como mecanismo de estetização do mundo vivido. Para tal, utiliza o diálogo hermenêutico reconstrutivo no sentido de auxiliar a reversão dos processos de apropriação do cultural, propondo algumas perspectivas à educação, a fim de que os indivíduos possam dialogar e interagir com os desafios resultantes desse contexto. Assim, a pesquisa propõe o trabalho de decodificação de imagens como forma de repensar melhores estratégias para a formação da opinião pública. A hipótese de discussão propõe a idéia de que as mudanças pedagógicas que podem contribuir para desestabilizar a unidimensionalidade dada à comunicação, pela prática sistematicamente distorcida, deve passar por uma *reeducação dos sentidos do compreender*. Essa proposta permite a abertura de outros sentidos da compreensão imersos nas mensagens expressas, uma vez que pressupõe a participação numa comunidade regida pela ação comunicativa, que contempla uma via de mão dupla e que não tem apenas itinerários de ida, mas também *caminhos de volta*. Desse modo, a prática educativa, através de intervenções contextualizadas no mundo vivido, abre outras formas de compreensão da pluralidade de sentidos que emergem do acervo cultural, principalmente o reconhecimento da alteridade do outro e das diferenças, considerando a complexidade dos valores emergentes do cotidiano das novas mídias interativas.

Palavras-chave: Indústria Cultural – Imagem – Hermenêutica - Ação Comunicativa e Educação.

ABSTRACT

Master Degree Dissertation

Post Graduation Program in Education

Federal University of Santa Maria

Title: Cultural Industry and Education: ways in return

Author: Cristiane Ludwig

Advisor: Prof. Dr. Amarildo Luiz Trevisan

Date and local of defense: April 13th, 2007 / Santa Maria

This research was presented to the Pos Graduation Program in Education, specifically to the Master Degree level, in the “Centro de Educação” (Center of Education) at UFSM (Federal University of Santa Maria), for the line of research on Education and Art. The approach of this work is about the relations between education and cultural industry and their implications in the actual context starting from the diagnosis of the dialectic to the convenient cultural formation while pseudo culture, by Theodor W. Adorno, and of the action communicative theory, by Jürgen Habermas, who emphasizes the public space transformation. The purpose is analyses the concept of cultural industry as a mechanism of aesthetization to the experienced world. In the sense to aid the reversion to the cultural processes of appropriation, it makes use of the hermeneutic reconstructive dialog proposing some outlook for education in order that human being can dialogue and interact with the challenges that results from this context. In this way, this research proposes the work to decode images as a tool to think in better strategies for the formation of civic judgment. The discussion hypothesis proposes the idea that pedagogical changes which can contribute to destabilize the unidimensionality given to the communication, by the distorted practice, must pass by reeducation *to the meaning of comprehend*. This approach allows other comprehension meanings opening, immersed in the expressed messages, once presupposes participation in a community governed by communicative action, that it contemplates a way of double hand and that itinerary of has not only gone, but also ways in return. Thus the educative practice, through the contextualized interventions in the experienced world, opens other ways of comprehension to the meanings plurality that emerge form the cultural patrimony, mainly the recognize of the other alterity and the differences, considering the complexity of the daily emergent values from the new interactive media.

Key words: Cultural Industry - Image - Hermeneutic - Communicative Action – Education.

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS	10
CAPÍTULO I - DEFINIÇÕES ACERCA DA INDÚSTRIA CULTURAL: PASSADO E PRESENTE	15
1.1 O que é indústria cultural?.....	16
1.2 Arte em reprodução na indústria cultural: alienação ou democratização?	21
1.3 Indústria cultural e a maquinização da subjetividade	30
1.4 Publicidade e indústria cultural: a estetização da imagem e do signo	33
CAPÍTULO II – A AÇÃO SISTEMATICAMENTE DISTORCIDA À LUZ DA AÇÃO COMUNICATIVA: ALGUMAS RESOLUÇÕES	40
2.1 Ação instrumental versus ação comunicativa: a intersubjetividade na busca do entendimento	41
2.2 Em busca de uma estética aporética ou expressiva?	50
2.3 A atuação do intérprete da ação comunicativa	57
CAPÍTULO III – A REEDUCAÇÃO DO SENTIDO NO USO DA IMAGEM: DESAFIOS E POSSIBILIDADES	63
3.1 A decodificação de imagens como fonte de saber	64
3.2 Decifrando enigmas das mercadorias culturais	68
CAPÍTULO IV - A EDUCAÇÃO E OS NOVOS FENÔMENOS CULTURAIS: ALTERNATIVAS POSSÍVEIS	76
4.1 Repensando os caminhos de volta	76
4.2 Novos aportes para a busca de sentido na ação educativa	80
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A presente pesquisa apresenta algumas reflexões acerca das relações entre educação e indústria cultural e suas implicações no contexto atual, considerando a ampliação dos processos de estetização das múltiplas linguagens expressas na comunicação. A investigação busca evidenciar a importância de problematizar essa temática na educação, valorizando a virada cultural do paradigma do agir comunicativo. E isso na tentativa de os aspectos estéticos, éticos e hermenêuticos posicionarem-se mais ativamente nas diferentes manifestações da cultura presentes no mundo da vida. Assim, torna-se imprescindível o auxílio reflexivo da hermenêutica para a reinterpretação do conceito de indústria cultural. A finalidade consiste em formar um processo de entendimento interativo sobre o fenômeno em estudo, relacionado à totalidade a qual pertence (contexto), a fim de repensar melhores estratégias de formação da opinião pública. A tomada desse caminho se justifica em função de que, segundo Habermas,

a hermenêutica se ocupa com a interpretação como uma realização excepcional (*Ausnahmeleistung*), que só se torna necessária quando relevantes setores do mundo da vida (*Lebenswelt*) ficam problemáticos, quando certezas do fundo culturalmente ensaiado se rompem e os meios normais do entendimento falham (1987a, p. 86).

Utilizando o diálogo hermenêutico reconstrutivo, a investigação busca auxiliar a reversão dos processos de apropriação do cultural como forma distorcida da comunicação, que nega a alteridade do outro e suas diferenças. Em decorrência disso, é exposta ao juízo da visão fragmentada e unilateral da linguagem, especialmente as que são utilizadas pelos veículos de informação e difusão.

A partir do diagnóstico da dialética da formação cultural tornada pseudocultura, de Theodor W. Adorno, e da teoria da ação comunicativa sobre os processos de transformação do espaço público, de Jürgen Habermas, a investigação objetiva analisar o fenômeno da indústria cultural articulado com os mecanismos de estetização do mundo vital. O elemento central do estudo busca identificar os equívocos causados pela concepção unidimensional da formação, propondo algumas perspectivas à educação, a fim de que os indivíduos possam dialogar e interagir com os desafios resultantes desse novo contexto, desenvolvendo sentidos,

valores e significados orientados pela ação ética e estética nas práticas culturais vivenciadas cotidianamente.

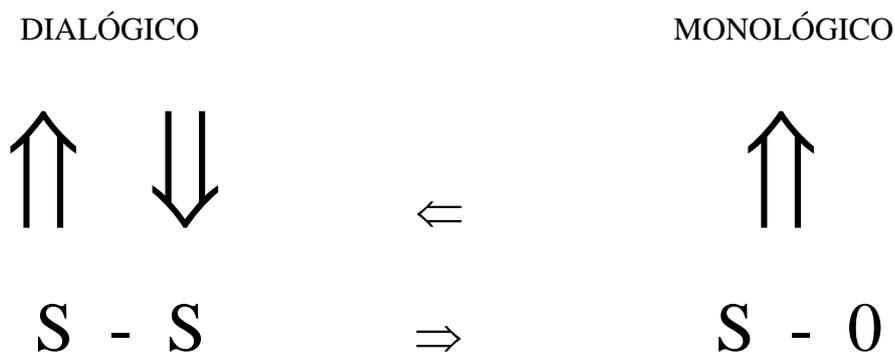
A pesquisa utiliza como base e fonte de inspiração os textos *A Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*, da obra *Dialética do Esclarecimento – fragmentos filosóficos*, de Adorno & Horkheimer, e partes da obra *Teoría de la Acción Comunicativa I - racionalidad de la acción y racionalización social*, de Jürgen Habermas. A via escolhida para esclarecer o processo de formação da cultura, privilegiando a interação, serve de fio condutor para elucidar possíveis contribuições ao campo educacional. Habermas evidencia que a crise dos referentes válidos no modelo da relação sujeito-objeto permite compreender o processo comunicativo em sua totalidade, que excluía os aspectos ético-normativos e estético-expressivos. Sem negar a importância e a legitimidade da ação instrumental nos contextos estratégicos, ele defende a tese da necessidade da restauração da sociabilidade e da solidariedade próprias dos processos de aprendizado coletivo. Para tal, propõe a validade das regras sociais fundamentadas na intersubjetividade do entendimento que se estabelece acerca das interações. Essas interações são asseguradas pela busca de uma verdade consensual por meio do diálogo livre de coações sistêmicas, no qual a capacidade de argumentação dialética dos agentes seja o elemento central da coordenação e não mais uma intencionalidade monológica. Nesse entendimento, o agir comunicativo reorienta a ação instrumental, conduzindo-a aos limites que podem fornecer à organização das modernas sociedades de massa.

Situando o desenvolvimento da atividade no âmbito da Filosofia da Educação, a investigação procura compreender a idéia da incorporação de manifestações da cultura erudita pela cultura popular ou de “massas”, segundo os preceitos da indústria cultural. Acredita-se, pelo contrário, que essa não é uma forma de aproximar o mundo da vida à democratização do conhecimento e da cultura autêntica. A formação da opinião pública esclarecida é um argumento possível de operacionalização no ambiente pedagógico, desde que as produções culturais possam oferecer a sua contribuição, no sentido de auxiliar na ressignificação das imagens banais do cotidiano.

Na busca de alternativas a essa situação, a investigação problematiza o uso do conceito de indústria cultural através das seguintes questões: numa época em que a industrialização consolidou-se em grande parte do mundo, será possível estabelecer relações assimétricas entre produtor industrial, produto cultural e público consumidor de cultura? E mais, tendo em vista

os padrões estabelecidos nos produtos mercadológicos, até que ponto a escolha de um produto cultural não é resultado de uma decisão consciente por parte do público consumidor?

A hipótese de discussão parte da idéia de que qualquer iniciativa de reversão das questões relacionadas à indústria cultural necessita passar por um *processo de reeducação do sentido da compreensão*, isto é, uma modificação anterior na compreensão das transformações do espaço público, do uso da linguagem nesses novos cenários e de um outro entendimento das contribuições da racionalidade estética. A partir da crítica de Habermas ao conceito de indústria cultural percebemos que o processo de coisificação, segundo Adorno & Horkheimer, quando entendido nas condições da comunicação, desvenda relações assimétricas e simétricas, autênticas e não autênticas. E que, além disso, a comunicação sistematicamente distorcida (da indústria das consciências) não inviabiliza as pessoas de dizer “não” às suas mensagens, saindo, portanto, da condição de “objeto” passivo. Com isso, a relação perturbada é compreendida a partir de um outro patamar, que joga com a percepção de que a linguagem possui instâncias de comunicação que propõem um entendimento para além do uso ideológico ou idiossincrático. A ação comunicativa permite consensos ou entendimentos que fujam do modo objetivante do agir instrumental, na medida em que podemos escolher entre nos colocar na atitude objetivante, fria e unilateral da relação sujeito-objeto, que apresenta uma via de mão única, ou na situação de fala interativa, que contempla uma via de mão dupla e que não tem apenas itinerários de ida, mas também *caminhos de volta*. Essa dupla possibilidade permite a aprendizagem com os equívocos e desacertos da projeção instrumental da informação e da passagem para a incorporação de valores éticos e estéticos, com o uso ampliado da linguagem por intermédio do diálogo. A idéia de que existem *caminhos* de ida e volta na comunicação é representada pelo paradigma intersubjetivo da relação sujeito-sujeito, conforme o esquema a seguir:



Com a intenção de oferecer uma visão panorâmica do problema da investigação, o texto está dividido em quatro capítulos. No primeiro capítulo, o estudo delinea um breve histórico sobre a origem e a natureza da razão instrumental, conforme desenvolvida por Adorno & Horkheimer, por intermédio da análise do conceito de indústria cultural. Em bases gerais, constata-se que a reificação da cultura é uma manifestação específica da razão instrumental, em que a vida é colonizada pelas necessidades alienadas, propostas pela teia do consumo (aparência, dinheiro e poder), na qual os meios de comunicação de massa multiplicam a quantidade de signos e imagens que perpassam a vida particular, o trabalho e a própria educação. Segundo esses autores, os meios afirmam-se cada vez mais como princípio educativo, pois cumprem perfeitamente duas funções extremamente favoráveis ao capital. Por um lado, reproduzem a ideologia dominante, ao ocupar com sua programação o espaço de descanso e de lazer, e por outro, dispõem dos produtos culturais meramente como bens de consumo, criando modas, gêneros musicais, divertimentos que têm um caráter transgressor e contrário à cultura erudita.

Na busca de encontrar alternativas frente a tendência da racionalização unilateral da modernidade, o segundo capítulo busca inspiração na reflexão de Jürgen Habermas, especialmente nos estudos que fundamentam sua teoria da ação comunicativa. Por intermédio dos instrumentos da virada lingüística, incorporados à hermenêutica, Habermas estabelece que a partir da ação comunicativa torna-se possível corrigir os excessos cometidos pela razão instrumental. Além disso, o autor afirma que é possível criticar a redução do processo de racionalização, diagnosticado por Adorno & Horkheimer, uma vez que a ação comunicativa realiza a passagem da subjetividade para a intersubjetividade, permitindo diferenciar uma relação dialógica (sujeito-sujeito) de uma relação instrumental (sujeito-objeto). O modelo de interação desloca o centro das atenções para a intersubjetividade do entendimento, mediado pela linguagem e relacionado com o agir, permitindo uma relação harmônica entre os elementos cognitivo-instrumental, ético-normativo e estético-expressivo da racionalidade. A integração dessas três esferas, mediadas pela ação comunicativa, possibilita, segundo Habermas, a reestruturação da convivência humana nas bases da sociabilidade e da solidariedade próprias de processos coletivos de aprendizado.

No terceiro capítulo, é focado o uso da imagem pelas formas contemporâneas de expressão e as relações que se estabelecem entre o sujeito e o conhecimento na cultura hodierna. É nesse contexto que se insere o trabalho de decodificação de imagens no campo

educacional, a fim de que os educandos possam interagir comunicativamente com o tempo presente. Para tal, a *reeducação dos sentidos do compreender*, proposta nessa pesquisa, desestabiliza a unidimensionalidade dada à comunicação pelas narrativas reificadas, pois permite a abertura a outros sentidos da compreensão imersos nas mensagens expressas, uma vez que pressupõe a participação numa comunidade regida pela ação comunicativa. Desse modo, interpretando as práticas distorcidas pelo sistema, é possível decifrar os enigmas e disfarces com que opera a linguagem monológica. Assim, ressignificando as imagens banais do cotidiano, a pesquisa colabora para refinar o senso estético do educando e a formação de sua opinião pública.

Por fim, no quarto capítulo, a relação entre educação e os novos fenômenos culturais é perpassada no entendimento habermasiano. O estudo procura mostrar que a educação alicerçada sobre o desenvolvimento científico-tecnológico resultou na fragmentação do saber e na desvalorização das relações intersubjetivas. Como alternativa, aposta na reconstrução das interações sociais através do aprendizado coletivo, na tentativa de viabilizar a formação de uma razão comunicativa, ética e estética.

A reconstrução das prerrogativas da indústria cultural, que se ensaia nestas páginas, assenta-se na premissa de que essa teoria ainda é relevante para tratar dos problemas contemporâneos, desde que suas propostas sejam inseridas nas circunstâncias históricas atuais. A leitura, todavia, não quer evidenciar prejuízos ou tensões conceituais, mas antes procura extrair da discussão formas de conhecer e interpretar o mundo, protagonizando interações efetivas com o mundo da vida.

É nessa direção que a investigação propõe uma outra política educativo-cultural, inspirada na ação comunicativa, capaz de fornecer subsídios para a compreensão e ressignificação dos novos fenômenos culturais. É por meio de alunos críticos, interpretativos, e que saibam ler a lógica que está por trás do esquema da mercantilização da cultura, que poder-se-á criar possibilidades de interferência, a fim de alcançar um equilíbrio entre aquilo que diz respeito ao necessário e aquilo que reafirma a lógica do mercado. A pesquisa acredita que a prática educativa, através de intervenções contextualizadas com as novas mídias interativas e o mundo vivido, abre outras formas de compreensão da pluralidade de sentidos que emergem do acervo cultural, principalmente o reconhecimento do outro, no sentido de promover o respeito às diferenças de gosto do público, considerando a complexidade dos valores emergentes do cotidiano.

- CAPÍTULO I -

DEFINIÇÕES ACERCA DA INDÚSTRIA CULTURAL: PASSADO E PRESENTE

A pesquisa desenvolve a seguir um breve histórico sobre a origem e a natureza da razão instrumental, conforme desenvolvida por Adorno & Horkheimer, por intermédio da análise do conceito de indústria cultural. Em bases gerais, aborda como os teóricos da *Dialética do Esclarecimento* procuraram elucidar o caráter contraditório da conquista racional do mundo, elaborando uma crítica frente à cultura mecanizada e os regimes totalitários. A pesquisa busca evidenciar, nesse capítulo, que, a partir da subjetivação da razão, que corresponde à coisificação da ciência, da moralidade e da arte, Adorno & Horkheimer identificam, por meio da auto-alienação dos indivíduos e do desenvolvimento unilateral da modernidade, a fórmula perfeita para a atração da massificação da cultura: a indústria cultural.

A investigação procura mostrar aqui como a indústria cultural apropriou a arte em sua lógica operativa e adaptou-a aos mecanismos do mundo moderno, transformando-a em mercadoria. Dessas constatações observa-se que a produção estética das mercadorias da indústria da cultura atual incorpora os elementos característicos do arquétipo industrial moderno, promovendo a maquinização da subjetividade. Nessa etapa da investigação, constata-se que a intenção da indústria cultural consiste em articular os impulsos recalcados, a fim de construir modelos de comportamento, promovendo a inversão de valores e a regressão da consciência.

Para abarcar tal propósito, o capítulo busca expor como a indústria cultural, aliada à publicidade, explora os processos psíquicos de reconhecimento, identificação e propriedade com os valores dominantes na sociedade, revestindo-os na (in)consciência do consumidor.

Todavia, essa investigação conclui, com o apoio de algumas literaturas contemporâneas, que o esclarecimento não pode ser revogado de todo e, por isso, a característica central da consciência moderna não é a alienação nos bens de consumo, mas um cinismo bem informado a que as luzes da razão conduziram em virtude de seu enredamento com o sistema.

1.1 O que é indústria cultural?

A expressão indústria cultural refere-se a um assunto polêmico nos dias de hoje. Os frankfurtianos¹, Adorno & Horkheimer, na obra *Dialética do Esclarecimento*², elaboraram o conceito de indústria cultural³, sintetizando, por um lado, a exploração comercial e a vulgarização da cultura. Por outro lado, quiseram significar nesse conceito a ideologia da dominação da natureza pela técnica, implicando na dominação do próprio homem. Em outras palavras, o conceito de indústria cultural ostenta em Adorno as funções: *ideológica*, no sentido de praticar a manipulação social, e *econômica*, no momento em que a mercantilização da cultura tornou-se uma abertura para explorações lucrativas. Sob o ilusório esquema da indústria cultural todos são livres, para dançar e se divertir, mas a “liberdade de escolha da ideologia, que reflete sempre a coerção econômica, revela-se em todos os setores como a

¹A fundação do Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt, em 1923, reuniu autores como Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin, Herbert Marcuse. Os intelectuais produziram reflexões críticas sobre a economia, a sociedade e a cultura, que foram publicadas, num primeiro momento, na Revista Social do próprio instituto. Na sua essência, as questões que a Escola de Frankfurt investigava representavam tanto um momento particular do desenvolvimento do marxismo ocidental como críticas do mesmo. Reagindo ao crescimento do nazismo e do fascismo por um lado, e ao fracasso do marxismo ortodoxo, pelo outro, a Escola de Frankfurt remodela e repensa o significado de dominação e de emancipação. O ideal de esclarecimento (*Aufklärung*) almejado pelos frankfurtianos se apóia no conceito de Kant, que define o esclarecimento como “a saída do homem de sua menoridade, da qual é o próprio culpado. A menoridade é a incapacidade de se servir de seu entendimento sem a direção de outrem” (1985, p. 81). A emancipação do homem estava vinculada à harmonia com a natureza, sob a orientação da razão. Noutras palavras, a humanidade procura emancipar-se constantemente do medo em relação ao mito e a dominação, seguindo os passos do saber e do esclarecimento racional, porém, ao término de tudo, recai no mito, na barbárie, na dominação. A Escola de Frankfurt toma como um de seus valores centrais o compromisso de adentrar no mundo das aparências objetivas para denunciar as relações sociais alienantes. Segundo Giroux, a Escola de Frankfurt, “não apenas rompeu com as formas de racionalidade que uniam a ciência e a tecnologia, em novas formas de dominação, mas também, rejeitou todas as formas de racionalidade que subordinavam a consciência e a ação humana ao imperativo de leis universais” (1986, p. 22).

² Em bases gerais, a essência da *Dialética do Esclarecimento* consiste justamente em mostrar como a razão abrangente e humanística, posta a serviço da liberdade e emancipação dos homens, atrofiou-se, resultando na razão instrumental (FREITAG, 1988).

³ Adorno & Horkheimer (1985) usaram o conceito indústria cultural em lugar de cultura de massas, uma vez que esse último pode levar a uma idéia equivocada do surgimento de uma cultura espontaneamente popular. Já o conceito em questão significa uma forma de mercantilização da cultura de forma vertical, autoritária, que procura adaptar as mercadorias culturais às massas e as massas a essas mercadorias. Convém ressaltar que a categoria massas significa a homogeneização das classes sociais e que tal processo atinge a todas elas. Dessa forma, tanto os indivíduos das classes mais altas quanto os das classes mais baixas são seduzidos para o consumo. Com a adesão ao espírito da fábrica cultural, essas classes, objetivamente, se mostram distantes, mas, subjetivamente, se apresentam muito próximas.

liberdade de escolher o que é sempre a mesma coisa” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 156). Seguindo essa definição, Adorno & Horkheimer utilizam a expressão indústria cultural para designar o aparecimento de uma cultura estandardizada, condicionada e comercializada segundo os modelos de bens de consumo.

Em essência, a expressão indústria cultural significa a transformação da mercadoria em cultura e da cultura em mercadoria, ocorrida em um movimento histórico-universal, que gerou o desenvolvimento do capital monopolista, dos princípios de administração e das novas tecnologias de reprodução.

A tese de modernização da sociedade como resultado de um processo histórico-universal de racionalização, defendida por Weber, é apropriada pelos frankfurtianos na constituição da Teoria Crítica⁴. Segundo Weber, existem na sociedade três esferas que, em sua totalidade, representam a racionalidade moderna. São elas: a esfera da racionalidade cognitiva presente na ciência e na técnica, a esfera da racionalidade evolutiva, que aparece no direito e na ética, e a racionalidade expressiva e estética, presente na arte e nas relações subjetivas. No processo da racionalização crescente, ganham essas três esferas cada vez mais autonomia, devido a um processo acentuado de diferenciação. Essa lógica da racionalização, da circulação das mercadorias e do acúmulo do capital converte o homem em mero agente da lei do valor, transformando e reduzindo os sujeitos a serviço do desencantamento do mundo. As mercadorias passam a ser ativas e o indivíduo se isola e se fragmenta pela divisão social do trabalho. Além disso, a especialização do trabalho e sua automação reduzem o homem a um mero corolário da máquina, repetindo gestos vazios de significado.

O diagnóstico weberiano⁵ da modernidade baseia-se na concepção crítica, por um lado, da racionalização da cultura, correspondente à tese da perda de sentido, que ocorre

⁴ A adoção da crítica na teoria frankfurtiana se filia a uma tríplice tradição, com vertente em Kant, Hegel, Marx, Nietzsche e na psicanálise de Freud e, por último, na teoria da racionalização do mundo, segundo Weber. Em linhas gerais, a teoria crítica reflete uma espécie de inquietação do mundo moderno com a implantação de uma ordem social embasada nos pressupostos da razão técnica. Desse modo, a teoria elaborada pelos teóricos da Escola de Frankfurt surge em oposição às estratégias de controle (ir)racionalistas e instrumentais da teoria tradicional. Assim, uma das características dessa teoria, desde sua origem, tem sido sua negativa em considerar o marxismo como um corpo acabado de verdades, preservando a herança do idealismo alemão e da própria filosofia, que é seguir conscientemente o interesse por uma organização racional da atividade humana, clarificando e legitimando esse interesse. A teoria dos frankfurtianos conserva em sua essência, conforme ressalta Pucci, “o ideal iluminista de, através da razão, libertar o homem do jugo da repressão, da ignorância e da inconsciência, buscando, com isso, a transformação da sociedade” (1994, p. 35).

⁵ Os subsídios do diagnóstico moderno de Weber foram buscados em Jürgen Habermas, por intermédio, principalmente, da obra *Teoría de la acción comunicativa*. vol. I, Racionalidad de la acción y racionalización social. Madrid: Taurus, 1987b.

devido à diferenciação das esferas autônomas de valor. E, por outro lado, da racionalização da sociedade, que conduz à proposição da perda de liberdade, que se dá devido a crescente independência dos sistemas de ação racional regida por fins. Na primeira, Weber observa o rompimento da unidade dos três princípios: o cognitivo, o normativo e o expressivo, que fundamentavam as imagens religioso-metafísicas do mundo, e, conseqüentemente, a impossibilidade de atribuir a esse mundo um sentido. Não obstante, com a diferenciação das esferas de valor, cada qual seguindo uma lógica própria de desenvolvimento, a razão se dissocia, aniquilando sua própria universalidade. Na segunda, Weber investiga a ameaça à liberdade do indivíduo, representada pela crescente autonomia da empresa capitalista e do Estado moderno.

A partir da análise da tese da perda de sentido, defendida por Weber, Adorno & Horkheimer atribuem à cultura um novo realce: o caos cultural anunciado pela perda da unidade da razão confere à cultura contemporânea, não um novo sentido, mas um ar de semelhança. A unidade presente no modelo da cultura atual reflete a falsa identidade do universal e do particular⁶, visto que “sob o poder do monopólio, toda cultura é idêntica” (1985, p. 114). Numa passagem da *Dialética do Esclarecimento*, Adorno & Horkheimer explicitam essa questão afirmando que “os elementos irreconciliáveis da cultura, da arte e da distração se reduzem a uma única fórmula falsa: a totalidade da indústria cultural” (1985, p. 128). Logo, a escala de padrão de vida no capitalismo tardio é um contínuo rito de iniciação, em que todos se integram aos padrões impostos pela cultura do consumo. Nessa lógica, a cultura propaga a repetição, persuadindo seu domínio através da identificação com o todo. Adorno & Horkheimer identificam na predominância do universal sobre o particular o totalitarismo⁷ como culminância da lógica do raciocínio e o conseqüente aniquilamento do sujeito.

É nesse contexto que Adorno, em parceria com Horkheimer, refletem sobre o fenômeno de regressão da razão em *Dialética do Esclarecimento*. Eles defendem nessa obra que o Iluminismo não atingiu seus objetivos, nem se manteve fiel aos seus princípios. Ao contrário, contribuiu para o que eles chamaram de “anti-iluminismo”, ou seja, o aparecimento

⁶ A questão do universal e do particular abordada por Adorno & Horkheimer será analisada mais explicitamente no próximo item, a partir do conceito do não-idêntico.

⁷ O totalitarismo culminou com a razão ocidental, através dos efeitos do horror gerado pelo regime nazista, da uniformização imposta pelas sociedades industriais massificadas, do aprisionamento da vida humana inserida nas relações de trabalho e exploração, que a transforma em acessório da máquina produtiva e do aparelho de dominação.

de uma nova forma de mistificação alicerçada na ciência e na tecnologia. Da perspectiva da racionalização capitalista como processo de coisificação, Adorno & Horkheimer, a partir do conceito de mundo administrado, dão um passo além do argumento defendido por Weber, ao afirmarem que, por meio da indústria cultural, as próprias consciências se tornam objeto de manipulação. Com a subjetivação da razão, que corresponde à coisificação da ciência, da moralidade e da arte, Adorno & Horkheimer identificam, por meio da auto-alienação dos indivíduos e do desenvolvimento unilateral da modernidade, a fórmula perfeita para a atração da massificação da cultura: a indústria cultural.

Desse processo, o resultado a que se assiste é a dimensão instrumental da razão que se torna onipresente, transformando-se em ferramenta de reprodução e de dominação. Assim, eles escrevem, “o preço da dominação não é meramente a alienação dos homens com relação aos objetos dominados; com a coisificação do espírito, as próprias relações dos homens foram enfeitadas, inclusive as relações de cada indivíduo consigo mesmo” (ADORNO & HORKHEIMER 1985, p. 40). Do ponto de vista desses autores, a crise da razão ocorre à medida que a sociedade se torna mais racionalizada. Nessas circunstâncias históricas, na busca de uma harmonia social, ela perde sua faculdade crítica e se torna um instrumento da sociedade existente. Como resultado, a razão enquanto ‘insight’ e crítica se transforma, em seu contrário, em irracionalidade.

Propondo-se, então, a compreender a mudança estrutural das esferas política, social e, em especial, cultural, os frankfurtianos privilegiaram as pesquisas marxistas acerca da superestrutura. A superestrutura, segundo Marx, compreendia o campo da vida política, espiritual e cultural. Já a infra-estrutura envolvia o conjunto das relações sociais de produção e das forças produtivas, ou seja, a base material da sociedade, origem das riquezas e do desenvolvimento tecnológico. As contradições da base material, os conflitos entre as relações sociais de produção e as forças produtivas, reproduzem-se nas esferas da superestrutura. Segundo os autores, é na esfera da superestrutura que se desencadeia o processo de reificação da sociedade, que está ligado ao processo de alienação. Reificação é o processo no qual tudo se transforma em mercadoria e adquire vida autônoma. Nesse sentido, a esfera dos bens culturais, como esfera integrante da superestrutura, é *locus* tanto de reprodução do sistema quanto de possibilidade de conscientização e politização das massas.

No caso específico da indústria cultural, os frankfurtianos não a inseriram como uma esfera existente sobre a sociedade, mas como integrante. Embora o método por eles utilizado

se fundamente no marxismo, alguns de seus pressupostos básicos foram modificados e recombinaados com outras abordagens, como a psicanálise. Eles procuraram elucidar, desse modo, o caráter contraditório da conquista racional do mundo, elaborando uma crítica da massificação da cultura e dos regimes totalitários, a fim de compreender o desenvolvimento da personalidade do indivíduo frente ao sistema mercadológico opressor.

A partir dessa elucidação, Adorno & Horkheimer constataam que o termo indústria refere-se à pseudo-indivduação, à padronização e à racionalização das técnicas de promoção e distribuição. Eles alegam que em sua época a maior parte das entidades culturais já se haviam transformado em mercadorias, ao passo que a própria cultura se tornara uma indústria. Sem preocupar-se com a integridade da forma artística, a máquina cultural, fruto de uma sociedade capitalista, interessa-se pela predominância do efeito. Ela visa principalmente à criação de diversões e distrações, proporcionando uma fuga temporária às responsabilidades e à monotonia da vida cotidiana. Além disso, recria em permanência o homogêneo, o uno. Contudo, a indústria da cultura não propicia uma evasão autêntica. O relaxamento que a propicia, isento de demandas e esforços, serve para distrair as pessoas das pressões básicas que atuam sobre suas vidas e para reproduzir a sua vontade de trabalhar. Em sua análise sobre a televisão, a arte, a música popular e a astrologia, Adorno⁸ tentou mostrar em detalhes como os produtos da indústria cultural simplesmente reproduzem e reforçam a estrutura do mundo de que as pessoas procuram se evadir. Ou seja, na medida em que fortalecem a convicção de

⁸ Segundo Martin Jay (1984, p. 14-15), o pensamento adorniano apresenta as seguintes coordenadas: **Marxismo:** o da tradição heterodoxa do pensamento marxista ocidental (escola de Frankfurt, Instituto de Pesquisas Sociais, 1924); **Modernismo estético:** para além de filósofo e sociólogo, Adorno foi músico e compositor, absorvendo a moderna música atonal de Schoenberg, durante a sua estada em Viena; **Conservadorismo cultural:** apesar das suas inclinações marxistas e modernistas, Adorno conserva uma distanciação profunda para com a cultura de massa e olha com aversão a razão tecnológica, instrumental. Critica o jazz e os blues. Faz parte do designado declínio dos mandarins (senhores feudais) alemães. O seu pensamento é negativo. Para, além disso, Adorno mantém uma apreciação de figuras reacionárias, o que põe em causa o modernismo que defende; **Influência do pensamento judaico:** embora não tão envolvido no judaísmo como Walter Benjamin, há uma certa influência do seu pensamento. Meio judeu por nascimento, embora identificado com o catolicismo da mãe, no exílio Adorno toma conhecimento profundo da sua herança judaica. Costumava citar: “Escrever poesia depois de Auschwitz é bárbaro”. Como Horkheimer, Adorno não falara na alternativa utópica pela referência à proibição judaica de pintar Deus ou o paraíso. Articula, desde o holocausto nazista, os pensamentos anti-semita e totalitário; **Desconstrucionismo** (movimento que emerge com os pós-estruturalistas, em 1967. Adorno morre em 1969) – há ligações, talvez fortuitas, entre ele e a amizade que une Walter Benjamin ao círculo de proto-desconstrucionismo do colégio de sociologia (Georges Bataille, Pierre Klossowski, Roger Caillois). Em Adorno, a sua antecipação do desconstrucionismo vem da apreciação de Nietzsche. Divergindo de outros marxistas – como Lukács, que via em Nietzsche um perigoso e irracional precursor do fascismo – Adorno gostava dele pela crítica à cultura e política de massas e a crítica à dialética das luzes (Aufklärung). **Experiência pessoal e política,** com a ascensão do nazismo. Nele há influências pessimistas, de Schopenhauer, Nietzsche e Kierkegaard. O autor ainda destaca os seguintes elementos que Adorno desenvolve em suas obras, a saber: denúncia e recuperação; situação aporética da sociedade (que inclui a arte e a cultura); teoria do mundo administrado e indústria cultural (Kulturindustrie).

que os fatores negativos da vida são decorrentes de causas naturais ou ao acaso, promovendo assim um senso de fatalismo, de dependência e de obrigação. Nesse projeto a indústria da cultura produz, segundo ainda Adorno, o cimento social para a ordem existente. Em síntese, para a indústria cultural tudo se torna negócio. Enquanto negócios, seus fins comerciais são realizados por meio da esquematizada exploração de bens considerados culturais, expandindo as relações mercantis a todas as instâncias da vida humana, a fim de atingir a sociedade como um todo.

Para isso, a indústria cultural acaba por colocar a imitação como algo absoluto. Reduzida ao estilo, ela renuncia a obediência à hierarquia social. A indústria cultural, o mais inflexível de todos os estilos, revela-se justamente como a meta do liberalismo, no qual se censura a falta de estilo. O conceito de estilo torna-se transparente na indústria cultural como um “equivalente estético de dominação” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 122). A idéia de estilo como uma conformidade a leis meramente estéticas é uma fantasia romântica retrospectiva. Segundo os autores, “o que se exprime na unidade do estilo não apenas da Idade Média cristã, mas também do Renascimento, é a estrutura diversificada do poder social, não era experiência obscura dos dominados que encerrava o universal” (1985, p. 122). Seguem relatando que os grandes artistas jamais foram aqueles que encarnaram o estilo da maneira mais íntegra e mais perfeita, mas aqueles que acolheram o estilo em sua obra como uma atitude dura contra a expressão caótica do sofrimento, como verdade negativa, que é o assunto problematizado no próximo item.

1.2 Arte em reprodução na indústria cultural: alienação ou democratização?

Para os teóricos da Escola de Frankfurt, a barbárie estética consoma hoje a ameaça que sempre pairou sobre as criações do espírito desde que foram reunidas e neutralizadas a título de cultura. Para eles, a arte, desde que foi apropriada pela lógica da indústria cultural e posta entre os bens de consumo, tornou-se sintética, falsa, enfeitada, pois sua vivacidade adaptou-se ao mecanismo do mundo moderno. No arquétipo do positivismo, o conceito de arte designa primordialmente satisfazer os interesses do capital. Para Adorno & Horkheimer “o princípio da estética idealista, a finalidade sem fim, é a inversão do esquema a que obedece socialmente a arte burguesa, ou seja, a falta de finalidade para os fins determinados pelo mercado” (1985, p. 148).

Essa transformação se evidencia a partir da segunda revolução industrial do século XIX, quando as artes, antes vinculadas a uma função religiosa, foram submetidas às regras do mercado capitalista e da ideologia da indústria cultural, baseada no consumo de produtos culturais fabricados em série (CHAUÍ, 1994). Com a mudança estrutural da esfera pública, processo pelo qual o espaço público (um espaço restrito à classe burguesa; das decisões políticas, dos letrados e com acesso à ciência) se democratizou, as esferas culturais também foram modificadas. Esse momento de mudança coincide com o desenvolvimento da ciência voltada para a aplicação técnica, fruto da razão instrumental, cuja lógica é a dominação, controle e poder sobre a natureza e a sociedade, transformando a própria ciência em senso comum cientificista. Nesse aspecto, o homem se tornou um escravo de sua própria técnica.

A princípio, as novas técnicas de reprodutibilidade e os novos meios de comunicação, e a conseqüente democratização das obras de arte e do pensamento, apresentaram-se como um aspecto positivo. Assim, todos teriam acesso, não sendo apenas privilégio de alguns. Ora, se na estética burguesa, as massas não se identificavam nas obras de arte e de pensamento massificadas, as massas passaram a se ver enquanto protagonistas da história. No entanto, com a indústria cultural, a cultura vulgarizou-se, mistificou-se, encobrendo das massas a verdadeira natureza da sociedade. Isto é, sob a lógica do capitalismo a obra de arte sem sua aura, na realidade, não se democratizou, ao contrário, massificou-se, transformou-se em mercadoria anunciada nas formas propaganda e publicidade.

As tecnologias de reprodução não somente colaboraram nesse processo, como permitiram às massas preencher o vazio em que foram lançadas, pois elevaram a distração ao nível da cultura. Nesse processo, as novas técnicas de reprodução das obras de arte (pertencentes à cultura popular ou à cultura de elite) perderam o sentido de autenticidade, contemplação e testemunho histórico. Com a perda da aura, a obra de arte foi reproduzida e difundida entre outras classes sociais, perdendo sua autenticidade, aquela característica que lhe conferia ser um acontecimento único, singular, tornando-se um fenômeno de massas.

Para os frankfurtianos, a perda do caráter religioso, mitológico e burguês das obras de arte, e a conseqüente perda da aura, o rompimento com a tradição, o desenvolvimento dos meios técnicos de reprodução, enfim, o processo de massificação era, de modo geral, um caminho sem volta. A cultura burguesa era uma espécie de mito, continha promessas irrealizáveis que, mais tarde, tornaram-se irrealistas. As categorias da cultura burguesa perderam o sentido em um mundo vazio e mecânico.

Segundo Benjamin, uma das mais importantes transformações a que estamos assistindo hoje, em decorrência dos meios técnicos de reprodução de imagens, é a perda da aura⁹ das obras de arte que, reproduzidas e divulgadas (para satisfazer as necessidades da cultura administrada), multiplicam-se em grande número, tornando-se banais. O resultado a que assistimos é a propagação daquilo que é singular e constitui a autenticidade da obra de arte. Benjamin denomina o declínio progressivo da aura como o fenômeno da degradação da arte, ou seja, a perda de seu valor de culto.

Do ponto de vista de Benjamin, a reprodutibilidade técnica da obra de arte assinalava sua ruptura com o esoterismo e sua transformação em fenômeno profano, acessível às massas e, como tal, suscetível de ser preservada, tanto no sentido hegeliano da superação, como no sentido escatológico da salvação messiânica. Benjamin justifica a sua tese de que a arte escapou à esfera da bela ilusão com o novo estatuto da obra de arte e sua nova forma de recepção. Com a destruição da aura, desloca-se a estrutura simbólica interna da obra de arte de forma a dissolver a esfera subtraída ao processo da vida material e a ele contraposta. Sendo assim, a obra de arte banalizada adquire valor de exposição em detrimento do seu valor de culto. Isto é, a nova estrutura da obra de arte corresponde a uma nova organização da percepção e recepção da arte. Enquanto autônoma, a arte estava voltada para a fruição estética individual, e, depois da perda de sua aura, para a recepção de massa. Benjamin contrapõe à atitude contemplativa do observador individual a dispersão no coletivo, provocada pela multiplicidade dos novos estímulos.

Ademais, Benjamin vê, na recepção coletiva, um prazer estético, que é ao mesmo tempo instrutivo e crítico. Vê ainda, a arte privada de aura liberta, numa seqüência discreta de choques, experiências que até então estavam encerradas no estilo esotérico. Benjamin encontra na elaboração psíquica desse choque a dissolução exotérica daquele fascínio religioso, no qual a cultura burguesa mantinha cativo o observador solitário, graças ao seu caráter afirmativo. Benjamin compreende a mudança de função da arte, que intervém no momento da emancipação da obra de arte de sua existência parasitária no ritual como uma politização da arte. Assim, em lugar de basear-se no ritual, baseia-se na política. Sem dúvida, Benjamin, como Marcuse, vê na arte de massa do fascismo, que surge com a pretensão de ser política, o perigo de uma falsa dissolução da arte autônoma. Essa arte propagandística dos nazistas liquida efetivamente a arte como uma esfera autônoma, mas atrás do véu da

⁹ Para Walter Benjamin (1983), a aura refere-se a uma espécie de transcendência que assinala a presença única e singular das obras de arte.

politização ela está a serviço, na verdade, da estetização do poder político. Ela substitui o valor de culto da arte burguesa pelo valor produzido por intermédio da mera manipulação. O fascínio religioso só é rompido para ser sinteticamente renovado: a recepção de massa transforma-se em sugestão de massa. Ou seja, a teoria estética de Benjamin recorre ao conceito de cultura baseado na crítica da ideologia.

Dessa forma, os meios de reprodução, que causam a perda da aura, condicionam a uma nova atitude em relação à arte, que já não é mais contemplativa, mas consumista. Benjamin adverte que o interesse da época moderna, pragmática, materialista, colocada sob o signo do dinheiro, incide na troca, na reprodução, na exposição e na venda da obra de arte. Jimenez (1977) comenta que Benjamin interpreta nossa época como uma sociedade consumista, reprodutiva, que gosta de trocar, de comprar e de vender. Segue explanando que Benjamin observa atentamente como no reino do dinheiro a crítica tende a amortecer-se, não encontrando mais espaço. Tal época não quer mais saber de crítica, basta-lhe a publicidade. Jimenez (1977) ainda elucida que Benjamin desconfia da ilusão de um progresso linear, a partir, por exemplo, de uma alegoria do *Angelus Novus*, de Paul Klee. Para Benjamin, o homem do Iluminismo, ao final do processo do Esclarecimento, torna-se admirador de Mickey Mouse e do Pato Donald.

Contudo, Benjamin, no texto *A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução*¹⁰, observa que o processo de reprodução existe há muitos anos, o que mudou no século XX foram os meios, as técnicas, que modificaram inclusive a própria noção do que é arte e a relação dos indivíduos com a arte. Com o progresso das técnicas de reprodução, particularmente do cinema, a aura, dissolvendo-se nas várias reproduções do original, destituiria a obra de arte de seu status de raridade. Para Benjamin, a partir do momento em que a obra fica excluída da atmosfera aristocrática e religiosa, que fazem dela uma coisa para poucos e um objeto de culto, a dissolução da aura atinge dimensões sociais. Sob a ótica de Jimenez (1999), a análise de Benjamin manifesta, por um lado, que as técnicas de reprodução das obras de arte, provocando a queda da aura, promovem a liquidação do elemento tradicional da herança cultural, ou seja, o empobrecimento da experiência baseada na tradição. Por outro lado, mostra que esse processo contém um germe positivo, na medida em que possibilita um outro relacionamento das massas com a arte, dotando-as de um instrumento eficaz de renovação das estruturas sociais. Portanto, Benjamin acreditava que o acesso das

¹⁰ O ponto central desse estudo encontra-se na análise das causas e conseqüências da destruição da “aura” que envolve as obras de arte, enquanto objetos individualizados e únicos (JIMENEZ, 1977).

massas à obra de arte favorecia a democratização e a politização da cultura. Para ele, a obra de arte, através da diversão, penetra nas massas, realizando tanto a função de diversão quanto de crítica social. O público de cinema seria, então, “um examinador que se distrai” (1983, p. 27).

Adorno discorda da análise benjaminiana. Para ele, a reprodutibilidade técnica libera a arte para sua apropriação pela indústria cultural, que transforma as atividades de lazer em um prolongamento do trabalho. Isso porque a indústria cultural promete ao trabalhador, através de suas atividades de lazer, uma fuga do cotidiano, e lhe oferece, de maneira ilusória, esse mesmo cotidiano como paraíso. A diversão é o prolongamento do trabalho, buscada para desviar-se do processo mecanizado das atividades de seu ofício, ou seja, das tarefas realizadas por seqüências de operações padronizadas. Todavia, conforme assevera, “a indústria cultural permanece a indústria da diversão. Seu controle sobre os consumidores é mediado pela diversão” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 128). Nesse sentido, a diversão é sempre alienante, pois em nenhum momento instiga a refletir sobre o todo. Logo, o esquema estandardizado e unilateral da lógica do engenho cultural não questiona sobre o que as obras de arte tanto da cultura popular quanto de elite exigem: pensamento, reflexão, crítica, sensibilidade, inquietação. No processo de sedução, convencimento e conquista, a fábrica da cultura mercantilizada vende ao público bens culturais. Ela se apropria de elementos da cultura popular e/ou de elite, banaliza-os, e devolve ao público como algo novo.

Nesse contexto, os produtos da cultura industrializada são avaliados a partir de valores orçamentários e meios técnicos, que tendem à uniformização e nada têm a ver com o sentido da obra. Para os autores da *Dialética do Esclarecimento*, “o próprio esquema parece perigoso na medida em que estabelece uma conexão inteligível, por mais pobre que seja, onde só é aceitável a falta de sentido” (1985, p. 128). Com efeito, a indústria cultural e as novas técnicas de comunicação persuadem na definição do gosto estético, na busca da padronização e na unidimensionalização da produção cultural. Nesse processo, a produção cultural é redimensionada à condição exclusiva de mero entretenimento utilitário que acaba por liquidar tanto a identidade da diversão como a da própria cultura.

O consumo esotérico, tão enfaticamente ressaltado por Benjamin, não significa para Adorno que as massas tenham acesso real à grande arte, outrora reservado às classes dominantes. Ao contrário, que o momento negativo da arte, presente mesmo na arte afirmativa, criticada por Marcuse, foi dissolvido, banalizando a arte, que de fermento crítico

transforma-se em *décor* da cenografia iluminista, contribuindo para perpetuar as estruturas do existente.

A produção artística é manipulada, segundo Adorno, no momento em que se insurge contra os meios ideológicos que permitem e justificam essa manipulação, ou seja, a recuperação. A arte está num impasse, diz Adorno, é a situação aporética¹¹, ou seja, a arte está sem saída, podendo constituir até uma dificuldade lógica insuperável. Isso porque, após se libertar das funções culturais, religiosas e morais, a arte entra nos circuitos econômicos. E, para além de entrar nos ciclos das mercadorias, ou seja, ao sistema da indústria cultural, a arte serve também de veículo ideológico à dominação do mundo administrado, sociedade tecnocrática onde tudo se mede, etiqueta, vende e consome. Do ponto de vista de Adorno,

a indústria cultural pode se ufanar de ter levado a cabo com energia e de ter erigido em princípio a transferência muitas vezes desajeitada da arte para a esfera do consumo, de ter despido a diversão de suas ingenuidades inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitiço das mercadorias (ADORNO & HORKHEIMER 1985, p. 126).

Para Adorno, a nova sujeição da arte ao mundo das mercadorias e ao papel de porta-voz da ideologia dominante, ou seja, confrontar o atual papel desempenhado pelo mecenato cultural, constituem escravidão idêntica ao antigo jugo teológico. Jay (1984), detecta quatro pontos fundamentais sobre a questão da arte em Adorno, a saber: momento mimético na arte e relação com a beleza natural; desestatização da arte e relação com a modernidade; idéia da experiência estética e relação com a teoria, e, por fim, conteúdo real da arte e relação com a autonomia. O autor segue explicando que para Adorno, há duas possibilidades de mimese: imitação da realidade social corrente e da realidade natural transformada pelo social. Ele considera que a arte genuína contém os dois tipos de mimese. A mimese estética contém também um momento utópico, o que leva Adorno a afastar-se da superação hierárquica hegeliana da arte pela religião e pela filosofia. E, apesar do seu cepticismo perante o gosto e juízo subjetivo kantiano, Adorno sente-se atraído pela beleza natural, que Hegel considerava inferior ao ideal de beleza artificial. A beleza natural representava a dependência do homem num objeto que não é da sua criação; é um paradigma da não-identidade baseado na relação homem e natureza. A teoria crítica de Adorno não parte, portanto, da identidade, mas da não-

¹¹ Aporia significa, dificuldade, impasse, paradoxo, caminho inexpugnável, sem saída, momento de auto-contradição, que impede que o sentido de um texto ou de uma proposição seja determinado (ABBAGNANO, 1998).

identidade. O postulado da identidade, em Hegel, era falso para Adorno, porque se fundava no pressuposto idealista de que o sujeito e o objeto do conhecimento se fundiam a partir da definição do conhecimento como autoconhecimento do espírito absoluto.

Sendo assim, Adorno procura salvar o que o espírito, invadido pela produção do idêntico, elimina do objeto, o não-idêntico¹². O princípio do não-idêntico assume o mesmo lugar central que em Hegel as categorias da contradição, da identidade e da síntese. O postulado da não-identidade impede um encontro entre a realidade e o conceito, entre o sujeito e o objeto do pensamento. Ele impede de preservar a consciência dos contrários, da irreconciliabilidade dos momentos antagônicos. Essa dialética opõe-se, no plano do pensamento, a uma ordem social obcecada pela produção do mesmo, e cuja lei mais íntima é a busca da identidade, através do equivalente universal, isto é, o valor de troca. Adorno estava convencido de que o princípio da identidade tornou-se universalmente hegemônico na medida em que a sociedade burguesa foi submetida ao princípio da troca. Isto quer dizer que a troca é o seu modelo social. Através dela, indivíduos e ações não-idênticos tornam-se comensuráveis e idênticos.

A utilização do princípio da troca vincula o mundo inteiro ao idêntico, à totalidade. Segundo Freitag (1993), a troca executa a operação da abstração de uma maneira tangivelmente real. Nessa afinidade original, entre pensamento identificante e o princípio da troca, Adorno viu o traço de uma união entre a crítica do espírito instrumental e a teoria da sociedade burguesa. Nesse caso, a crítica do espírito instrumental pode servir de chave para uma crítica da ideologia, dirigida contra quaisquer objetivações da vida mutilada, que se basta a si mesma e não mais necessariamente do progresso empírico da teoria social. A dialética negativa é, portanto, a crítica da razão sintética. Sua racionalidade consiste em admitir a não-racionalidade. Essa recusa de Adorno das falsas mediações no campo teórico é também

¹² O conceito de não-idêntico já está prefigurado na interpretação do mito de Odisseus. Ele descrevia ali a desagregação do *ego* amorfo, pré-histórico, e sua submissão à disciplina de um *eu* idêntico a si mesmo e, portanto, apto para o pensamento identificante. Agora, entretanto, a não-identidade representa aquelas dimensões da verdade, captadas através dos conceitos, mas transcendendo o seu alcance abstrato. A utopia do conhecimento consistiria em tornar manifesto o não-conceitual através dos conceitos, sem equiparar a eles esse não-conceitual. Adorno retoma a dialética do universal e do particular, outrora desenvolvida por Hegel. Em outras palavras, quando fazemos uma afirmação sobre um objeto particular (coisa, acontecimento, pessoa) esse particular é apreendido através de uma determinação universal. Contudo, a significação desse particular não se esgota ao ser subsumido sob esses universais. Quando os sujeitos conversam entre si, confrontam-se mutuamente com a exigência de serem reconhecidos em sua determinação absoluta como indivíduos insubstituíveis. Esse reconhecimento impõe a necessidade paradoxal de captar, com o auxílio de determinações obrigatoriamente universais a plena concreção daquilo que não é idêntico a tais categorias universais. Esse momento da não-identidade nas identificações inevitáveis é invocado por Adorno contra a tirania da lógica formal, que determina de forma antidialética a relação entre universal e particular (FREITAG, 1993, p. 145).

negada nas falsas superações do campo social. A transformação em práxis dos elementos utópicos da cultura (seja da arte, da religião ou da filosofia) redundaria em traí-los. É na medida em que se mantém como contradição sem síntese que a cultura se conserva verdadeira.

É por isso que na *Teoria Estética*¹³, Adorno explica que a experiência estética das obras de arte tem como ponto de fuga o não ser nulo, ou seja, possuir conteúdo de verdade. Assim, o conceito de obra de arte implica o êxito, que sobrevive na autocrítica, inerente a toda obra de arte e que dela faz uma boa obra de arte. A alternativa encontrada por Adorno parte da teoria estética, a qual assume a posição de herdeira de uma teoria crítica (que não foi suficientemente desenvolvida) como uma forma de opor-se teórica e praticamente ao imposto pela indústria cultural. A teoria estética ao desvendar a obra de arte descobre sua essência, seu verdadeiro caráter de negadora real do estabelecido, sem submetê-la ao processo de produção e reprodução da mercadoria.

As formas mutiladas da obra de arte moderna dizem a verdade do mundo e da sociedade, ou seja, sua inautenticidade e falsidade. Para Adorno a arte é uma promessa de felicidade, que só pode expressar negativamente a perspectiva longínqua de uma reconciliação entre o indivíduo e o mundo. Na análise de Jimenez (1977), a estética de Adorno é uma estética negativa, isso porque, na visão adorniana, a arte deve revestir-se de sentido na negação do mundo presente. A arte tem de recusar este mundo que produziu *Auschwitz*, e, embora possa parecer retorno à barbárie, fazer poesia depois dos campos de concentração é inevitável, pelo menos para ajudarmos a impedir que eles se repitam.

Conforme relato de Jimenez (1977), a negatividade de Adorno é angustiante principalmente para quem não percebe o quanto a vida atual está mutilada. O autor crê

¹³ Nessa obra Adorno afirma que no contexto capitalista “a qualidade das obras de arte depende essencialmente do grau de seu feiticismo, da veneração que o processo de produção professa por aquilo que se faz por si mesmo, pelo sério que aí esquece o seu prazer” (1970, p. 375). Em contraposição sugere que a essência social da arte necessita de uma dupla reflexão sobre o seu ser-para-si (que é a máscara da verdade) e as relações com a sociedade. Ora, diz Adorno, “a teoria estética não pode contentar-se com a interpretação das obras de arte existentes e do seu conceito. Ao virar-se para o seu conteúdo de verdade (...) reencontra justamente enquanto consciência filosófica a forma aparentemente mais efêmera da reflexão filosófica, o manifesto” (1970, p. 394). Segundo o entendimento de Adorno, nenhuma arte é sem pressupostos e é tanto menos possível eliminá-los quanto ela é necessariamente a sua consequência. A interação do universal e do particular, que se produz inconscientemente nas obras de arte e que a estética tem de elevar à consciência, é a verdadeira necessidade de uma concepção dialética da arte. Assim, a estética intervém pela sua reflexão crítica e resistência, podendo através dela desvendar-se a perspectiva do que é uma autêntica obra de arte. A teoria estética consegue apreender, sistematizar e racionalizar a mensagem contida na obra de arte como: a música, a literatura, a pintura, a escultura, etc.

descobrir nesse ponto os limites de Adorno, cuja estética não trata da arte propriamente contemporânea. Adorno, persuadido de que a cultura se prepara para engolir tudo, convencido de que a administração e a burocratização crescentes da sociedade moderna limitam pouco a pouco a autonomia do indivíduo, refugia-se numa solidão ativa. Seguindo a análise, Jimenez aponta que Adorno “exprime de fato o desejo de que seja dado a todos o que se mostra sempre como um privilégio, mas rejeita todas as formas modernas de mediações culturais que permitiriam concretamente a partilha das verdadeiras experiências estéticas” (JIMENEZ, 1999, p. 360). Sua recusa de todo compromisso com o universo da comunicação marca os limites históricos da teoria de Adorno, no momento em que se impõe de maneira irresistível à vertente cultural da estética.

É por esse motivo que, contrário a Adorno & Horkheimer, para quem a indústria cultural e a produção de bens culturais constituem uma esfera da alienação total, Benjamin acreditava na função progressista, politicamente falando, dos meios de reprodução mecanizados, aplicados ao domínio da arte. Desligando-se do tipo de discurso de que há apenas uma única forma de falar de arte e de estética, conforme relata Jimenez (1977), Benjamin conduz a uma interrogação sobre outros discursos, sistemas, teorias e doutrinas, críticas ou não, inseridas no mecanismo de reprodução e acumulação culturais, mecanismo de produção e difusão de um saber estético.

Do ponto de vista de Jimenez (1977), a produção industrial dos bens culturais, na sociedade moderna, aparece como uma confirmação definitiva da crise de autonomia burguesa da arte. A dialética da razão¹⁴ parece antecipar as aporias da teoria estética, ou seja, a idéia de uma obra de arte avançada cujo caráter progressista dependia da evolução das forças produtivas técnicas entra em contradição com a concepção da racionalidade como geradora da reificação e do domínio.

¹⁴ A dialética da razão deixa uma estreita margem à construção da estética, principalmente na elaboração de uma estética da modernidade. O episódio das Sereias prefigura a aventura da arte moderna e anuncia o que será o seu modo de existência específica na época contemporânea. Ulisses possui o privilégio de perceber a beleza do canto e de poder decifrar, para além do fascínio que exerce sem poder comunicar, o seu verdadeiro significado. A arte moderna é hermética, e o seu esoterismo exige o pleno mergulho na coisa em si. Qualquer atitude para além da atitude contemplativa, irremediavelmente separada da prática, mostra-se inadequada. Nostalgia, recordação da natureza, imagens idílicas de um passado acabado dificilmente rompem a máscara cínica da dominação. A industrialização da arte e da cultura testemunha a crise da autonomia burguesa e da regressão irreversível da razão na ideologia (JIMENEZ, 1977).

Sem dúvida, não se pode negar que a produção estética das mercadorias da indústria da cultura atual incorpora os elementos característicos do arquétipo industrial moderno, exercendo a manipulação ideológica do espírito objetivo, ou seja, dos processos em ação na estrutura da sociedade, moldando padrões de estilos, comportamentos e hábitos a favor do capital, como será delineado no próximo item.

1.3 Indústria Cultural e a maquinização da subjetividade

Como visto, na lógica capitalista, o fundamento da mercantilização da cultura e da arte visa satisfazer os instintos reprimidos das massas aos quais se orientam direta ou indiretamente os objetos culturais. De acordo com o entendimento de Adorno, tudo o que foi reprimido de longa data pode voltar em forma de revolta da razão, e, portanto, de uma maneira irracional. Assim, continua a se fazer valer a consideração dos interesses reais das massas, mesmo que de maneira depreciada. A eficácia do motor industrial consiste em proporcionar ao homem as necessidades do sistema vigente, isto é, consumir incessantemente. Com isso, o consumidor viverá sempre insatisfeito, desejando constantemente consumir. É a lógica do clichê, de esquemas que perpetuam estereótipos e que são repetidos à exaustão, tendo como condição atingir o fim a que se destinam. Logo, uma das funções da cultura industrializada é a de reguladora moral das massas. Isto é, além de infiltrar um padrão de comportamento, domando seus instintos emancipatórios, no sentido de manter e perpetuar o sistema, promove a tolerância da vida desumana e banalizada. Compartilhando essa idéia, Jameson (2001) acrescenta que as expressões da cultura de mercado só são ideológicas na medida em que contém elementos utópicos implícitos ou explícitos, com os quais satisfazem, mas, ao mesmo tempo, manipulam as necessidades dos consumidores. Sendo assim, a prática da indústria cultural articula, gerencia e desativa os problemas sociais e impulsos individuais dos seres humanos sob as condições atuais, de tal modo que, por mais que esteja distorcido e finalizado, ela permite que o indivíduo expresse seus medos, mas também seus anseios com relação à vida em sociedade. Nesse caso, sua intenção consiste em articular os impulsos recalçados, a fim de construir modelos de comportamento, promovendo a inversão de valores. A própria felicidade do indivíduo é influenciada e condicionada por essa cultura. A indústria cultural tem o poder de estimular o desejo, ditar comportamentos, moda e estilos de vida. Ela trabalha no intuito de vender seus produtos (CD, calçado, carro, bebida), associando-se aos momentos mágicos vivenciados pelos artistas famosos e expostos, seja através da televisão,

revista, outdoors, etc. O desejo de usar a roupa das atrizes das novelas, o gosto de consumir a bebida escolhida pelo astro de futebol, o prazer e a satisfação em possuir o carro do ano, etc. Assim, o consumidor adquire o produto, buscando identificar-se com o ídolo. Nesse esquematismo, o público reificado não distingue mais a ficção da realidade, acreditando alcançar a felicidade por meio da compra da mercadoria. Adorno identifica nessa conduta o pseudo-indivíduo, que opta por imitar os comportamentos regressivos como uma forma de aliviar as tensões da vida. Nesse sentido, ela obscurece a percepção das pessoas, resultando na regressão da consciência.

Esse processo ocorre graças ao domínio da racionalidade instrumental e da alienação, em que se instala o fenômeno da semiformação (*Halbbildung*), essa apropriação do espírito humano pelo caráter fetiche da mercadoria. A semiformação faz parte, portanto, do âmbito da reprodução da vida sob o monopólio da indústria cultural, ou seja, é a forma social da subjetividade determinada nos termos do capital.

Na *Dialética do Esclarecimento*¹⁵, dedicam-se as primeiras referências à semiformação, ou semicultura em seu sentido formativo. No segmento *A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*, a questão é referida à semiformação como uma determinada forma da subjetividade socialmente imposta por um determinado modo de produção em todos os planos da vida. O momento subjetivo deste social presente como cópia, como objetificação coisificada seria decifrado pelos frankfurtianos como semiformação.

Segundo Adorno, todas as tentativas de superar essa situação por meio de projetos de educação popular (*Volksbildung*) padecem da crença de que a tradicional exclusão do proletariado da cultura pode ser revogada pela mera cultura, isto é, sem uma subversão na própria ordem burguesa, que pressupõe e determina aquela exclusão. É aqui que se concentra o cerne da teoria adorniana sobre a semiformação, ou seja, a idéia de que as camadas desfavorecidas da população, antes que pudessem se formar, tornaram-se presas do modo atual, tecnologicamente mediado pela ideologia da indústria cultural. Do ponto de vista de

¹⁵ Na *Dialética do Esclarecimento*, Adorno & Horkheimer consideraram como dado central o surgimento da civilização ocidental a partir da necessidade humana de dominação do meio ambiente natural, sendo que a retroação da natureza sobre a esfera humana ocasionou, ao lado de todos os efeitos perversos da tecnologia, o “mal-estar na cultura”, a que Freud se referiu como consequência do controle exercido sobre as pulsões. Já que a referida dominação da natureza se deu, na civilização ocidental, pela subordinação de toda finalidade racional aos meios universalmente organizados, Adorno está também atento às possibilidades da cultura como reverso daquela espoliação do mundo natural, principalmente no que concerne ao âmbito das mais elevadas realizações estéticas e de sua abordagem filosófica (DUARTE, 2003, p. 443).

Adorno, o problema encontra-se no lado da subjetividade: a semiformação pretende deseducar os indivíduos no sentido de evitar que eles percebam e usufruam o que quer que seja de modo autônomo. O efeito do motor mercantil da cultura, ainda nas colocações de Adorno, é o de um “anti-iluminismo (anti-Aufklärung)” (1971, p. 295), que impede a formação de indivíduos esclarecidos, capazes de julgar e de decidir conscientemente.

Sem dúvida, a cultura industrializada reduz o indivíduo à condição de consumidor como conseqüência da automatização do sistema de produção. Adorno denuncia que essa indústria é perversa na medida em que nega ao indivíduo a autonomia, sem perceber que na relação de consumo não está presente o interesse da coletividade, mas apenas o individual, ou melhor, o interesse dos grupos que produzem as mercadorias. Adorno (1971), num artigo escrito especificamente sobre o fenômeno em questão, denuncia que o consumidor é avaliado pela lógica mercantil como seu objeto, um “acessório da maquinaria” (p. 288). As massas, segundo ele, não são a medida, mas a ideologia estrategista e manipuladora do engenho cultural, mantendo sua afinidade com o processo de circulação do capital, que é o comércio, no qual tem origem. Aponta a dependência e a servidão dos homens como objetivo último da máquina cultural. O teórico entende que o contentamento compensatório que a cultura industrializada oferece às pessoas, ao despertar nelas a sensação confortável de que o mundo está em ordem, frustra-as na própria felicidade que ilusoriamente lhes propicia.

Tal dominação se projeta no desejo de controle revigorado pelos ideais modernos de progresso técnico e científico, e estrategicamente apropriados pela indústria. Todavia, como indicam algumas literaturas contemporâneas, o esclarecimento não pode ser revogado de todo e, por isso, a característica central da consciência moderna não é a alienação nos bens de consumo, mas um cinismo bem informado a que as luzes da razão conduziram em virtude de seu enredamento com o capitalismo.

Seguindo esse raciocínio, os conteúdos veiculados nos produtos mercadológicos serão bons ou maus, alienantes ou reveladores, conforme a mensagem por eles vinculada. De acordo com o que descreve Adorno, na dialética da indústria cultural, as mensagens estruturam-se em múltiplas camadas de sentido, de modo a abarcar os níveis dos mecanismos evidenciados pela psicanálise. Os produtos culturais que o público consome misturam preceitos ideológicos realistas com fantasias conscientes e inconscientes, satisfação de desejos com ameaça de punição, estímulos produtivos e dispersivos, expressão conformista e projeções utópicas. Contudo, o sentido é regressivo, devido à dependência ao valor de troca e

à necessidade de o conjunto atender às expectativas dos consumidores. A constatação revela, de acordo com Rüdiger, “que a subjetividade das massas constitui ao mesmo tempo, a matéria-prima e a arena onde emerge uma esfera pública articulada pela forma mercadoria” (2004, p. 228). Em síntese, o sistema do engenho cultural, transformando a cultura em mercadoria, não apenas apropriou os conceitos de consumo, informação, experiência, entretenimento e lazer, mas conduziu à desintegração da idéia de formação e à maquinização da subjetividade.

Diante das considerações apontadas, torna-se evidente que o movimento que deriva do sistema da indústria cultural esquematiza em escala cada vez maior a subjetividade, mas isso não implica a absoluta eliminação da espontaneidade. A liquidação do sujeito histórico e político, da dimensão histórica da subjetividade, não atinge sua dimensão sistêmica e econômica. A reprodução do referido movimento é um processo humano e, portanto, algo precário, que carrega consigo as forças que, em princípio, poderiam livrar seu sujeito social, um sujeito sistêmico, das tendências à regressão que naquele se abrigam. A crescente sujeição que se exerce por meio desse processo é mediada pela consciência, e se tem algum êxito é porque, mal ou bem, também permite alguma expressão livre e criadora da subjetividade. Em outras palavras, os indivíduos tendem e são estimulados a ler o material posto diante de si como roteiros da conduta recomendável no contexto do modo de vida capitalista. Assim, a carreira artística dos astros é acompanhada como podendo servir de modelo para um estilo de vida, e a novela como roteiro para mudança de comportamento. Claro que nesse caso a mensagem secreta das mercadorias culturais com as quais as pessoas se divertem é a mensagem do capital. Assim, os esquemas de que se revestem os bens culturais incentivam os seus consumidores a decifrar suas figuras no plano de sua própria vida, na medida em que seu código de escrita é a publicidade, conforme é abordado a seguir.

1.4 Publicidade e Indústria Cultural: a estetização da imagem e do signo

Seguindo adiante a crítica adorniana, alguns teóricos contemporâneos procuram extrair conseqüências dos mecanismos de industrialização da cultura para analisar as condições do cultural na sociedade hodierna. Nessa cultura, a estetização da vida cotidiana e o triunfo do

signo¹⁶ são o retrato da subordinação da produção ao consumo, sob a forma de *marketing*, de *design* e de publicidade. No engenho cultural, a pluralidade de consumidores é considerada através de um processo governado pelo jogo da imagem, do estilo, do desejo e dos signos, distribuídos de acordo com os critérios de mercado. De acordo com Giddens (1991), é essa mercantilização do produto o fenômeno essencialmente novo, uma vez que participa diretamente dos processos da contínua reformulação das condições da vida cotidiana. É, nas palavras do autor, geradora da chamada experiência mercantilizada da vida, o que estimula o crescimento econômico ao estabelecer padrões regulares de consumo promovidos pela propaganda e outros métodos. Além disso, força as pessoas a lidarem com a novidade e o descartável. Nessa lógica capitalista, tudo é feito no sentido de atrair o consumidor. As imagens desempenham um papel estratégico, sendo constantemente veiculadas pela mídia. Os códigos são misturados ecleticamente e os significantes não possuem sentido, pois não apresentam relação alguma.

Evidentemente, as novas formas referentes ao consumo estão relacionadas com os meios de comunicação, com a alta tecnologia, com as indústrias da informação (buscando expandir uma mentalidade consumista, a serviço dos interesses econômicos) e com as maneiras de ser e de ter do homem contemporâneo. Na cultura mercantilizada, a arte e a realidade trocaram de lugar numa alucinação estética do real. Tudo estetizou-se, do mais banal ao mais marginal. É dessa transformação que resulta a insignificância do mundo atual.

¹⁶ Segundo Peirce citado por Coelho (2003), signo é composto por um *objeto* (que pode ser um fato, ou seja, tudo aquilo que representa ou está no lugar de outra coisa), um *referente* (aquilo que para o que o signo aponta, aquilo que é representado pelo signo), e um *interpretante* (ou conceito, imagem mental, significado formado na mente da pessoa receptora de um dado signo, ou seja, que pode ser a interpretação que alguém venha a fazer do fato). Os signos, no entanto, não são todos da mesma espécie. Cada tipo de signo tende a provocar um certo tipo de relacionamento entre ele mesmo e a pessoa que recebe, provocando nesta também um tipo particular de interpretante ou significado. Uma coisa é tentar transmitir a alguém o significado do que seja um objeto através da palavra escrita e outra é tentar a mesma coisa através de uma fotografia, por exemplo. Surge, assim, a necessidade de distinguir os tipos de signos. Peirce propõe que os signos possam ser de três tipos: *ícone*, *índice* e *símbolo*. Para o que interessa a esta exposição, é suficiente reter que: *ícone*, ou signo icônico, é um signo que tem uma analogia com o objeto representado: uma foto, uma escultura; *índice*, ou signo indicial, é um signo que representa seu objeto por remeter-se diretamente a ele, o índice aponta para seu objeto, para seu referente, sem ser semelhante a seu objeto, como o ícone, está ligado a ele de tal modo que, sem ele, não pode existir. Ao contrário do ícone, que mantém seu significado mesmo distanciado do objeto representado, ou ainda que este objeto não exista mais, o índice é um signo efêmero, de vida curta ou que, pelo menos, depende em tudo da duração da vida de seu objeto. O índice não tem autonomia de existência. Ainda em comparação com o ícone, conhecer o ícone é em certa medida, conhecer o objeto representado. Contudo, o conhecimento do índice não possibilita o conhecimento do objeto significado, a não ser sob aspectos muito restritos; *símbolo*, ou signo simbólico, é um signo que representa seu objeto em virtude de uma convenção, de um acordo. O ícone assemelha-se a seu objeto e o índice está ligado diretamente ao objeto significado. Quanto ao símbolo, diversamente do ícone, não tem nenhum traço em comum com seu objeto, nem está ligado a ele de algum modo: ele é arbitrário. Para ser entendido, o símbolo não exige que seu receptor conheça o objeto a que se refere, como o índice, ou seja, o símbolo é, portanto, um modo de conhecer coisas novas.

No momento em que a vida é estetizada, os indivíduos são bombardeados por imagens e objetos descontextualizados, que evocam sonhos e desejos para um consumo desenfreado. O objetivo consiste em aumentar os lucros no capitalismo tardio. É na cultura capitalista que o signo e o objeto juntaram-se para produzir o que Baudrillard (1973) chama de objeto-signo, ou seja, a incorporação de uma vasta gama de associações imagéticas e simbólicas, tornando as imagens e os signos produtos mercadológicos. O valor dessas imagens e signos confunde os valores de uso e troca, e a substância é superada pela aparência. Na época do signo, produz-se uma simultaneidade entre mercadoria e signo. Para Baudrillard, a consolidação do capitalismo no século XX é resultado da transformação do objeto em signo, conquistada graças ao imperativo publicitário.

Para sua crítica à cultura contemporânea, Baudrillard realiza uma abordagem crítica da economia de consumo, descaracterizando-a como sociedade de consumo e aproximando-a da ideologia. Sua teoria se desenvolve a partir da concepção sógnica dos objetos de consumo, os quais denomina objetos-signo. Os objetos de consumo, para Baudrillard, são lugares de trabalhos simbólicos, onde se procura constituir uma moral do consumo, baseada em valores sociais, como o ter, a ostentação e a distinção. Eles se renovam, sustentados pelos mesmos valores. A necessidade de acompanhar suas mudanças, cada vez mais efêmeras, é passada aos indivíduos como meio para alcançar sua realização. Na verdade, esta é apenas substituída por outros objetos, por outras ilusões, pela simples necessidade de inovar e “andar na moda”. O objeto-signo, segundo Baudrillard, é um instrumento para manter e concretizar relações de consumo e de diferenciação social advenientes. Não é o simbolismo deste objeto-signo nem sua utilidade que lhe dão sentido. Não se consome o objeto em si, pela sua utilidade, e sim pelo que ele representa, pela sua capacidade de diferenciar, de remeter o consumidor a uma determinada posição, a um determinado status. Daí a característica sógnica do objeto, que engloba o valor de troca e o valor de uso do mesmo, sendo preponderante a eles. Assim, vigora uma classificação dos indivíduos atrelada à constante renovação do material distintivo (objeto de consumo) e seu respectivo uso.

A significação social de um objeto (seus valores, qualidades, vantagens) tem sua força na troca, nas posições que os indivíduos são estimulados a ocupar – sempre em relação a seus semelhantes. Os indicadores das novas tendências mudam constantemente de objetos, assim como retornam ao que, anteriormente, foi considerado ultrapassado. Não há coerência e sim contradição. O valor de moda é reversível, os efeitos de beleza, o sentimento de utilidade e

distinção estão nos mais diversos objetos, basta acreditar neles. Para Baudrillard, a lógica do consumo provoca algumas ilusões, a começar pela idéia de satisfação real dos indivíduos. Os meios realizadores das pessoas, sugeridos pelo consumo, nunca encontram lugar fixo, estão sempre em coisas diferentes e inferiores às expectativas geradas.

Nesse sentido, é possível que eles dêem conta de satisfações mais superficiais e não de aspectos profundos da vida humana, como muitas vezes propõem. A adesão dos sujeitos às práticas consumistas, à ânsia pelo novo (um exemplo bem presente que retrata esse elemento nos meios de comunicação é o slogan: “Viva o Novo”, utilizado pelas montadoras automotivas da Ford), pela posse e pela distinção, acaba conferindo uma estratificação social dos mesmos sob a promessa do seu oposto. Os objetos significam também o limite das possibilidades das pessoas e, assim, marcam seus lugares no social.

Sendo assim, a cultura contemporânea não deve ser compreendida apenas como a inversão de valor de uso para valor de troca, de utilidades materiais, mas como o consumo do signo. Esse processo se dá devido à publicidade, à mídia e às técnicas de exposição que fixam nos produtos imagens de beleza (desde automóveis, eletrodomésticos e bebidas, até uma simples caneta), sedução, auto-realização, romance e até mesmo de qualidade de vida. Isso desestabiliza a noção original, tornando os objetos mercadológicos verdadeiras ilusões culturais, que fascinam o consumidor contemporâneo pela sua aparência, pelas associações mirabolantes com os signos e pelas justaposições entre elas. No entendimento de Matos, a mercadoria é fantasmagoria. Aquele que a contempla desconhece sua gênese e sentido. Desse modo, “por um mesmo gesto seduz e prende a consciência de classe, arrastando-a para o reino da fantasmagoria-fetichismo (...). O fetichismo da mercadoria é sua fantasmagoria, não por ser estranha e desconhecida, mas pelo excesso de familiaridade com os homens” (2001, p. 25-26). Justifica-se, então, o privilégio dado pelo capitalismo tardio à produção de signos e imagens, ao invés das próprias mercadorias.

Tudo está relacionado à apropriação do produto-signo. A cultura capitalista constantemente cria novos espaços para os consumidores. Assim, molda as relações dos indivíduos, determina os padrões de vida a partir de um sistema global, consolidando a expressão de Baudrillard, quando aponta que não consumimos coisas, mas somente signos. A cultura contemporânea faz com que o indivíduo perca sua capacidade de organizar coerentemente seu passado e seu futuro. A vida deixa de ser um projeto com um significado e suas práticas resultam numa série de fragmentações do tempo vivido como presente eterno.

Para abarcar tal propósito, a indústria cultural aliada à publicidade explora os processos psíquicos de reconhecimento, identificação e propriedade com os valores dominantes na sociedade, revestindo-os na (in)consciência do consumidor. Esse é o mundo encantado da publicidade, que apresenta um grande número de bens, experiências, imagens e signos novos, a fim de que o homem contemporâneo deseje e consuma. Para Harvey (2001), a publicidade é a arte oficial do capitalismo. Também Adorno já afirmara, em seus escritos, que “a publicidade é o elixir da vida” (1985, p. 151), tendo, portanto, através da manipulação dos desejos e gostos, uma grande importância na dinâmica de crescimento do capitalismo tardio. Nesse quadro, a função da publicidade para a afirmação, manutenção e sobrevivência do fenômeno em questão é de vender um produto, aumentar o consumo e abrir mercados. Em cada anúncio, vende-se estilos de vida, sensações, visões de mundo, relações humanas, sistemas de classificação, hierarquia, etc., em valores e quantidades maiores que eletrodomésticos, roupas, refrigerantes ou cigarros.

De fato, mais que promover determinados produtos, a publicidade fomenta o próprio hábito de comprar. Ela forma consumidores mediante uma estratégia de comunicação direcionada para o desejo e a necessidade de ter bens, de se modernizar, de adaptar a vida cotidiana ao uso de novos produtos. A publicidade seria, então, um braço fundamental da expansão do desenvolvimento da industrialização, pois ao promover novas construções de espaço familiar e cuidados pessoais, efetiva as condições para a formação de um mercado consumidor de bens.

Contudo, a recepção e a apropriação dos produtos da indústria das consciências são processos sociais complexos, em que os sujeitos, interagindo com outros, pelas distintas formas de relação e comunicação (verbal, não-verbal, digital, impressa, virtual), atribuirão sentido às mensagens de uma forma ativa, adotando atitudes diversas e usufruindo diferentemente nos cursos de suas vidas.

Ora, críticos da literatura contemporânea defendem que a indústria cultural aliena, distrai, manipula, mas, ao mesmo tempo, jamais reifica totalmente a subjetividade do indivíduo. Diante da ideologia e dos bens culturais produzidos e veiculados pelos meios de comunicação de massa, alguns sujeitos aceitam o produto veiculado, outros se conformam e ainda há aqueles que conseguem discernir sem ilusão a realidade. Umberto Eco, na obra *Apocalípticos e Integrados*, denomina apocalípticos os que vêem na indústria cultural um estado avançado de barbárie cultural, capaz de produzir ou acelerar a degradação do homem.

O autor determina essa função exercida pela indústria cultural de alienação. Contrariamente, para os adeptos dessa indústria, ou os que toleram, designa de integrados. Nesse caso, a função da cultura industrializada seria a mesma de toda produção cultural, ou seja, a revelação das significações do homem e do mundo que cerca, com a diferença de que essa revelação se faria agora mais depressa e para maior número de pessoas, dada a tecnologia. De um lado, portanto, estariam os que acreditam, como Adorno & Horkheimer, que essa indústria desempenha as mesmas funções de um Estado fascista e que ela está, assim, na base do totalitarismo moderno ao promover a alienação do homem, entendida como um processo no qual o indivíduo é levado a não meditar sobre si mesmo e sobre a totalidade do meio social circundante, transformando-se, com isso, em mero juguete e, afinal, em simples produto alimentador do sistema que o envolve. Do outro lado, os que defendem a idéia de que a indústria cultural é o primeiro processo democratizador da cultura, ao colocá-la ao alcance da massa, sendo, portanto, instrumento privilegiado no combate dessa alienação, como pensava Benjamin.

Dessa forma, o comportamento dos indivíduos frente à pressão do sistema para a integração à vida moderna não é, de modo algum, absoluto, mas ambíguo, porque representa ao mesmo tempo progresso e dominação. Conforme observa Kellner, o capitalismo contemporâneo é uma forma de progresso, porque produz novas tecnologias e modos de informação que produzem impacto benéfico na vida humana. Porém, também é um sistema de dominação, na medida em que posterga muitas de suas potencialidades, empregando-as como elemento de imposição continuada de mercantilização e de trabalho assalariado, o que exacerba as desigualdades de classe, ao mesmo tempo que intensifica a miséria e o sofrimento das pessoas no mundo inteiro (RÜDIGER, 2004, p. 272). Isso tudo leva a concluir que o comportamento dos indivíduos não é resultado unicamente do que propagam os meios de comunicação de massa. Com isso, a indústria cultural não se reproduz sozinha. Ela é mediada por sujeitos com relativo grau de autonomia e que procuram se fazer sujeitos diante do processo de reificação. Dialeticamente os pensadores frankfurtianos, em especial Adorno & Horkheimer, concluíram que a postura crítica consiste em promover o desenvolvimento da mentalidade dialética e não acelerar a marcha em direção ao mundo administrado. Nessa mesma linha de raciocínio, Rüdiger (2004) comenta que o capitalismo avançado é dominado pelas corporações transnacionais e a formação de blocos político-econômicos. Entretanto, contrariando os autores frankfurtianos, não deve ser visto com um regime totalitário. Antes disso, constitui um momento de transição, caracterizado por uma dialética, cuja tendência

predominante é a dominação burocrática. Desse modo, o curso não é linear, nem estável, apresentando-se como um processo contínuo de caos e crueldade, ao mesmo tempo que abre possibilidades de uma renovação.

É na perspectiva de que o projeto iluminista ainda não esgotou suas possibilidades que Habermas propõe, por intermédio da teoria da ação comunicativa, arquitetar uma estrutura heterogênea a todos os prejuízos que originaram a crise da racionalidade moderna. Esse é o assunto que será analisado no próximo capítulo.

- CAPÍTULO II -

A AÇÃO SISTEMATICAMENTE DISTORCIDA À LUZ DA AÇÃO COMUNICATIVA: ALGUMAS RESOLUÇÕES

Neste capítulo a pesquisa pretende estabelecer algumas resoluções entre a teoria da ação comunicativa desenvolvida por Habermas e a razão instrumental, diagnosticada por Adorno & Horkheimer. Habermas entende que a razão técnico-instrumental da relação sujeito-objeto subjugou a razão prática, esquecendo as dimensões estético-expressivas e prático-morais. Por isso, ao invés de limitar-se a denunciar a unidimensionalização e a indústria cultural, o autor buscou inserir a crítica à cultura reificada e ao positivismo no contexto mais geral de uma teoria do capitalismo tardio. A tarefa que ele se propõe a desenvolver consiste em resgatar o potencial de racionalidade que emerge de contextos interativos, sob a forma de uma reconstrução teórica da estrutura racional do agir comunicativo. A teoria da ação comunicativa se propõe a investigar a razão inscrita na própria prática comunicativa cotidiana e reconstruir a partir da base de validade da fala um conceito não reduzido de razão. Isso porque a ação comunicativa incorpora as contribuições da razão instrumental, permitindo desobstruir o enrijecimento do conceito de racionalidade das aporias a que ficou submetido para a razão construtora de consenso. Em outros termos, Habermas propõe em sua teoria que se compreenda a sociedade como unidade constituída de sistema e mundo da vida, contemplando ao mesmo tempo os domínios da razão instrumental e da razão comunicativa. Nesse último modelo, a interação é mediada intersubjetivamente e vivenciada em situações dialógicas nas quais os interlocutores buscam o entendimento.

Seguindo a abordagem, a pesquisa apresenta a racionalidade estético-expressiva, como uma possibilidade de propor alternativas que desvendam as comunicações distorcidas geradas pelo fenômeno da indústria cultural. O apoio à racionalidade estético-expressiva se justifica

porque ela possui essa funcionalidade importante, devido à compensação das frustrações que a própria modernidade técnica representa para os indivíduos. Para elucidar esse aspecto, a pesquisa apresenta o modelo habermasiano da ação dramaturgica, que se produz desde a comunicação sincera até a manipulação cínica das impressões que o ator desperta nos outros. Contudo, a partir do conceito de ação comunicativa, as relações do ator com o mundo operam pelo meio lingüístico. A análise da linguagem propicia o entendimento do modo como as vivências da subjetividade estética descentrada entram em contato com o mundo da vida e, por decorrência disso, com as demais esferas da razão. A racionalidade estético-expressiva, no âmbito de uma ação comunicativa, quer indicar autenticidade, ou seja, lembrar que há perspectivas individuais (experiências, interesses, afetos entre outros) total ou parcialmente representados na relação estabelecida discursivamente.

2.1 Ação instrumental versus ação comunicativa: a intersubjetividade na busca do entendimento

O diagnóstico da cultura contemporânea, como vimos no capítulo I, já foi abordado por Adorno, Horkheimer, Benjamin, Marcuse e outros. Nessa análise esses autores argumentam que o homem atual perdeu a capacidade de objetivar criticamente o mundo em que vive. Isso porque o poder econômico, impulsionado e legitimado pela ciência e pela técnica, domina o processo cultural e social. Em conseqüência, a reflexividade crítica foi cerceada pelo amplo processo de ideologização, o que transformou o homem contemporâneo num ser econômico, unidimensional. Para eles, o projeto iluminista, que previa a libertação de todas as escravidões, chegou a um impasse no momento em que o homem se tornou escravo das forças que ele mesmo imprimiu ao processo histórico. Segundo esses autores o homem perdeu o controle de sua razão e ela já não está a serviço da construção de sua felicidade.

Dessas constatações Habermas¹⁷ compartilha o diagnóstico de que a racionalidade moderna tornou-se totalitária ao permitir dominar-se pela estratégia teórica de exclusão do outro sob a coação da identidade do mesmo, invadindo o mundo da vida e dos valores, através da burocratização e monetarização de todas as conexões constituídas pelo ser humano com seu meio de existência. No entanto, está interessado em arquitetar uma estrutura heterogênea a todos os prejuízos que originaram a crise da racionalidade ocidental.

Em síntese, Habermas concorda com o quadro traçado pelos colegas da Escola de Frankfurt. Para ele, porém, não é propriamente a razão que está em crise, mas uma forma atrofiada e reducionista de razão que se fez dominante nos últimos séculos. Com isso, o autor interpreta o esclarecimento como projeto da modernidade, porém não plenamente realizado, apresentando uma posição menos pessimista e negativa que Adorno & Horkheimer diante do processo de desenvolvimento da razão. Nesse sentido, ele busca resgatar o potencial de crítica por meio da elaboração de uma teoria ampla da racionalidade.

A tese inicial de Habermas é a de que o projeto iluminista ainda não esgotou suas possibilidades. A idéia da libertação do homem das sujeições, isto é, de sua emancipação, teria um duplo sentido. Por um lado, dominar as forças da natureza, colocando-as a seu serviço, e, por outro, superar as servidões que os homens mutuamente se impuseram, especialmente pela força dos dogmas, das crenças e das ideologias. De acordo com sua análise houve um desenvolvimento desigual entre os dois sentidos propostos, isto é, os homens obtiveram um grande domínio tecnológico sobre a natureza, mas não souberam encaminhar devidamente os problemas da convivência, da ética e da justiça social. Em outras palavras, a razão técnico-instrumental da relação sujeito-objeto floresceu e subjuguou a razão prática, esquecendo as dimensões estético-expressiva e prático-morais. Isso explica porque Habermas defende a idéia de que não haja um excesso de razão, mas sim um déficit de razão.

¹⁷ Habermas filiou-se à Escola Frankfurt pela crítica à sociedade moderna capitalista e à razão instrumental, que visa alcançar fins sem preocupação com as conseqüências práticas, estéticas e morais desse agir. O autor está ligado à Escola de Frankfurt através do conceito de crítica dialética, o qual procede de Hegel, sendo desenvolvido por Marx, Luckás, Bloch e Adorno, que se opõe à crítica dogmática. O que une Habermas à Escola de Frankfurt são as idéias de uma possível reconciliação do homem consigo mesmo e com a natureza, que ele denomina de relação fraternal entre os homens e a natureza, bem como da possibilidade de uma análise interdisciplinar, crítica e dialética da sociedade. Entretanto, existem alguns pontos que separam a teoria habermasiana dos ideais frankfurtianos. Dentre estes, Siebeneichler destaca: a Escola de Frankfurt subestima as tradições democráticas do Estado de direito e não leva a sério a mudança de estrutura da esfera pública no interior da democracia burguesa. Habermas lembra que as características formais dos sistemas de direito e das instituições políticas em geral revelam modos de pensar e de interpretar extremamente elevados, capazes de resolver questões éticas e práticas. Lembra ainda que o próprio Marx afirmava haver no Estado burguês idéias que valia conservar numa sociedade socialista (1990, p. 28).

Na raiz desse processo, Habermas identifica a concepção positivista de ciência que, baseada num reducionismo empírico-instrumental, tem-se arvorado dona da racionalidade, escanteando as questões dos valores, da ética e da justiça para o âmbito da irracionalidade científica. Nesse sentido, pode-se dizer que ele seguiu a crítica ao positivismo, iniciado pelos frankfurtianos. Da mesma forma, prosseguiu a crítica da cultura. Contudo, ao invés de limitar-se a denunciar a unidimensionalização e a indústria cultural, ele tentou inserir essa crítica no contexto mais geral de uma teoria do capitalismo tardio.

Habermas, substituindo a tradicional visão solipsista e fundamentalista da razão (essa crença numa subjetividade constitutiva de todo e cada sujeito capaz de entendimento), retoma o compromisso de examinar os alcances e limites da promessa iluminista da emancipação pelo esclarecimento (Horkheimer & Adorno, 1985). Contudo, o autor adota uma perspectiva radicalmente diferente dos seus antecessores, possibilitando, segundo ele, a superação das aporias de que aqueles pensadores se viram presos em seu intento. Essa perspectiva seria aquela que enxerga a razão e o conhecimento desde uma compreensão processual, aberta e intersubjetiva. De fato, a racionalidade moderna, com suas ciências e técnicas, justificou-se para o homem da modernidade por sua promessa libertadora, por acenar com o fim da opressão das identidades e regras oriundas da tradição e dos dogmas do Antigo Regime. No entanto, o esclarecimento prometido pela racionalidade moderna é negado no mesmo gesto quando a positividade tecno-científica passa, ela própria, a cristalizar novas identidades e regras. Das três racionalidades possíveis da modernidade, a saber: a racionalidade cognitivo-instrumental, a racionalidade prático-moral e a racionalidade estético-expressiva, o mundo capitalista só tem permitido desenvolvimento integral à relação objetivante aos mundos objetivo e social, relação que produz a ciência, a tecnologia, os mercados e a administração. Por isso, a alternativa que ele encontra é a da construção de uma teoria ampla da racionalidade, capaz de submeter à crítica a concepção positivista, bem como dar conta das questões da convivência humana.

Em busca de uma teoria que tenha esse maior alcance, Habermas propõe uma mudança de paradigma. Nesse modelo, o parâmetro de racionalidade e de crítica deixa de ser o sujeito que se relaciona com os objetos a fim de conhecê-los e manipulá-los, passando a ser a relação intersubjetiva que os sujeitos entre si estabelecem sobre algo (1987b, p. 499). Com isso as questões do mundo social e da subjetividade, que antes permaneciam à margem das decisões racionais, passam ao âmbito da crítica racional, já que são passíveis de entendimento

intersubjetivo. O desígnio do projeto habermasiano é o de elaborar uma teoria da racionalidade que contemple, além do elemento cognitivo-instrumental, também o prático-moral e o estético-expressivo.

No núcleo do projeto intelectual de Habermas, conforme o entendimento de Bernstein (1991), está a teoria da racionalização, cujas categorias e conceitos não só permitem examinar de modo sistemático o caráter e os diferentes modos existentes de racionalidade, mas também explicar como estes estão incorporados concretamente na vida social e cultural. Na verdade só a existência de um padrão normativo capaz de julgar o que é patológico e deformado, permite falar de patologias¹⁸ da modernidade e de realização deformada da razão histórica. Em outras palavras, Habermas conclui que os problemas da modernidade capitalista derivam dos obstáculos que coloca à racionalização da esfera ético-moral e estético-expressiva.

Na percepção de Habermas não houve apenas um avanço da razão instrumental sobre os âmbitos indevidos, mas uma assimilação dessa como única forma de racionalidade possível. Por isso, a grande tarefa que ele propõe a desenvolver consiste em resgatar o potencial de racionalidade que emerge de contextos interativos. Tal resgate ele realiza sob a forma de uma reconstrução teórica da estrutura racional do agir comunicativo. O processo de reconstrução faz referência às perspectivas do projeto do iluminismo. Por intermédio dos instrumentos da virada lingüística (linguistic turn), incorporados à hermenêutica, Habermas estabelece uma nova abordagem de análise, que tem como objetivo reconstruir o sistema de condições, categorias e regras que condicionam a possibilidade de agentes, que são capazes de falar e agir, construir e utilizar conhecimento, bem como agir racionalmente. A posição

¹⁸ As patologias da modernidade se devem, em última instância, aos dois processos de transformação (de conotação negativa) discriminados por Habermas. A dissociação implicou a “Entkoppelung” (desengate) do “mundo vivido” do “sistema”, já quase irreversível em nossos tempos. A racionalização não somente contaminou os dois subsistemas (economia e Estado), como já se expandiu a certas instituições do mundo vivido. Isso leva Habermas a falar na “Kolonisierung” (colonização) do “mundo vivido” pelo sistema. A primeira patologia (Entkoppelung) faz com que os homens modernos submetam suas vidas às leis do mercado e à burocracia estatal, como se fossem forças estranhas, contra as quais não há nada a fazer. Suas crises são percebidas e aceitas como as catástrofes da natureza (terremotos, erupções vulcânicas etc.) que escapam ao seu controle. Segundo Habermas, a modernidade se caracteriza por ter criado uma disjunção, um hiato, entre o mundo vivido e o sistema (Entkoppelung). A perspectiva sistêmica e a perspectiva do mundo vivido não estão, por sua vez, integradas. A integração sistêmica não coincide com a integração social. Sistema e mundo vivido entram em choque. O mundo vivido, regido pela razão comunicativa, está ameaçado em sua sobrevivência, pela interferência da razão instrumental. Ocorre uma anexação do mundo vivido por parte do sistema, desativando as esferas regidas pela razão comunicativa e impondo-lhes a razão instrumental, tecnocrática. A interferência do subsistema estatal na esfera do mundo vivido é a burocratização, e na do subsistema econômico, a monetarização. Essas duas usurpações são responsáveis pelas patologias do mundo vivido. Foi exatamente este processo que levou ao que Weber chamou de perda de liberdade do homem, crescentemente, aprisionado numa armação de ferro (Stahlhartes Gehäuse). Foi o que Lukács denominou de alienação e Marcuse, de unidimensionalização (SOUZA, 1997).

reconstrutiva reconhece as falhas do projeto moderno e propõe a diluição de seus problemas através de uma teoria da linguagem, bem como sugere uma especial atenção ao surgimento de novas linguagens. O autor pretende, assim, reconstruir as práticas sistêmicas que abrangem a multiplicidade dos jogos da linguagem.

A teoria da ação comunicativa quer dar uma explicação geral de significado, quer estabelecer a verdade ou validade da razão teórica, bem como das distintas formas de razão prática, e estabelecer críticas às concepções religiosas e metafísicas. Nesse ponto, vale lembrar que essa compreensão dialógica, ou comunicativa da razão, em Habermas, veio superar o domínio do chamado paradigma da consciência no marxismo frankfurtiano, de onde parte este autor (McCarthy, 1999). As teorias compreensivas, pelo fato de participarem em uma sociedade plural e diferenciada e terem que adotar a perspectiva das pessoas na sua identidade pública como cidadãos, devem pressupor as exigências da generalidade e integrar como fundamento da vida pública normas morais que são avaliados por sua pretensão de validade universal, isto é, a prioridade do justo em relação ao bem.

Habermas (1987b) apresenta o modelo comunicativo de ação, que define a partir das tradições da ciência social do interacionismo simbólico de Mead, do conceito dos jogos de linguagem de Wittgenstein, da teoria dos atos de fala de Austin e da hermenêutica de Gadamer, levando em conta todas as funções da linguagem. Habermas alerta para o perigo de a ação social resumir-se à operações interpretativas dos participantes na interação, “em que atuar se assemelhe à falar e interação à conversação” (1987b, p. 138). De uma forma simples o autor exemplifica que os produtos gerados mediante operações podem ser considerados em si mesmos como perversos ou menos corretos, podem ser julgados desde o ponto de vista de sua conformidade ou não conformidade com as regras. Porém, não são acessíveis, como as ações, à uma crítica desde o ponto de vista da verdade, da eficácia, da exatidão e da veracidade. As regras operatórias não têm força explicativa, pois segui-las não significa, como no caso das regras de ação, que o ator se relacione com algo no mundo e que tal relação se orienta por pretensões de validade, que são, por sua vez, associadas com razões motivadoras da ação.

Para o modelo comunicativo de ação, a linguagem é relevante se os falantes, ao fazerem uso de orações orientadas ao entendimento, adquiram relações com o mundo de um modo reflexivo, e não diretamente, como na ação teleológica, na ação regida por normas ou na ação dramaturgical. Para que o entendimento funcione como mecanismo coordenador da

ação, os participantes na interação necessitam situar-se de acordo com a validade que pretendem para suas emissões ou manifestações, ou seja, que reconheçam intersubjetivamente as pretensões de validade com que se apresentam uns aos outros. Sendo assim, o conceito de ação comunicativa pressupõe a linguagem como um meio dentro do qual tem lugar um tipo de processo de entendimento em cujo transcurso os participantes, ao relacionarem-se com o mundo, apresentam-se frente aos outros com pretensões de validade, que podem ser reconhecidas ou postas em questão.

Com esse modelo de ação, Habermas (1987b) pressupõe que os participantes, na interação, mobilizam expressamente o potencial de racionalidade que encerram as três relações do ator com o mundo, com o propósito, cooperativamente seguido, de chegar ao entendimento. Essa interação é mediada intersubjetivamente e vivenciada em situações dialógicas, nas quais os interlocutores buscam o entendimento, chegando à “comunicação endereçada a um acordo válido” (HABERMAS, 1987b, p. 500). O ator, que no sentido indicado se orienta ao entendimento, necessita edificar explicitamente com sua manifestação três pretensões de validade. Habermas (1987b, p. 144) descreve as seguintes pretensões: o enunciado que se faz seja verdadeiro; o ato de fala seja correto, em relação com o contexto normativo vigente, e a intenção expressada pelo falante coincida realmente com o que pensa. O falante pretende, pois, verdade para os enunciados ou para as pressuposições de existência, exatidão para as ações legitimamente reguladas e para o contexto normativo destas e veracidade para as manifestações de suas vivências subjetivas. São os próprios atores que buscam um consenso e o submetem a critérios de verdade, exatidão e de veracidade, quer dizer, a critérios de ajuste ou desajuste entre os atos de fala, por um lado, e os três mundos com que o ator adquire relações com suas manifestações, por outro. Segundo o entendimento habermasiano,

essas manifestações são as que se formam entre o mundo objetivo (como conjunto de todas as entidades sobre as que são possíveis enunciados verdadeiros), o mundo social (como conjunto de todas as relações interpessoais legitimamente reguladas) e o mundo subjetivo (como totalidade das vivências do falante, as que este tem um acesso privilegiado) (1987b, p. 144).

Considerando esses aspectos, todo processo de entendimento tem lugar a um saber pré-compreendido culturalmente. Somente a parte desse acervo de saber, que os participantes na interação utilizam e tematizam em cada caso para suas interpretações, é colocada em prova. Na medida em que as definições da situação são negociadas entre os envolvidos, com o

tratamento de cada nova definição de uma situação, coloca-se também à disposição o correspondente fragmento temático do mundo da vida. Conforme aborda Habermas, nos processos cooperativos de interpretação nenhum dos implicados apresenta um monopólio interpretativo. Para ambas as partes, “a tarefa de interpretação consiste em incluir na própria interpretação a interpretação que a situação faz ao outro” (1987b, p. 145). Em síntese, o modelo da ação comunicativa busca o entendimento no sentido de um processo cooperativo de interpretação, que representa o mecanismo de coordenação da ação, e que está acompanhado mediante os atos de fala, mas que não coincide necessariamente com eles.

Seguindo a perspectiva da ação comunicativa desenvolvida por Habermas, torna-se possível compreender o processo de coisificação gerado pelas ações distorcidas da razão instrumental, como instrumento perigoso de integração da sociedade, como aponta Adorno, que em Habermas, ao ter que satisfazer as condições de racionalidade da ação comunicativa, “passa a acoplar-se com as operações interpretativas dos sujeitos que coordenam sua ação através de pretensões de validade susceptível de crítica” (1987b, p. 506).

Certamente que Habermas, da mesma forma que os frankfurtianos Adorno & Horkheimer, está vigilante para os fenômenos de manipulação das massas. Isso porque ele observa a transformação de um restrito público pensador de cultura para um amplo público consumidor de cultura. A partir da reformulação do programa da Teoria Crítica da Sociedade, conforme demonstrado inicialmente nesse capítulo, Habermas compreende que a coisificação não é uma condição imutável da sociedade capitalista, mas um fenômeno que ocorre quando a racionalidade instrumental sistêmica sobrepõe-se à racionalidade prático-moral e estético-expressiva do mundo da vida. Seu projeto oferece uma versão modesta e desmistificada da crítica adorniana. Para ele, a ação instrumental, que inclui a ação técnica, tem certas características que se revelam apropriadas em algumas esferas da vida e inapropriadas em outras. Assim, torna-se justificável a tese abordada por Habermas, pois enquanto Adorno & Horkheimer (1985), consideram que a crise da razão ocorre à medida que a sociedade se torna mais racionalizada, Habermas entende que o mundo da vida pode considerar-se racionalizado “na medida em que permite interações que não são regidas por um consenso normativamente imposto, mas sim - direta ou indiretamente - por um consenso comunicativamente alcançado” (1987b, p. 434).

É inspirado nessa perspectiva que Habermas, interpretando o processo moderno de fragmentação da razão, bem como a procura e reabilitação do outro da razão, retoma a

filosofia social sob a idéia da emancipação do homem através do esclarecimento e a formação da competência comunicativa¹⁹ racional da identidade dos sujeitos humanos e das coletividades. Sob o olhar da teoria da ação comunicativa, Habermas comenta que

se produz uma competência, pois, não entre o tipo de ação orientada ao entendimento e o tipo de ação orientada ao êxito, mas entre princípios de integração social: entre mecanismo que representa uma comunicação lingüística orientada por pretensões de validade, o qual emerge de forma cada vez mais pura da racionalização do mundo da vida, e os meios de controle deslingüístizados através dos quais se diferenciam os subsistemas da ação orientada ao êxito (1987b, p. 437).

Desse modo, a racionalização do mundo da vida torna possível um tipo de integração sistêmica que entra em consonância com o princípio de integração. Esse princípio é o entendimento que pode reconstruir, a partir de determinadas condições e com efeitos desintegradores, o mundo da vida.

Com isso, Habermas busca mostrar que uma das patologias da modernidade está na colonização do mundo da vida pelo mundo sistêmico. Através do processo hermenêutico, Habermas acredita, conforme descreve Siebeneichler (1990), ser possível liberar o potencial de racionalidade conquistado nas culturas dos especialistas em Filosofia, sensibilizando assim, o homem contemporâneo para tudo aquilo que ele desaprendeu em termos de mundo vital no momento em que optou a aprender unicamente com o sistema, fato que o levou à atual crise. Em outras palavras, a ação instrumental está invadindo o espaço da ação comunicativa a qual é o espaço onde se validam as normas éticas.

Logo, a crise dos referentes válidos no modelo da relação sujeito-objeto permite compreender o processo comunicativo em sua totalidade, que exclui os aspectos ético-normativos e estético-expressivos. A racionalidade comunicativa poderia, por sua vez, transpor os limites impostos pela racionalidade instrumental. Desse modo, se tornaria possível compreender como racional não somente o mundo objetivo das coisas, mas também o mundo social das normas e o mundo subjetivo das vivências e das emoções. Na concepção

¹⁹ A competência comunicativa consiste no domínio não-reflexivo (pré-teórico) de certas pressuposições que acompanham o entendimento lingüístico. Tais pressuposições têm um caráter similar ao das regras gramaticais, que o indivíduo utiliza ao falar e que nem por isso lhe são conscientes. Portanto, da mesma forma como o indivíduo que fala é capaz de utilizar corretamente as regras gramaticais, mesmo em dominá-las reflexivamente, assim também os sujeitos capazes de linguagem e de ação fazem uso de certas pressuposições pragmáticas ao utilizarem a linguagem voltada ao entendimento. Esse saber pré-teórico, que serve ao entendimento lingüístico, pode ser reconstruído racionalmente numa perspectiva universalista, da mesma forma como se reconstruam as competências universais relativas à gramática da linguagem. Nos dois casos trata-se de saberes ou competências que temos de supor hipoteticamente (HABERMAS, 1987b, p. 417).

habermasiana, o agir instrumental (relacionado à racionalidade instrumental), orienta-se por regras técnicas decorrentes de um saber empírico que transformou a ciência e a técnica em instrumento ideológico para encobrir e legitimar a dominação social. Já o agir comunicativo (que tem relação com a racionalidade comunicativa), expressa uma interação mediada simbolicamente, orientada através de normas que definem expectativas recíprocas e aceitas pelos autores do discurso.

Do ponto de vista de Habermas (1987b), a validade das normas sociais necessita fundamentar-se na intersubjetividade do entendimento que se estabelece acerca de interações, asseguradas pela busca de uma verdade consensual por meio do diálogo livre de coações sistêmicas, conforme descrito acima. Sem negar a importância e a legitimidade da ação instrumental, defende a tese da necessidade da restauração da sociabilidade, da espontaneidade, da solidariedade, próprias dos processos de aprendizado coletivo. A ação comunicativa permite isso com a passagem da subjetividade para a intersubjetividade e, além disso, com um relacionamento diferenciado em relação ao mundo objetivo. No entendimento habermasiano, a ação comunicativa permite explicitar as expectativas das pessoas em relação às outras e, a partir disso, fixar normas de comportamento, zelar pela sua manutenção e estabelecer formas de entendimento. Por essa via é possível a comunicação entre as diferenças e o não-idêntico, presente em todos os discursos.

Nesse contexto, é preciso devolver à razão o seu lugar no mundo da vida integrado ao sistema. Cabe à razão comunicativa reconstruir o terreno perdido, reconduzindo a razão instrumental à organização das modernas sociedades de massa. A razão e a verdade resultam da interação do indivíduo com o mundo dos objetos, das pessoas e da vida interior. Partindo dessa abordagem, a razão se enraíza nas estruturas da intersubjetividade mediatizada pela linguagem, que supõem o uso da racionalidade em cada uma de suas etapas, no mundo dos objetos e das pessoas, tanto na dimensão objetiva, quanto na vida social e subjetiva.

Daí Habermas acreditar que, através da interação dos sujeitos com potencialidades de fala e ação, torna-se possível o encontro de uma razão fortalecida. Isso porque a razão comunicativa possibilita a coordenação, incorporando as contribuições da razão instrumental, a desobstrução do enrijecimento do conceito de racionalidade das aporias a que ficou submetido, para a razão construtora de consenso. Em outros termos, ele propõe em sua teoria que se compreenda a sociedade como unidade constituída de sistema e mundo da vida, contemplando, ao mesmo tempo, os domínios da razão instrumental e da razão comunicativa.

A percepção adequada dos complexos processos de reprodução da sociedade e da cultura estaria condicionada, assim, à devida consideração desses dois domínios de racionalidade e das relações que se estabelecem entre as duas formas de integração, a social, mediada por um consenso normativo, e a sistêmica, baseada em conexões funcionais. Acredita-se, portanto, que a proposta comunicativa abre espaços ao diálogo intersubjetivo que viabiliza a formação da opinião pública esclarecida, e ao conhecimento que emancipa a razão ética e estética, assunto do próximo item.

2.2 Em busca de uma estética aporética ou expressiva?

Em grego, a palavra *aisthesis*, de onde derivou estética, significa o que é sensível ou o que se relaciona com a sensibilidade. Desde sua invenção, em meados do século XVIII, por Baumgarten, que a definiu como a ciência de como as coisas podem ser conhecidas pelos sentidos, a estética disputa com a lógica, a ética e a metafísica um lugar no mundo da cultura.

Sua primeira exposição sistemática embarcou numa impressionante carreira, sofrendo apenas alguns recuos ocasionais, quando foi rebaixada a pura aparência ou equacionada com a vacuidade de um esteticismo auto-indulgente. Nenhuma dessas depreciações, entretanto, afetaram sua proeminência como a filosofia da arte ao longo do século XIX. A estética tinha a mesma consideração que a metafísica, e era, às vezes, até mesmo elevada ao ápice dos sistemas filosóficos predominantes. Seu declínio ocorreu no século XX, quando foi denunciada como uma fuga da realidade, no momento em que foi identificada com atitudes. Embora às vezes menosprezada nos ambientes acadêmicos, ela tem dado sua contribuição ao exercício consciente do juízo crítico e ao desenvolvimento do gosto e da apreciação sensível e inteligente, ou seja, ela tem ajudado as mais belas capacidades que forjaram o indivíduo moderno, hoje ameaçadas pela propaganda e pela lógica reificadora do mercado capitalista. É, portanto, surpreendente que a estética pareça estar atualmente no centro do palco novamente.

Em relação à estética, Habermas, apesar de ainda não ter elaborado uma teoria da arte, defende a tese da existência de uma racionalidade estético-expressiva, e que, portanto, pertence ao complexo da racionalidade moderna. Não obstante, possui a racionalidade dos fins econômicos e a racionalidade de valores, presentes no moderno Estado racional e em seu sistema jurídico e administrativo, o coloca a terceira esfera, isto é, a estético-expressiva, a

uma posição inferior, exposta às incursões racionalizantes oriundas da primeira e segunda esferas.

É nesse contexto que surge a visão da “gaiola de ferro” como destino do mundo. Essa expressão foi utilizada por Weber para simbolizar a supremacia crescente e definitiva da racionalidade científica e técnica sobre o mundo da vida. Habermas, nos passos de Weber, constata igualmente uma colonização desse mundo pelos sistemas econômicos e administrativos e tenta fortalecer processos comunicativos dos que ainda estão fora de seu alcance. A esfera da modernidade estético-expressiva, que a própria modernidade gerou, tem uma função significativa no funcionamento das esferas regidas pela racionalidade técnica e científica. Mas até a submissão à ética de responsabilidade, seguindo a racionalidade de valores, precisa, muitas vezes, outras formas que garantam seu funcionamento contínuo. Assim, no conjunto das três racionalidades já descritas no decorrer dessa pesquisa, a racionalidade estético-expressiva possui funcionalidade importante em função da compensação das frustrações que a própria modernidade técnica representa para os indivíduos.

Nesse caso, a oposição de Habermas (que apresenta como alternativa a razão comunicativa), em relação a Adorno & Horkheimer (que acusam a razão instrumental, fria, cínica e instrumento de opressão), é a de que não há uma única e mesma razão. Como visto, para Habermas, existem diferentes formas de racionalidade: ética, científica, estética, que não são antagônicas, nem estão destinadas ao afrontamento. Habermas não exclui a possibilidade da estética, a longo prazo, agir sobre outras formas de racionalidade e influir na existência cotidiana, podendo, numa perspectiva longínqua, chegar a uma reconciliação de todas as figuras da razão. Nesse caso, a experiência estética está relacionada a realidades contextuais que governam sua concepção. Assim, a reconciliação possível, proposta em Habermas, não se dá através da relação entre homem e natureza, sujeito e objeto, razão e sentido, como afirmavam os frankfurtianos, mas acontece entre sujeitos, mediada pela estética. Com isso, a estética possui validade no conjunto da racionalidade e não apenas na mera especificidade. Caso contrário, recairia no puro esteticismo, isto é, na pretensão de absolutizar deficitariamente um âmbito da racionalidade sobre os demais, assim como acontece com o complexo cognitivo-instrumental em detrimento dos âmbitos moral e expressivo.

Ora, se a racionalidade cognitivo-instrumental, com sua ligação estratégica com o mercado produtivo do capitalismo predominou, não abrindo espaço à racionalidade prático-

moral e à racionalidade estético-expressiva, ela acabou ocasionando a banalização do cotidiano como um todo. Então, é justamente nesse contexto que se encontra o sentido e a justificativa da investigação de buscar apoio na racionalidade estético-expressiva, a fim de propor saídas que esclareçam as comunicações distorcidas geradas pelos fenômenos culturais de dominação. Isso porque a racionalidade estético-expressiva alerta os indivíduos para os valores esquecidos de nossa época, dominada hoje pelos processos de estetização do cotidiano, que visa atingir fins estratégicos em busca do poder e da aparência, acabando por marginalizar o ser.

Dessa forma, a racionalidade estética apresenta-se como uma possibilidade de contribuir para a formação do sujeito, no momento em que ele está capacitado a fazer uso da linguagem e a se posicionar no lugar do outro. Como recorda Habermas, a controvérsia entre Adorno e Benjamin reside na diferença de concepção quanto ao tema da dissolução da arte. Para ambos, essa dissolução já estava se processando, em consequência do desenvolvimento das forças produtivas, inclusive a ciência e a técnica, e das modificações correspondentes na esfera da superestrutura. Mas, para Adorno, essa tendência era ameaçadora, e constituía um prenúncio da barbárie. Adorno rejeita, inclusive, a própria legitimidade da reflexão sobre a utopia, o que leva Habermas a classificar tal expressão de “hibernação”, ou seja, manter, a todo preço, a integridade do Espírito absoluto, impedindo sua transformação em práxis.

Habermas, porém, não compartilha o temor dos demais frankfurtianos quanto à dissolução da arte autônoma. Mais sensível às tendências negadoras embutidas na modernidade, o autor não considera a de-sublimação da arte, iniciada com a perda da aura e radicalizada com sua incorporação à vida pelo surrealismo e seus sucessores, como o prenúncio de uma nova barbárie e como o indício de sua absorção pela ordem iluminista.

De acordo com Jay (1991), Habermas, seguindo o termo pós-áurico de Benjamin, centra seus estudos no aspecto que se refere à negação da arte no mundo moderno. Aborda nesse sentido, as duas razões que levaram o projeto moderno ao fracasso. A primeira refere-se à destruição da arte autônoma, que dispensou conteúdos sem realizar trocas emancipatórias. A segunda diz respeito à comunicação cotidiana, os significados cognitivos, as expectativas morais, as expressões subjetivas e valores, que necessitam relacionar-se entre si, e não proceder como o surrealismo, que reuniu apenas uma esfera. Para Habermas (1987b), teriam que se fazer acessível ao mesmo tempo as três esferas do conhecimento especializado.

Sob o olhar da ação comunicativa, Habermas (1987c) realiza uma crítica as teses de Adorno & Horkheimer sobre a indústria cultural. Interpretando a posição desses autores, ele descreve que os fluxos de comunicação de massas substituem aquelas estruturas da comunicação que até então haviam possibilitado a discussão pública, que formavam os cidadãos e as pessoas privadas.

Assim, os meios eletrônicos que representam a substituição do escrito pela imagem e o som (o cinema, o rádio e a televisão), “se apresentam como um aparato que penetra e se apropria por inteiro da linguagem comunicativa cotidiana” (1987c, p. 551). Compreende que

o funcionamento da indústria cultural guardaria uma relação de simetria com o funcionamento do aparato psíquico, ao qual, quando ainda funcionava a interiorização da autoridade paterna, havia submetido a natureza pulsional ao controle do super-ego, o mesmo que a técnica havia submetido a natureza externa ao seu domínio (ibid, p. 551).

Contudo, se posiciona contrariamente à teoria da indústria cultural por ela ser uma “supersimplificação”, uma vez que procede a-historicamente e não leva em consideração a troca estrutural da esfera da opinião burguesa, que permite a assunção do contraditório. Além disso, ela não é bastante complexa para dar conta das diferenças locais, desde as estruturas organizativas (entre os centros emissores privados, públicos e estatais) até as diferenças na configuração dos programas, nos costumes de recepção, na cultura política, entre outros. Para ele, contudo, a crítica de maior peso é a objeção do princípio que se segue do dualismo dos meios.

Habermas (1987c) distingue dois meios que são capazes de dispensar o raro mecanismo de coordenação, que representa o entendimento. Por um lado, os meios de controle sistêmico, através dos quais os subsistemas se distanciam do mundo da vida, e, por outro, as formas generalizadas de comunicação, que se limitam a simplificar a supercomplexidade dos contextos de ação orientada ao entendimento. Estes, porém, permanecem dependendo da linguagem e ligados aos contextos do mundo da vida, ainda que

se trate de um mundo da vida racionalizado. Com a ajuda da teoria dos meios de Parsons²⁰, Habermas encontra a base de sua teoria da ação, distinguindo em dois paradigmas de ação. No primeiro caso, ego intervém na situação de ação de alter para movê-lo a uma situação de decisão que resulta favorável à realização dos fins de ego. Este pode conseguir mediante ação instrumental ou com meios verbais, porém sempre de modo que ego se oriente exclusivamente ao lucro de seus próprios fins. No segundo caso, ego tem que falar com alter, com o fim de chegar ao consenso, e, nesse caso, aqui não há mais outro caminho que o do entendimento. Assim,

ego tem de mover alter a aceitar a pretensão de verdade que o vincula aos atos de fala constataivos ou a pretensão de correção que cultiva com suas recomendações de tipo normativo. Por isso que não pode orientar-se exclusivamente na função do êxito de sua ação, mas o que aqui se busca é entender-se com alter. No primeiro caso, ego se comporta orientando-se ao seu próprio êxito, no segundo orientando-se ao entendimento (HABERMAS, 1987c, p. 398).

Nesse último, efeitos ilocucionários são orientados pelos falantes quando motivados pelo entendimento recíproco, em que a interação é pela busca de um consenso racional, isto é, de um consenso determinado por razões e não por coações. Daí a definição de ações comunicativas como interações mediatizadas lingüisticamente, nas quais todos participantes perseguem, com seus atos de fala, fins ilocucionários. Os fins perlocucionários, por sua vez,

²⁰ Segundo Habermas (1987c), Parsons lança mão do modelo de interação da teoria da aprendizagem, segundo o qual entre emissor e receptor se troca uma mensagem que, por um lado, expressa que o emissor espera um determinado comportamento do receptor e que, por outro, há de saber que o emissor recompensará ou castigará o receptor, se caso este deixa de produzir o comportamento desejado. Claro que esta interação discorre segundo o esquema estímulo-reação e se vê complicada pelo fato de que ego e alter podem atuar com vistas a um fim, de que interpretam sua situação de ação a luz de valores, normas e fins, e que distinguem entre condições marginais e recursos. Além disso, sabem que um de outro dispõem dessas competências e que, portanto, hão de entender suas ações como resultado de uma decisão entre alternativas de ação. Toda decisão é contingente, porém, poderia haver-se tomado uma decisão distinta. Daí que ego e alter precisam tratar de condicionar a liberdade do outro para que as decisões do outro não redundem em detrimento dos próprios interesses. Se só se permite eleger entre sanções positivas e negativas e somente se deixam abertos os canais de influxo sobre sua situação de ação, resultam quatro estratégias ou formas de chegar ao efeito esse condicionamento. Parsons as chama de modo de interação e coloca cada uma delas em relação com um dos meios. Habermas afirma que esse esquema (ver HABERMAS, 1987c, p. 397) tem sido criticado por diversos ângulos. O que mais o irrita, sobretudo, é a circunstância de que no esquema se faz uso da peculiar simetria entre forma e estratégia e a forma consensual de exercer um influxo, a vez que se faz desaparecer mediante a execução empirista da concepção que se emprega. Ele afirma que Parsons não leva em conta, nem pode fazê-lo no marco de sua teoria da ação, que o conceito de sanção não pode aplicar-se as posturas de afirmação ou de negação frente as pretensões de validade susceptíveis de crítica. Daí que os modos de interação que Parsons descreve como interações e aos que faz correspondentes pelos meios influência e compromisso valorativo não encaixam em um esquema de entendimento.

são remetidos a contextos de ações estratégicas, ou seja, a contextos de interações nas quais os fins perseguidos são determinados por interesses contingentes dos falantes.

A base racional que subentende a força ilocucionária de um ato de fala consiste no seu vínculo com quatro pretensões de validade distintas e subjacentes à comunicação, em que:

- (a) o falante implicitamente pretende que seu ato de fala seja inteligível;
- (b) que o conteúdo proposicional do ato seja verdadeiro;
- (c) que o componente performativo seja correto;
- (d) que suas intenções, sentimentos e desejos sejam sinceros.

Essas quatro pretensões de validade constituem a base para a obtenção do consenso nos jogos de linguagem cotidianos. Mais importante ainda, é salientar que o consenso é motivado racionalmente, ou seja, a qualquer momento uma ou mais pretensões de validade podem ser submetidas à crítica durante a interação comunicativa. Portanto, apenas são racionalmente justificadas as ações que se submetem à crítica sistemática de suas pretensões de validade.

Como visto, a preocupação de Habermas se refere em relação aos meios de controle, que desligam a coordenação da ação da formação lingüística de um consenso e a neutralizam frente a alternativa de um acordo ou falta de entendimento. Os meios de comunicação de massa pertencem a estas formas generalizadas de comunicação, pois

liberam os processos de formação de comunicação da disposição que supõe os contextos limitados no espaço e no tempo e fazem surgir espaços de opinião pública, implantando a simultaneidade abstrata de uma rede virtualmente sempre presente de conteúdos de comunicação distanciados no tempo e no espaço, colocando as mensagens a disposição de contextos multiplicados (ibid, p. 552).

Esses espaços públicos criados pelos meios hierarquizam o horizonte de comunicação possível, uma vez liberadas suas barreiras. Ao canalizar unilateralmente os fluxos de comunicação em uma rede centralizada (do centro a periferia e de cima para baixo), os meios de comunicação de massa podem reforçar consideravelmente a eficácia dos controles sociais. Porém, a utilização desse potencial autoritário resulta sempre precária, já que as próprias estruturas da comunicação conduzem inadequadamente o contrapeso de um potencial emancipatório.

Ora,

os meios de comunicação de massa podem certamente, distribuir, monopolizar e reduzir simultaneamente os processos de entendimento, porém somente em primeira instância podem descarregar as interações tomadas de postura de afirmação ou negação frente as pretensões de validade susceptíveis de crítica, pois as comunicações, **ainda quando que separadas e empacotadas**, nunca podem permanecer confiáveis e fortificadas contra a possibilidade de ser contradições por atores capazes de responder autonomamente aos seus próprios atos (HABERMAS, 1987c, p. 553, grifo nosso).

Logo, quando os estudos sobre comunicação de massas não ficam recortados em termos empiristas e se leva em consideração as dimensões de coisificação da prática comunicativa cotidiana, esta ambivalência se confirma. Verdade é que as investigações sobre audiência e as análises de programas oferecem renovados exemplos de teses articuladas na linha da crítica da cultura desenvolvida por Adorno. Contra essa tendência, Habermas aduz que

as emissões de modo algum respondem somente ou predominantemente aos padrões da cultura de massa, e que inclusive quando adotam as formas triviais de entretenimento popular, podem muito bem conter mensagens críticas; (...) de que a lógica própria da ação comunicativa cotidiana coloca a defensiva contra as intervenções diretamente manipuladas dos meios de comunicação de massa (...) e de que a evolução técnica dos meios eletrônicos não percorre necessariamente na direção de uma centralização das redes, ainda quando o vídeo-pluralismo e a televisão-democrática sejam por hora pouco mais que visões anarquistas (ibid, p. 554).

É por isso que Habermas não acredita que a aproximação das obras de arte ao sistema econômico transforme o prazer estético em simples divertimento. Para ele é errado pensar que o consumo cultural possa servir de compensação às frustrações da existência cotidiana. O autor acredita, portanto, na possibilidade de transmissão de experiências estéticas através dos

meios públicos, mantendo a promessa de felicidade²¹ contida na obra de arte.

Habermas percebe assim, a importância de uma adequada concepção do aspecto estético-expressivo da racionalidade para uma teoria crítica da sociedade. Essa concepção deve ser acima de tudo, pela nomeação e tematização de um *outro* aspecto que tende a tornar-se questão candente nas sociedades avançadas. Ou seja, além da preocupação com o bem-estar e com a emancipação, deve haver preocupação com a felicidade.

2.3 A atuação do intérprete da ação comunicativa

Partindo da racionalidade²², base do pensamento moderno, Habermas elabora a idéia de uma racionalidade estético-expressiva, inserida no âmbito da teoria da ação (no caso específico da estético-expressiva, o autor a insere na ação dramatúrgica). Na teoria da ação, Habermas (1987b) descreve quatro tipos de ações: a ação teleológica, em que um ator escolhe, entre diferentes alternativas, os melhores meios para conseguir um fim no mundo

²¹ Jessé Souza em sua obra *Patologias da Modernidade: um diálogo entre Habermas e Weber* realiza um estudo apresentando a preocupação de Habermas quanto ao tema da felicidade, em sua tentativa de perceber de forma mais adequada a contribuição da esfera estético-expressiva. Conforme Souza (1997), Habermas aborda essa questão já em 1972 em um brilhante ensaio acerca da singularidade da experiência estética em Benjamin. A posição de Benjamin sobre essa questão é bastante diferenciada em relação aos outros teóricos da Escola de Frankfurt como Marcuse ou Adorno. Em oposição a Marcuse, o interesse de Benjamin aponta para as formas não afirmativas da arte, precisamente ao seu interesse alegórico da lembrança do oprimido e esquecido. Não a iluminação de um presente a partir de um futuro possível é o objeto da atenção de Benjamin, mas a iluminação do presente a partir da lembrança de um passado esquecido. Para Benjamin, a capacidade de dotar o mundo de sentido é limitada e não renovável. Nesse sentido, estaríamos dependentes de uma comunicação de conteúdos arcaicos semânticos contidos originariamente no mito. Por trás dessa concepção está a teoria mimética da linguagem benjaminiana. O componente mimético seria o único transmissor de significados a partir da elaboração de correspondências. O resgate do conteúdo significativo ínsito no mito deve revestir à pressão de tornar-se semelhante típica da estrutura mítica. A arte deve preservar a lembrança da semelhança como aproximação negando, ao mesmo tempo, o componente da pressão da semelhança. É esse o sentido da iluminação profana em Benjamin que rompe com a estrutura opressiva do mito, preservando sua riqueza. Habermas, ao contrário dos frankfurtianos, não possui uma teoria estética própria, como já foi dito anteriormente. Apesar de aceitar algumas idéias de Benjamin, rejeita a tentativa de Benjamin de funcionalizar sua teoria para os fins da prática política. Para Habermas, a sua atualidade estaria no aproveitamento da teoria da experiência mimética para uma teoria (reconstruída) do materialismo histórico. Habermas percebe ser esse o resultado da sua interessante leitura da novidade da concepção estética benjaminiana, que é a importância da tematização do aspecto estético-expressivo para uma teoria crítica da sociedade. A partir do encontro com os textos de Benjamin, entretanto, torna-se Habermas crescentemente consciente da importância da reflexão estética mesmo dentro de um quadro teórico o qual, desde o início, privilegia a auto-reflexão racional, caso se queira evitar o risco de uma emancipação infeliz.

²² Sobre a racionalidade, Habermas (1987b), esclarece que tal conceito tem menos a ver com o conhecimento e sua aquisição que com o uso que dele fazem os sujeitos capazes de linguagem e ação. Na racionalidade instrumental, haveria um uso instrumental do saber para alcançar uns fins preestabelecidos no mundo objetivo - tal uso instrumental teria colonizado o funcionamento da sociedade democrática. Distintamente, na racionalidade comunicativa, o saber é um entendimento que acessa e dá acesso tanto ao mundo objetivo como à intersubjetividade produzida no contexto onde se dá a ação.

objetivo (para este aspecto revê conceitos de Weber); a ação regulada por normas, em que os membros de um grupo social orientam suas ações segundo umas normas comuns do mundo social (para fazer sua proposição parte de Durkheim e de Parsons); a ação dramaturgica, em que as pessoas se comportam como se as outras fossem seu público, havendo a necessidade de encenação, de construção de uma certa imagem (aqui Goffman é o autor em quem se apóia Habermas); a ação comunicativa, na qual a interação ocorreria entre sujeitos capazes de linguagem e de ação, com fins de entendimento (Mead e Garfinkel oferecem elementos ao proposto por Habermas).

Interessa nesse aspecto da pesquisa analisar especificamente a ação dramaturgica. Desse ponto de vista, entende-se uma interação social como um encontro em que os participantes constituem uns aos outros, para um público visível, a representação de algo. Habermas exemplifica melhor esse aspecto, comentando que a representação que leva uma companhia teatral frente aos olhos de terceiros é simplesmente um caso especial. Ele diz que uma representação vale para que o ator se apresente frente aos espectadores de um determinado modo, pois “ao deixar transpassar algo de sua subjetividade, o ator busca ser visto e aceitado pelo público de uma determinada maneira” (HABERMAS, 1987b, p. 131).

Na ação dramaturgica, ao apresentar frente aos demais um determinado lado de si mesmo, o ator relaciona-se com seu próprio mundo subjetivo. Contudo, esse âmbito da subjetividade somente merece o nome de mundo se o significado de mundo subjetivo puder ser explicitado de forma similar a como é acolhido o significado de mundo social por referência a vigência de um sistema de normas. Nesse ponto, Habermas quer dizer que o subjetivo está representado por orações de vivência emitidas com veracidade, o mesmo que o estado de coisas existentes por enunciados verdadeiros e a normas válidas por orações de dever justificadas. Como visto, as pretensões de validade remetem aos meios utilizados para que um enunciado seja tomado como verdadeiro ou bom. Nessas os meios são os argumentos, que podem ser questionados, superados, reapresentados. As pretensões de validade, portanto, possibilitam chegar a acordos, conforme descrito anteriormente.

Segundo o modelo dramaturgico de ação, os participantes só podem adotar, no papel de ator, uma atitude frente a sua própria subjetividade e, no papel de público, uma atitude diante às manifestações de outro, se o ator tem presente que o mundo interno de ego limita com um mundo externo. Nesse mundo externo o ator pode certamente distinguir entre os componentes normativos e não-normativos da situação de ação. De acordo com o

entendimento de Habermas (1987b), resulta correto classificar a ação dramaturgica como um conceito que pressupõe dois mundos, um mundo interno e um mundo externo. Para ele,

as manifestações expressivas encenam a subjetividade do ator frente a outros, delimitando-a do mundo externo; frente a esse o ator só pode adotar, em princípio, uma atitude objetivante e esta se estende, a diferença do que ocorre na ação regulada por normas, não somente aos objetos físicos, mas também aos objetos sociais (1987b, p. 135).

Em virtude dessa opção, a ação dramaturgica pode adotar traços estratégicos, quando o ator considere os espectadores, como oponentes ao invés de público. A escala de auto-encenação vai desde a comunicação sincera das próprias intenções, desejos e estado de ânimo, até a manipulação cínica das impressões que o ator desperta nos outros. Contudo, a sucessão manipulativa de falsas impressões não se identifica em absoluto com a ação estratégica. Esse circuito manipulativo também permanece referido a um público que crê estar assistindo a uma representação de cujo caráter estratégico desconhece. Inclusive, a auto-encenação planejada em termos estratégicos necessita ser entendida como uma manifestação que se apresente com a pretensão de veracidade subjetiva.

Contudo, a partir do conceito de ação comunicativa²³, as relações do ator com o mundo operam por meio lingüístico. Habermas (1987b) explica em que sentido o entendimento lingüístico atua como um mecanismo de coordenação da ação. O autor esclarece que o modelo da ação estratégica, pode formular-se de modo que as ações dos participantes na interação, governadas através de cálculos egocêntricos de utilidade e coordenadas mediante interesses, surgem mediadas por atos de fala. Nos casos de ação regulada por normas e de consenso dramaturgica, há inclusive que supor a formação de um consenso entre os participantes na comunicação, consenso que, em princípio, é de natureza lingüística.

²³ Em *O Discurso Filosófico da Modernidade*, Habermas aponta que a ação comunicativa, não se materializa em uma teoria estética, não anuncia a desesperança do mundo, mas também, não ousa gerar esperanças. Numa abordagem sobre Schiller, Habermas (1990a) lembra que sua concepção sobre a arte revela ser uma racionalidade comunicacional que se realizará no *Estado estético* do futuro. Nesse decurso, Habermas conclui que Hegel e Marx não cumpriram a mudança de paradigma, sendo que Derrida e Heidegger, ao tentarem deixar para trás a metafísica da subjetividade, ficaram presos ainda à filosofia da origem, ao passo que Foucault, por sua vez, ficou num beco sem saída. Partindo dessa análise, Habermas acredita que a razão comunicativa não assume a forma de uma teoria tornada estética, como se fosse “o elemento negativo apagado de religiões que distribuem consolo” (1990a, p. 181). Em outras palavras, o autor interessa-se pelo estético transformado em juízo estético, em conceito, em discurso, em instituição.

Sendo assim, em cada tipo de ação está presente a concepção de linguagem. Habermas (1987b), indica que na ação teleológica a linguagem é concebida como um meio a mais do qual os falantes, se orientam conforme seu próprio êxito. Na normativa, a linguagem é a transmissora de valores culturais e portadora de consenso que simplesmente pode modificar-se quando admitido um novo entendimento. Na dramaturgica, é o meio onde tem lugar a encenação. Na comunicativa é o meio de entendimento no qual se coordena a ação, em que falantes e ouvintes se referem, desde o horizonte pré-interpretado que seu mundo da vida representa, até algo no mundo objetivo, no mundo social e no mundo subjetivo, para negociar definições que podem ser compartilhadas por todos.

A relação que se estabelece com a temática da pesquisa parte do seguinte ponto: as mensagens expressas pelos “atores”, que apresentam as mercadorias produzidas pelos elementos de dominação cultural e divulgadas pelas novas mídias interativas, intencionam a manipulação ideológica e os fins lucrativos de interesse individual apenas para seu próprio êxito. Como contraponto, a atuação do intérprete da ação comunicativa busca atingir o entendimento e o interesse coletivo. Essa perspectiva encontra fecundidade, pois a ação comunicativa é uma

forma de interação social em que os planos de ação dos diversos atores ficam coordenados pelo intercâmbio de atos comunicativos, fazendo, para isso, uma utilização da linguagem (ou das correspondentes manifestações extraverbais) manifestadas ao entendimento. À medida em que a comunicação serve ao entendimento (e não só ao exercício das influências recíprocas) pode adotar para as interações o papel de um mecanismo de coordenação da ação e com isso fazer possível a ação comunicativa (HABERMAS, 1989a, p. 418).

Aqui se evidencia a necessidade da formação, por meio da ação comunicativa, de atores aptos para decifrar as manifestações distorcidas que são veiculadas nos meios de difusão e informação. O propósito consiste em formar um sentido ético e estético acerca das manifestações da cultura estetizada, substituindo os valores apenas consumistas, fixados pelo sistema, para atitudes mais conscientes e não alienantes sobre os produtos que consomem, separando entre aquilo que é necessário e o supérfluo. Adotando essa postura, não há perigo das narrativas reificadas estarem presentes no mundo contemporâneo, pois as pessoas estarão consumindo o que é necessário para a sobrevivência, porém de maneira esclarecida, autônoma, discernindo entre a ilusão e a realidade.

Em síntese, Habermas (1987b) indica que a perspectiva da ação comunicativa supõe, a substituição da linguagem perlocucionária (que busca causar um efeito sobre o ouvinte), pela linguagem ilocucionária (que busca comunicar), conceitos retirados de Austin, bem como da pretensão de poder, pela de validade. A análise da linguagem propicia o entendimento do modo como as vivências da subjetividade estética descentrada entram em contato com o mundo da vida e, por decorrência disso, com as demais esferas da razão. Vale lembrar que os sujeitos capazes de linguagem e de ação interagem buscando o entendimento. Ou seja, a ação comunicativa que se dá na linguagem, coloca como modelo ou referente as práticas diárias de comunicação, em que não impera a violência, mas acordos válidos.

A racionalidade estético-expressiva, no âmbito de uma ação comunicativa, quer indicar aqui autenticidade, ou seja, lembrar que há perspectivas individuais (experiências, interesses, afetos entre outros) total ou parcialmente representados na relação estabelecida discursivamente. Isso implica considerar que qualquer projeto de reconstrução científica, por exemplo, ultrapassa as esferas estritamente éticas e epistêmicas do conhecimento, transitando pelo plano da experiência estética expressiva da verdade e dos objetos definidos pelos discursos de verdade.

Na obra *Pensamento Pós-metafísico – estudos filosóficos*, Habermas entende que o mundo da experiência da abordagem técnico-prática da natureza exterior só se distingue, aos poucos, da abordagem moral-prática, no interior de uma sociedade. As experiências com o nosso eu interior, com o corpo, com as necessidades e sentimentos, são indiretamente refletidas nas experiências que temos com o mundo exterior. E quando essas experiências se tornam autônomas, assumindo a forma estética de obras de arte independentes do mundo da vida, passam a ser objetos que abrem novos horizontes para os seres humanos e provocam novas maneiras de nos relacionar com o mundo. Ainda nessa perspectiva,

as experiências estéticas não estão embutidas em formas da prática; elas não estão referidas a habilidades cognitivo-instrumentais e a representações morais, que se formam no interior de processos intramundanos de aprendizagem; elas estão entrelaçadas com a função da linguagem que constitui e que explora o mundo (1990b, p. 94).

Nesse entendimento, torna-se possível desenvolver a idéia de uma intersubjetividade capaz de possibilitar um acordo não coagido dos indivíduos no seu relacionamento recíproco,

bem como a identidade do sujeito que se entende consigo mesmo e com o outro. Habermas determina, portanto, que o agir comunicativo é aplicável a princípio, segundo o qual

as limitações estruturais de uma linguagem compartilhada intersubjetivamente levam os atores – no sentido de uma necessidade transcendental tênue – a abandonar o egocentrismo de uma orientação pautada pelo fim racional de seu próprio sucesso e a se submeter aos critérios públicos da racionalidade do entendimento (1990b, p. 82).

A validade estética apresenta para esse autor, a função de abertura ao mundo, tornando próximo o que está distante, como um campo da experiência que concentra um saber no qual elementos cognitivos, expressivos e normativos se entrelaçam. Segundo Hermann (2004), Habermas sustenta a idéia de que a experiência (estética) não está dissociada das expectativas normativas (éticas) e das interpretações cognitivas (ciência), que são campos que se interpretam e têm pretensões de validade próprias. E complementa, “uma esfera pública, livre e argumentativa, é o modo de mediar as tensões entre a pluralidade de perspectivas e as pretensões universalistas” (p. 364). Nesse argumento, o uso da racionalidade prática, tematiza a razão comunicativa embutida no mundo vital, visando a intersubjetividade. Logo, os componentes do mundo da vida resultam da continuidade do saber válido, da formação de atores responsáveis e da estabilização de solidariedades grupais.

Para que ocorra efetivamente essa formação, a investigação aposta no trabalho de decodificação de imagens como possibilidade de decifrar, e, conseqüentemente, esclarecer as comunicações perturbadas que estão, a todo instante, sendo criadas pelas novas formas contemporâneas de expressão, atribuindo um sentido diferente daquele pretendido pelo sistema. Essa é a perspectiva que será abordada no próximo capítulo.

- CAPÍTULO III -

A REEDUCAÇÃO DO SENTIDO NO USO DA IMAGEM: DESAFIOS E POSSIBILIDADES

Neste capítulo, é focado o uso da imagem e as relações que se estabelecem entre o sujeito e o conhecimento na cultura contemporânea. Nessa articulação, o sujeito moderno, que, por muitas vezes não possui uma formação para interpretar a imagem, torna-se manipulável, não apenas pela imagem em si, mas, principalmente, por suas mensagens explícitas e implícitas. Despreparado para decifrar as imagens visuais e sonoras que o bombardeiam cotidianamente, envolve-se emocionalmente com o seu conteúdo, perdendo a capacidade crítica.

Considerando esse contexto, a investigação propõe o trabalho de decodificação de imagens como possibilidade de enriquecimento cultural, além de oferecer um instrumental para que se possa interagir comunicativamente com o tempo presente. A finalidade consiste em edificar expectativas para uma formação capaz de pôr em pauta a importância da sensibilidade para com o outro. Pois, se os produtos veiculados através dos diferentes meios de comunicação (TV, internet, outdoors, rádio, jornal, revistas, etc.), utilizando-se do cultural, abarcam quase todos os lugares, percebe-se que é impossível compreender esse contexto sem interpretar as manobras ideológicas de que se utiliza a indústria para permanecer ativa.

Seguindo as contribuições da hermenêutica, o trabalho busca apresentar alguns subsídios teóricos que podem servir como base de referência para análise da prática de decodificação de imagens, tais como figuras, fotografias, filmes, vídeos, reportagens, publicidade, clipes, entre outros, no contexto educacional, tornando possível decifrar as artimanhas do sistema mercadológico.

3.1 A decodificação de imagens como fonte de saber

Em tempos de realidade virtual, de ciberespaço, da cultura do simulacro e da conseqüente falsificação da vida social cristalizada pela espetacularização²⁴ do cotidiano, ou, como afirma Baudrillard, “a banalização do banal” (BELLONI, 2003, p. 135), tudo converge para que a lógica do capital triunfe. Realmente não se pode negar que as relações humanas estão atualmente ligadas à cultura do mercado. A ênfase nas imagens,²⁵ mais do que nas palavras, estabelece outras relações entre o sujeito e o conhecimento, proporcionando estilos fragmentados e experiências fugazes. Na análise de Welsch (1995), no futuro, a experiência do espaço do cibernético poderia adquirir uma influência especial sobre a virtualização da consciência da realidade. Assim ele comenta que

no *cyberspace*, não ficamos mais distanciados diante da imagem, mas entramos nela e conseguimos nos movimentar graças aos *eyephones* (capacetes) e *dataglove* (luvas) no mundo virtual da imagem como se fosse num mundo real. Do *estar-diante-do-mundo-de-imagens* – esta característica tão convencional dos mundos eletrônicos, em outros aspectos tão avançados – passamos para um *estar-no-mundo-de-imagens*. A presença frente à imagem muda-se em presença na imagem – em telepresença, como se diz. (...) Filosoficamente, é mais importante o efeito na consciência que tais experimentos cibernéticos provocam. Quando se entra no mundo virtual como num mundo real, faz-se concretamente a experiência de que o virtual também pode ser real (WELSCH, 1995, p. 10).

Nesse contexto, o autor assevera que as fronteiras entre realidade e virtualidade tornaram-se definitivamente incertas e porosas. Certamente esse mundo da virtualidade, do simulacro e da aparência, acaba formando a personalidade das novas gerações. Dessa constatação, não podemos negar que estamos imersos na cultura da imagem, em que as mais distintas naturezas imagéticas tornaram-se elementos motores dessa forma de mundo aparente, totalmente dissimulado, que se construiu a nossa volta e que se constituiu como uma cultura. Do ponto de vista de Jameson, “a atual era pós-moderna parece estar experimentando um retorno geral à estética (...) no momento em que as exigências trans-estéticas da arte moderna parecem ter sido totalmente desacreditadas” (2001, p. 102). O recuo ao estético pode encontrar sua explicação justamente na expansão da cultura da imagem, e sua enorme difusão

²⁴ Segundo Debord, o espetáculo é herdeiro de toda a fraqueza do projeto filosófico ocidental, que foi o modo de compreender a atividade dominada pelas categorias do ver; da mesma forma, ele se baseia na incessante exibição da racionalidade técnica específica que decorreu desse pensamento. O espetáculo não realiza a filosofia, mas filosofiza a realidade. A vida concreta de todos se degradou em universo *especulativo* (DEBORD, 1997, p. 19).

²⁵ Matos (1999), avalia que no mundo contemporâneo a imagem ocupa um lugar central. “Central”, entre aspas, conforme coloca a autora “porque se trata de um mundo *de imagens*, quer dizer, à luz da construção platônica e cartesiana do conhecimento, mundo sem centro, sem ponto fixo, inconstante, impermanente” (p. 74). Segundo Debord (1997), a imagem é a forma final de *reificação* da mercadoria.

em todo o campo social. Para o autor, o que caracteriza a contemporaneidade na área cultural é a supressão de tudo aquilo que está fora da cultura comercial pelo processo de produção de imagens. Dessa forma, conclui que é inútil esperar da imagem uma negação da lógica da produção de mercadorias, pois o apelo ao pseudo-esteticismo contemporâneo é, antes de tudo, uma manobra ideológica, e não um recurso criativo.

Ora, se de um lado crescem os apelos imagéticos como recursos dos meios de comunicação de massa, por outro, a imagem ainda é desprestigiada no ambiente educacional, sendo utilizada, na maioria das vezes, apenas como recurso pedagógico. Isso se explica devido a expansão da educação moderna, marcada pela predominância da linguagem escrita e oral no processo de transmissão de conhecimentos, do discurso escrito, dos valores seguros do erudito e do papel firme e insubstituível do professor, proposto pela educação tradicional. De acordo com Caldas (2006), nas sociedades modernas, em que o acesso à informação virou *business*, mercadoria preciosa e moeda de troca do capitalismo, o conhecimento, por sua vez, tornou-se cada vez mais exíguo e, por isso, fonte permanente de poder.

Para atingir esse propósito, os meios de comunicação utilizam múltiplas estratégias para cooptar o indivíduo para dentro da lógica do consumo. Uma das artimanhas utilizadas é a imagem como base da transmissão de sua mensagem. O uso e o abuso da imagem na comunicação social exigem dos sujeitos uma tomada de posição em relação a sua condição na cultura contemporânea. Como foi sugerido no segundo capítulo, se é impossível pensar um mundo hoje fora do alcance das mídias, da comunicação e da tecnologia, é possível refletir e ser crítico sobre as semânticas das suas mensagens e imagens.

Evidentemente, a busca da renovação do debate sobre os efeitos causados pelos novos fenômenos culturais sugere a exploração de potenciais comunicativos, permitindo abrir caminhos para repensar a necessidade do surgimento de novos critérios que confirmem sentidos mais produtivos à prática pedagógica. Isso porque, uma imagem veiculada pelos meios de comunicação de massa pode ser um ponto de partida para desenvolver o conteúdo em sala de aula, considerando a subjetividade de cada aluno. Logo, a utilização de imagens na prática educativa, tanto as produzidas pela formação cultural (*Bildung*) (metáforas, alegorias e metonímias), quanto aquelas produzidas e veiculadas pelas mercadorias culturais (símbolos, ícones e signos), pode desencadear formas singulares de criação e de intervenção crítica da realidade a qual o sujeito está inserido. Portanto, nessa pesquisa a imagem é entendida como

veículo socializador de conhecimentos, valores e representações que provocam comportamentos e geram cultura.

Assim, se considerarmos, por um lado, que no processo de industrialização da cultura a produção estética integra-se ao trabalho mercantil, formando a idéia de que é possível alcançar a realização por meio da compra de bens de consumo, e, por outro, que não há como se opor ‘diretamente’ aos rumos do progresso que envolve o capitalismo hoje, uma vez que a manipulação está criando o agir inconsciente, sem o desenvolvimento de possibilidades de ação comunicativa e crítica, isso permite à pesquisa voltar-se para a desmistificação das “pedagogias da indústria cultural”. Essas pedagogias estão envolvidas no invólucro da racionalidade instrumental, que procuram preparar os indivíduos para considerarem normal o apego à teia do consumo (cultural), como se a cultura mais elaborada não se opusesse a esse estado de coisas. Esse processo revela a existência de um indivíduo padronizado, cujo pensamento é rígido, moldado uniformemente a agir segundo a lógica do capital. Decodificando o sistema mercadológico e as coações sistêmicas, é possível desencadear novas sensibilizações ao processo educativo do sujeito, que muitas vezes, exposto aos mecanismos de racionalização da cultura, vê-se envolto na massificação de gostos, valores e atitudes.

Tendo como ponto de partida essa problemática, a investigação propõe o trabalho de decodificação de imagens, a fim de edificar expectativas para uma formação capaz de por em pauta e desenvolver a importância da sensibilidade, o compromisso ético e estético, até a importância da solidariedade (a tolerância e alteridade) para com o outro. Se os produtos veiculados através dos diferentes meios de comunicação utilizam-se do cultural para se fazer valer, em quase todos os espaços/tempos simultâneos, percebe-se a necessidade de compreender o ambiente vivenciado pelo aluno diante de um mundo da vida estetizado, para assim, decifrar as manobras ideológicas de que se utiliza essa indústria.

Logo, essa leitura é possível, porque a proposta da hermenêutica de Habermas, situada a partir da virada lingüística, ocorre mediante a circunstância em que “ao dar uma expressão de aquilo que tem em mente, o falante comunica-se *com* um outro membro de sua comunidade lingüística *sobre* algo no mundo” (1989c, p. 40). Assim, a hermenêutica considera a linguagem em ação, da maneira como é empregada pelos participantes, com o objetivo de chegar à *compreensão* conjunta de algo ou a uma *maneira de ver* comum. Esse compreender o que é dito a alguém exige a participação no agir comunicativo.

Inspirada nessa perspectiva emerge a proposta da *reeducação do sentido do compreender*, uma vez que Habermas sugere que o paradigma do conhecimento de objetos precisa ser substituído pelo paradigma da compreensão mútua entre sujeitos capazes de falar e agir. Nesse último modelo, a comunicação se desdobra no diálogo, livre da dominação e em que se busca o consenso, produzido sob a veracidade da coordenação das ações lingüísticas dirigidas ao entendimento. Assim, no paradigma da filosofia da consciência, o conhecimento tem suas raízes na virada cartesiana para a subjetividade. Ele é definido como uma relação entre o sujeito cognoscente (nossa mente, nossa consciência) e o objeto conhecido (os fatos, objetos e fenômenos da realidade exterior), para agir sobre esse último ou dominá-lo. Já no paradigma da comunicação, o objetivo consiste em chegar ao entendimento mútuo mediado por uma relação entre sujeitos. A mudança de paradigma implica colocar a linguagem como ponto de partida para a abordagem do conhecimento. Conseqüentemente o homem, como ser que conhece o mundo, emerge de contextos lingüísticos. Daí se justifica a opção de não resolver ou reduzir a questão do conhecimento ao modo de uma dissecação da relação sujeito-objeto, mas ao modo de uma compreensão da relação entre sujeito-sujeito, os quais tratam de entender-se sobre algo no mundo.

Seguindo essa linha de raciocínio, a subjetividade construída pela narrativa do capital, veiculada pelas novas mídias interativas (figuras, fotografias, filmes, vídeos, reportagens, publicidade, clipes, etc.), é desconstruída e ressignificada culturalmente a partir do novo paradigma. Nessa perspectiva, se reverte a tendência de tudo compreender pela ótica do objeto reificado, ou do consumo. Nesse contexto, o professor e a escola não são mais encarados como elos ou cadeias de transmissão de conteúdos afinados com uma ideologia dominante, mas sim produtores e socializadores de capital cultural²⁶. Desse modo, quebrando essa lógica que permite veicular o conceito de indústria cultural nos contextos educativos, é possível retirar os professores e alunos da “paralisia a-crítica” e torná-los aptos a decifrar os mecanismos de apropriação do cultural, como forma distorcida da comunicação, que nega a alteridade do outro e suas diferenças.

²⁶ Para Bourdieu citado por Laplane e Dobranszky (2002), o capital cultural (social, lingüístico e cultural) é constituído de saberes, competências, códigos e outras aquisições. Na sua forma incorporada, ele é descrito como um ter que se tornou ser, uma propriedade que se fez corpo e tornou-se parte integrante da pessoa, um habitus. A transmissão do capital cultural requer investimento de tempo e se realiza do modo dissimulado, invisível e inconsciente. O caráter hereditário dessa transmissão e a impossibilidade de ela ser controlada pelas famílias ou instituições torna o capital cultural, na visão de Bourdieu, um fator altamente determinante do sucesso ou do fracasso e, portanto, da trajetória dos alunos.

Orientando-se nessa perspectiva, o trabalho busca apresentar agora alguns subsídios teóricos que podem servir como base ou referência para análise da decodificação de imagens. Tais subsídios são frutos de estudos teóricos relacionados entre imagem, ação comunicativa e educação. A decodificação de imagens, seja fotografias, obras de arte, pinturas ou desenhos, constitui um espaço privilegiado para o uso dos meios de comunicação no processo formativo. Isso porque esse trabalho²⁷ se dispõe a ser uma pequena tentativa de reverter a relação estabelecida pelo sistema entre a cultura, o social e o histórico, articulado com a formação dos sujeitos.

3.2 Decifrando enigmas das mercadorias culturais

Como foi dito anteriormente, os artifícios da industrialização da cultura cada vez mais transformam seus produtos em matriz do modo de vida social. Uma das formas que eles se propagam é através da apropriação da alta cultura mesclada nos produtos mercadológicos. Nesse sentido, como forma de elucidar e problematizar a temática, a investigação busca realizar uma reflexão situada na compreensão de imagens, como forma de ilustrar a perspectiva de *reeducação dos sentidos do compreender*, proposta no trabalho. Isso será feito analisando, conforme é apresentado abaixo, num primeiro momento, uma propaganda da Coca-Cola²⁸, e, num segundo momento, a imagem mitológica da esfinge adaptada pela indústria cultural no jogo Yu-Gi-Oh.

²⁷ Essa proposta de trabalho é fruto de experiências vivenciadas no Grupo de Pesquisa: *Formação Cultural, Hermenêutica e Educação* (www.ufsm.br/filosofiaform), de 2002 a 2004. Nesse período, cursava o curso de Pedagogia – Séries Iniciais no Centro de Educação, da Universidade Federal de Santa Maria e era bolsista PIBIC/CNPq do projeto de pesquisa intitulado: *Pedagogia das Imagens Culturais e a Formação da Opinião Pública*, coordenado e orientado pelo Prof. Dr. Amarildo Luiz Trevisan. A pesquisa desenvolvia algumas oficinas pedagógicas de decodificação de imagens, desde as imagens produzidas por grandes pensadores da cultura – como as metáforas, alegorias e metonímias – até as que são produzidas e divulgadas pelas mercadorias culturais, como ocorre na publicidade, em filmes, teatro, novelas, histórias em quadrinhos, etc. As oficinas eram realizadas juntamente com professores da Escola Municipal Vicente Farenzena da cidade de Santa Maria/RS, do qual resultou entre outras produções o CD-Rom Oficinas Pedagógicas de Imagens Nº 1 (Ed. da FACOS/UFSM).

²⁸ A propaganda foi também analisada no texto *A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação*, de Tânia Clemente de Souza, e encontra-se disponível no site: www.uff.br/mestcci/tania39.gif



Para efeitos dessa discussão, a pesquisa expõe inicialmente alguns dos mecanismos utilizados estrategicamente pela manipulação do cultural na propaganda da Coca-Cola. Na atual fase do capitalismo, a Coca-Cola, como grandes empresas, que é abranger e integrar a população como um todo aos seus objetivos, isto é, o consumo do produto, procura incorporar sua marca na cultura das populações patrocinando eventos culturais. Essa opinião é reforçada no conteúdo da frase usada no centro da propaganda: *Para patrocinar artes, nada melhor do que alguém que já faz parte da nossa cultura.* A frase sintetiza algo que aparentemente está separado pelas cores amarelo (manifestação cultural = carnaval) e vermelho (produto a ser consumido = Coca-Cola). Logo, ao consumir o produto o indivíduo é levado a pensar que está na verdade consumindo (alta) cultura. Isso denota que a lógica do mercado procura

aparentemente transformar seus produtos em matriz do modo de vida cultural, quando ela está, na verdade, por intermédio dos seus artifícios, infiltrando a cultura do consumo nas práticas do cotidiano.

Seguindo essa discussão, a intenção da Coca-Cola é apresentar novos cenários (nesse caso o carnaval), que promovem a integração cultural. É nesse ponto que se pode fazer a relação as cinco máscaras exibidas na propaganda, que são símbolo do carnaval veneziano, e, portanto, do cultural, ao modo como a pessoa é moldada uniformemente a pensar e agir segundo a lógica do capital. As três máscaras de cima, duas verdes e uma amarela, revelam a alienação das pessoas, quando retratam a expressão de satisfação e de alegria ao consumir o produto. Já as duas de baixo denotam desgosto e tristeza (frustração), que é a condição para o consumo. Essas máscaras são vermelhas e por isso estão mais identificadas com a cor do lado em que está o produto Coca-Cola. Elas representam o “público-alvo” da propaganda - as crianças e jovens, portanto. A analogia estabelecida leva a entender o porquê do uso de duas questões-chaves na veiculação da propaganda: a repetição e a inquietação. Repetição que leva à moldar o ‘gosto cultural’ dos aprendizes ao consumo. Estranhamento ou inquietação como forma de reproduzir o comportamento das jovens gerações na propaganda. Mas aqui se pode perguntar se as crianças e jovens realmente se “espelham” nas faces mostradas pela imagem. É cultivando aspectos como esses nos ambientes educacionais que a pesquisa acredita encontrar pequenas arestas esclarecidas, no sentido de questionar o pensar, aprimorar o gosto estético e agir de maneira ética acerca das múltiplas manifestações que transitam na cultura.

Nesse contexto, o *merchandising*, entremeado no enredo da propaganda da Coca-Cola, é visto no meio publicitário como recurso sensacional²⁹. Conforme aborda Almeida (2003), o sensacionalismo aparece nos meios de comunicação como uma espécie de balança. Não se trata de um fenômeno novo. É talvez a mais antiga ferramenta para aumentar as vendas de produtos de comunicação. O produto sensacionalista baseia-se em uma linguagem específica, chamada de clichê.

Não obstante, a propaganda da Coca-Cola, apropriando-se da ampliação dos processos de estetização, articula nos comerciais de seus produtos o artifício das emoções. A respeito da

²⁹ Sensacional é definido como adjetivo de dois gêneros: que produz sensação intensa; referente a sensação; que desperta viva admiração ou entusiasmo, espetacular, formidável, um filme sensacional. Já o sensacionalismo é definido como divulgação e exploração em tom espalhafatoso de matéria capaz de emocionar ou escandalizar; uso de escândalos, atitudes chocantes, hábitos exóticos com o mesmo fim; exploração do que é sensacional na literatura, na arte, entre outros (FERREIRA, 1999).

relação entre a manipulação das emoções e a estetização dos espaços públicos, Welsh comenta que

se as sociedades industriais avançadas pudessem fazer tudo que elas pretendem, elas haveriam de transformar decerto seu campo de atuação num cenário hiperestético. O mundo então se transforma num espaço de emoções, e a sociedade numa sociedade de emoções (1995, p. 08).

O autor segue exemplificando que, diariamente, passamos do escritório das emoções para o centro comercial de emoções, restauramos nossas forças numa gastronomia emocionante e aterrissamos, finalmente, em casa numa sala de emoções. Nessa estetização superficial do cotidiano domina o valor estético de primeiríssimo plano: o prazer, a diversão e o gozo sem conseqüências. Há muito tempo que essa tendência se alastra para toda a cultura em conjunto. Basta lembrar a carga de magia e de emoções que transporta o trenó do “papai-noel” da Coca-Cola, por exemplo. A vivência emocional e o entretenimento tornam-se as linhas diretrizes da atividade cultural. A cultura dos festivais e da diversão expande-se e serve de abastecimento de prazer e divertimento em uma sociedade de tempo livre.

Não há dúvidas de que essa estetização é uma estratégia econômica. Isso porque, conforme explica Welsh (1995), através da associação com a estética, vende-se aquilo que não dá para vender, e vende-se duas ou três vezes mais o que é vendável. Até os produtos duvidosos podem, graças ao enobrecimento estético, tornar-se novamente aceitáveis e vendáveis. “O consumidor adquire então primariamente a aura estética e só secundariamente os artigos, por exemplo, aqueles que são prejudiciais à saúde³⁰” (WELSH, 1995, p. 08). Esse processo intensifica-se ainda mais com a globalização e os meios de comunicação de massa, em especial, a televisão, pelo fato de ser mais acessível ao grande público. Os meios de comunicação oferecem um colorido ao comportamento da realidade cotidiana. O autor conclui seu ponto de vista dizendo que “a realidade torna-se, em termos de mídia, uma oferta manipulável e modelável esteticamente até o íntimo de sua substância” (1995, p. 10). Logo, os modos de comportamento tornam-se crescentemente simulatórios e sem profundidade.

³⁰ Welsh cita a indústria dos cigarros, que há muito tempo pode ser chamada de esteticamente avançada, como a primeira a reconhecer a aura estética do produto. Isso porque já nos anos 80 ela desenvolveu formas de propagandas comerciais que não seduziam pelas características do produto, mas pelo refinamento estético (1995, p. 09).

Dessa constatação evidencia-se que, na atual fase da globalização, os meios de comunicação, utilizando-se do engenho cultural, edificam uma civilização transnacional que gera riquezas num ritmo acelerado e, ao mesmo tempo, moldam uma classe com o mesmo padrão de aspirações, preconceitos, valores, que fortalecem a cultura da repetição, do simulacro e do consumo. Se, por um lado, a Coca-Cola está condenada por estar presente mundialmente nas propagandas de caráter comercial, por outro lado também está salva, porque patrocina produções de caráter cultural.

Educar, de acordo com essa astúcia cultural, significa, portanto, ensinar a consumir, moldando os hábitos cotidianos de forma que o consumidor incorpore uma série de produtos industrializados. No meio publicitário, é senso comum que os meios de comunicação facilitam a criação de novos comportamentos, ou seja, novas atitudes cotidianas voltadas ao consumo, conforme frisado no primeiro capítulo dessa investigação.

Para a análise da imagem da esfinge, que foi adaptada pela indústria cultural no jogo Yu-Gi-Oh, através da apropriação da alta cultura mesclada no produto mercadológico, é preciso, nessa etapa de investigação, averiguar a relação da arte e da cultura em questão com o seu contexto. Para tal, é necessário apresentar inicialmente uma abreviada conceituação acerca da tragédia grega, e, a seguir, uma reflexão sobre a discussão a partir de Habermas.

A tragédia tem as suas origens nos cultos ao deus Dionísio, culminando na Tragédia Ática em autores como Sófocles e Eurípides. Para os gregos, a tragédia, *tragikós*, definia, acima de tudo, uma forma artística, ou algo que somente ocorria entre os grandes. A tragédia grega, como forma de arte, reflete características diversas, complementares e distintas do ser humano, em sociedade ou isoladamente. Como representante de um conjunto maior e integrado no ambiente comunitário, valores políticos e sociais são colocados em questão; como unidade ímpar e completa em si, conceitos existenciais se confrontam para mostrar uma existência mítica, misteriosa e inexplicável, irreduzível a um único denominador.

Sendo assim, para facilitar a análise da imagem proposta nessa pesquisa, cabe a questão: de que maneira o sentido do trágico nos diz algo acerca do indivíduo, do sujeito em formação e suas questões mais fundamentais? O efeito mais imediato da tragédia dionisíaca é que as instituições políticas e a sociedade, isto é, os abismos que separam os homens uns dos outros, desapareciam ante um sentimento irresistível que os conduzia ao estado de identificação

primária com a natureza³¹. Ou seja, o sentido do trágico coloca o indivíduo em foco por tratar das questões mais profundas, existenciais e elevar ao mais alto grau questões das mais devastadoras, acerca “de qual é nossa origem? o que somos? qual o sentido da existência?”.

A expressão do trágico em suas condições mais extremas refere-se ao desenlace de acontecimentos que transformam Édipo no herói central de duas peças que levam seu nome. Ele tenta fugir do destino que o oráculo lhe proferira, e, quanto mais se afasta, mais se aproxima dele. Decifra o enigma da Esfinge³², livra Tebas da maldição que a assolava, e, conseqüentemente, deflagra a sua maldição, assassinando o próprio pai e possuindo sua mãe. Édipo, culpado ou inocente? Certamente esta não é a questão mais importante para essa pesquisa. O desenlace do destino, rigidamente edificado por sua condição última, que é a existência, é o que leva Édipo a profanar o sagrado. Ele quer o seu destino, o chama para si quando grita aos deuses que não fora culpado por seus atos. É a conseqüência de seus atos, que deflagra o conhecimento de si, conduzindo Édipo a assumir o peso de sua existência. É o início da caminhada rumo à leveza, do conhecimento pleno de sua individualidade, do reconhecer-se, do desvelar-se, fascinado, de um lado, pelo logos, que lhe faz as mais intrigadas perguntas e, do outro, por suas forças titânias que tanto o destroçam, e que também o elevam e aliviam.

O legado do poeta trágico ressoa em nós mesmos, porque aponta para o cerne da questão “o que é o homem?”. Assim, para efeitos desse estudo, essa pergunta nos persegue e produz inquietações, ensinamentos e reflexões sobre a formação do sujeito na contemporaneidade.

³¹ A identificação primária com a natureza, para Nietzsche é a aproximação do homem da sua acepção mais pura, às suas potencialidades diversas, a seu querer que é um borbulhar incessante, no eterno dilema, na eterna ambigüidade que é o homem ante o seu querer, o ser e o não-ser, o nascimento e a morte, o homem frente a seu destino, o homem diante de si mesmo (NIETZSCHE, 1997, p. 56).

³² Em grego, a palavra esfinge significa "monstro que estrangula quem não adivinhar seus enigmas". A mitologia grega representa a Esfinge como um monstro-fêmea, filha de Tifon e da Quimera, ambos monstros com hálito de fogo que devastaram a Ásia Menor, até que foram mortos por Zeus e por Belerofonte em batalhas aéreas que sugerem conflito entre aeronaves. A Esfinge aterrorizava Tebas, na Beócia, a cidade mais célebre da idade mítica da Grécia, considerada a terra natal dos deuses Dionísio e Hércules. Ela tinha corpo de leão alado, peito e rosto de mulher. Pisandro disse que a esfinge veio para a Grécia da Etiópia, provavelmente querendo dizer o Egito. A esfinge tebana importunava os viajantes, propondo-lhes um enigma para decifrarem, depois devorava todos os que não podiam responder. Um jovem forasteiro chamado Édipo, que significa "pés inchados", a quem o oráculo de Delfos dissera que estava destinado a assassinar o pai e praticar incesto com a mãe, na estrada de Tebas brigou com o Rei Laio e matou-o sem saber que era seu pai. Édipo desafiou a Esfinge, que lhe perguntou: “Que criatura anda de quatro de manhã, anda com dois pés ao meio-dia e com três à noite?”. “O homem”, respondeu Édipo, prontamente. “Na infância ele anda sobre as mãos e os pés, na idade adulta anda ereto e na velhice apóia-se num cajado”. Mortificada pela resposta correta, a Esfinge jogou-se de um rochedo e morreu (ABBAGNANO, 1998).

Seguindo a temática dessa pesquisa, torna-se pertinente evidenciar que, diferente de Adorno & Horkheimer, Habermas entende que as imagens, apropriadas pela ação sistematicamente distorcida e veiculadas pelas mídias tecnológicas (como é o caso da esfinge no jogo Yu-Gi-Oh), não apenas conduzem à alienação das consciências, mas também podem aumentar a difusão das artes e da cultura junto ao público e favorecer uma renovação benéfica das experiências estéticas. Ele entende que os meios de comunicação permitem a discordância e o contraditório, e por isso são essencialmente veículos de linguagem e amplificadores da comunicação linguageira, densificando as trocas de discursos e autorizando a intersubjetividade e a intercompreensão (JIMENEZ, 1999).

Essa idéia encontra efetividade por meio da ação comunicativa que permite perceber que, por trás dos produtos culturais manipulados, se esconde outro falante que está passando uma “mensagem”. Esta, ao ser decodificada enquanto tal, possibilita que não nos tornemos objetos e sim sujeitos, que podem dar um outro rumo ao diálogo, diferente daquele pretendido pela linguagem “unidimensional” da “mensagem”. De acordo com a teoria de Habermas, esse outro sentido que os sujeitos podem atribuir à imagem é possível, desde que os indivíduos estejam suficientemente abastecidos da matriz cultural projetada, e é justamente aí que entra o papel da educação.

Habermas não condena assim a razão instrumental na sua inteireza, como fez Adorno, antes, reconhece que ela tem o seu legítimo campo de atuação nos processos de controle e de manipulação que servem à reprodução do substrato material do mundo da vida. Ou seja, os indivíduos socializados, ao intervirem no mundo para garantirem sua sobrevivência material, estabelecem entre si conexões funcionais que se regem também por mecanismos sistêmicos. É isso que ocorre, por exemplo, no âmbito das relações de mercado da sociedade capitalista, modelo de um sistema auto-regulado. Operando dessa forma, a razão instrumental realiza a integração sistêmica da sociedade. Em outras palavras, o autor distingue, na ação racional, não somente uma orientação comunicativa, mas também instrumental, isto é, os discursos racionais não constituem apenas um autêntico interesse na interação entre sujeitos diversos e seus horizontes discursivos, mas também constituem dispositivos voltados para o domínio e utilização de meios determinados para fins particulares.

A razão comunicativa, na formação do sujeito, ocorre mediante um processo simultâneo de conhecimento do mundo e auto-constituição humana por meio da razão e também como uma grande construção coletiva, a qual é resultante da interação entre os

diferentes horizontes subjetivos abertos por experiências concretamente vividas, expressando os variados valores, interesses e necessidades materiais dos indivíduos que vivem em sociedade.

O caminho seguido por Habermas, nesse projeto, é o da abertura hermenêutica, que renuncia o estabelecimento de barreiras entre mundo vital e sistema, e entre as esferas cristalizadas, nas quais o mundo atual se fragmenta em medida cada vez maior a fim de instaurar um processo de esclarecimento público, no qual haja participantes livres e emancipados. Certamente, a constituição do indivíduo esclarecido é um argumento possível de operacionalização no contexto educativo, desde que seja superado o problema da fragmentação da razão. Essa perspectiva será delineada com mais detalhe no próximo capítulo.

- CAPÍTULO IV -

A EDUCAÇÃO E OS NOVOS FENÔMENOS CULTURAIS: ALTERNATIVAS POSSÍVEIS

Neste capítulo, a relação entre educação e os novos fenômenos culturais é perpassada no entendimento da teoria da ação comunicativa, de Habermas. O estudo procura mostrar que a educação, alicerçada unicamente na compreensão do desenvolvimento científico-tecnológico, resultou na fragmentação do saber e na desvalorização das relações intersubjetivas. Como alternativa, aposta na reconstrução das interações sociais através do aprendizado coletivo, na tentativa de viabilizar a formação de uma razão comunicativa, estética e ética. Desse modo, acreditando na possibilidade de reversão do fenômeno em questão, a investigação não propõe a exclusão das narrativas reificadas pela indústria das consciências no processo educativo. Pelo contrário, a crítica à indústria cultural não se esgota na rigidez das proposições negativas porque, no diálogo hermenêutico, a contradição é tão essencial quanto a identidade para conhecer e interagir com a alteridade do outro.

4.1 Repensando os caminhos de volta

Frente à modernidade cultural, caracterizada no diagnóstico adorniano como semiformação, torna-se difícil garantir a vigência da formação cultural (*Bildung*) no contexto do pensamento pós-metafísico. Com base nesse encaminhamento, os atores envolvidos no processo educativo (Estado, instituições educativas, professores, alunos), passam a entender a formação unicamente pela sua utilidade no exercício de uma determinada função. Tal compreensão os mantém presos à implementação das inovações técnico-científicas - a

linguagem da eficiência e a lógica das técnicas de administração e esquemas de contabilidade -, deixando de lado as questões culturais.

Essa situação educacional insere-se no interior do quadro de crises do sistema capitalista tardio, manifestando no esgotamento da utopia da sociedade moderna, alicerçada sobre a metanarrativa do progresso e o planejamento estratégico apenas. Essa atitude teórica se explica, segundo Habermas (1994), porque a modernização instalada pela lógica de caráter funcional, da esfera sistêmica conduziu a uma racionalização unilateral ou a uma coisificação da prática comunicativa cotidiana. Logo, a racionalização do mundo formatou as esferas do conhecimento cultural, estabelecendo regras de ações orientadas pelas esferas do dinheiro e do poder, resultando na fragmentação do saber e desvalorização das relações intersubjetivas. Uma das alternativas de reconstrução das interações pode acontecer através do aprendizado coletivo, uma vez que o diálogo intersubjetivo pode desmistificar as formas distorcidas da comunicação.

Pelo fato de a educação ser depositária das experiências coletivas, esse estudo permite repensar a importância da comunicação enquanto mecanismo de entendimento e integração social, de reprodução cultural, de coordenação da ação e de socialização dos indivíduos. Como visto no primeiro capítulo, a mídia opera uma desconstrução/reconstrução cultural que, gradativamente, substitui identidades e ideologias por estereótipos e padrões impostos quase sempre regidos pela lógica do mercado econômico e pelas manipulações políticas. Contudo, a mídia não é o único nem inexorável determinante na formação do sujeito. Se ela tem ressonância concreta na vida das pessoas e dos grupos sociais é porque responde às suas reais necessidades expectativas e desejos. Entender a relação mídia/sujeito é partir da perspectiva do receptor e da compreensão de que essa relação está calçada em um conflito básico, o da (in)satisfação das necessidades. Conforme Leite (2007), esse entendimento passa necessariamente pelos processos e possibilidades de aprendizagem; pelas condições e estratégias de ensino, diretamente relacionadas à educação.

Ora, conforme aduz Trevisan (2000), se as realidades desenvolvidas a partir do uso dos novos aparatos da comunicação estão impulsionando a formação da sociedade global (a virtualidade, o ciberespaço, entre outros), então não faz mais sentido sustentar na educação posturas comprometidas com a manutenção da relação instrumental de um sujeito aprendente que domina um objeto aprendido. Esse modo de compreensão da aprendizagem ainda trabalha com a relação epistemológica, cujo potencial explicativo está sendo agora posto em questão.

Na tentativa de ilustrar essa situação, a investigação apresenta aqui a iniciativa do curso³³ de Pós-graduação em Especialização em Engenharia de Produção do Entretenimento (pioneiro no Brasil e inédito no mundo), que a UFRJ estará oferecendo em abril de 2007. De acordo com o coordenador do curso, José Augusto Kamel, professor de Engenharia de Produção da Escola Politécnica, serão oferecidas várias disciplinas, visando à formação de *business* (negócio) para todos os ramos do entretenimento, como televisão, rádio, música, turismo. Em entrevista à Agência Brasil, comentou que o curso foi criado para atender à demanda de um mercado crescente, que movimentava anualmente cerca de US\$ 1,5 trilhão no mundo, de acordo com dados de 2005. O coordenador informou que o novo curso vai misturar comunicação, engenharia da produção, sociologia e psicologia, além de outras áreas do conhecimento. A temática do curso está sendo desenvolvida em conjunto com o Laboratório de Engenharia do Entretenimento³⁴. Para ele, existe no Brasil um mercado em potencial a ser explorado. Cita, como exemplo, o estado do Rio de Janeiro, onde a indústria de entretenimento ocupa o sexto lugar no ranking de atividades mais desenvolvidas, estando à frente de indústrias tradicionais, como a química, a metalúrgica e a própria indústria de alimentos. Nos Estados Unidos, o mercado do entretenimento soma 200 bilhões de horas de produção para US\$ 300 bilhões faturados por ano, segundo a publicação *Entertainment Industry Economics*.

No entendimento de Kamel, esse mercado está em franca expansão. A internet derrubou fronteiras, o celular põe você em contato com o mundo, o dia inteiro. A comunicação mudou muito e, dentro dos aparelhos produtivos, fez uma revolução muito grande. E, por causa dessas mudanças tecnológicas que chegam aos cidadãos diariamente, são necessárias soluções criativas a todo momento, no âmbito econômico e social. Ele ressaltou que existe um consenso de que a economia do entretenimento está intimamente vinculada à economia da cultura, o que poderá servir de base para os trabalhos que serão realizados no curso. Assim, como grande parte do mundo passou por processos de industrialização em

³³ A notícia pode ser encontrada pelo endereço <http://educacao.terra.com.br/interna/0,,OI1433975-EI3638,00.html>

³⁴ O Laboratório de Engenharia do Entretenimento desenvolve também atividades do gênero com comunidades carentes no entorno do campus da Ilha do Fundão, da UFRJ. Batizado de “Entretenimento Social Club”, o trabalho tem como público-alvo o grupo cultural Nação Maré, da favela de Maré, que reúne cerca de 40 pessoas. A idéia é aplicar nesse grupo a estratégia adotada em Vigário Geral, que resultou na criação da organização AfroReggae, de socialização de jovens através da música e da dança, atualmente com fama internacional. Kamel explicou que o objetivo desse novo curso é chegar a um modelo de negócio parecido com o que o AfroReggae tem hoje. Eles têm uma ONG que trabalha com financiamento externo para manutenção dos trabalhos da comunidade. Para tanto, o Laboratório de Engenharia do Entretenimento da UFRJ está fundando a ONG Nação Maré. Um dos planos consiste em fazer um disco e promover shows dos rapazes que integram o projeto.

todos os campos, tais como o meio ambiente, sociedade, *marketing*, entre outros, e que hoje estão se voltando para atitudes mais humanizadoras, menos rígidas ou padronizadas, acredita-se também que o tema da indústria cultural pode sofrer um processo de reversão crítica.

É justamente acreditando na possibilidade de reversão do fenômeno em questão, conforme exemplificação citada acima, que essa pesquisa não propõe a exclusão dos fenômenos culturais no processo educativo. Para justificar essa postura, a investigação se apóia na alternativa defendida por Habermas, que utiliza a ação comunicativa para mostrar que o sujeito não se conserva e se relaciona com os objetos em sua atividade representativa, como defendia Adorno, mas, com um mundo da vida simbolicamente estruturado, que se constitui a partir das contribuições interpretativas e que se reproduz através da razão comunicativa. A filosofia pragmática e a hermenêutica, ao atacarem as idéias de fundamentação e de método, afastam-se da tradição de uma filosofia da consciência que separa o sujeito pensante dos objetos pensados. Assim, no lugar do sujeito solitário, incorpora “o nexos da prática e da comunicação cotidianas, no qual estão inseridas as operações cognitivas que têm desde a origem um caráter intersubjetivo e ao mesmo tempo cooperativo” (HABERMAS, 1989b, p. 25).

Embora o autor não trate diretamente da questão educativa, a sua proposta de ação comunicativa se desenvolve a partir da idéia de intersubjetividade, a qual traz contribuições inovadoras e significativas para auxiliar a repensar os conceitos pedagógicos, sugerindo um conhecimento construído a partir da convivência solidária dos sujeitos. Segundo Siebeneichler, no paradigma da comunicação, proposto por Habermas, o sujeito cognoscente não é mais definido exclusivamente como aquele que se relaciona com os objetos para conhecê-los ou para agir através deles e dominá-los, mas como aquele que, durante seu processo de desenvolvimento histórico, é obrigado a entender-se junto com outros sujeitos sobre o que pode significar o fato de “conhecer objetos” ou “agir através de objetos”, ou ainda “dominar objetos ou coisas” (1990, p. 62).

É nesse sentido que a proposta da *reeducação dos sentidos do compreender*, acredita que as ações mediadas pelo diálogo intersubjetivo remetem à superação do reducionismo social, e deslocam o sujeito solitário para grupos ou entidades coletivas capazes de atribuir soluções aos problemas enfrentados. Sob a perspectiva da ação comunicativa na educação, é possível pensar uma racionalidade baseada em princípios hermenêuticos, éticos e estéticos, garantindo outros esquemas interpretativos do campo educacional.

4.2 Novos aportes para a busca de sentido na ação educativa

Entendendo a educação como um processo que auxilia o educando a atribuir sentido a sua vida, a partir dos conhecimentos veiculados em sua cultura e no seu cotidiano, a dimensão estética, ética e hermenêutica da educação diz respeito ao desenvolvimento da capacidade crítica e criadora do homem. Por essa via, a educação pode auxiliar a interpretar a lógica que está nas entrelinhas do sistema, a fim de educar para a afabilidade com os seres humanos e a sensibilidade com a natureza. Nesse processo, educar significa colocar o indivíduo em contato com os sentidos que circulam em sua cultura para que, inserindo-se nela, possa viver e realizar-se, a fim de descobrir seus próprios valores e significados.

A estética é um elemento fundamental para que, expressando suas vivências, o educando compreenda a sua condição no contexto cultural, de onde, em última análise, brota o sentido da vida. Conforme o pensamento de Trevisan “a estética educa para a criação de novas sensibilidades, reeducando também os sentidos do compreender” (2002, p. 102). Certamente, a experiência estética envolve também a atitude ética, que pode provocar ao fim uma atitude mais equilibrada perante o homem e a natureza, em que os sentimentos, a razão e a imaginação se integram e atuam nos sentidos e valores dados à vida e são assumidos no agir cotidiano. Segundo Hermann, “a experiência estética traz o estranho, a inovação e a pluralidade que não podem ser desconsiderados no plano da interpretação e problematização do agir moral” (2004, p. 351).

Esse processo, entretanto, não pode subentender uma atitude passiva do sujeito. Não se trata de impor sentidos ao educando, de adaptá-lo a significações preexistentes, mas de formar uma cultura capaz de agir e pensar na polissemia do signo. Nesse contexto, o termo educação transcende os limites dos muros da escola e a simples transmissão do conhecimento para se inserir no mundo da vida, tornando a aprendizagem significativa.

Essa perspectiva pode ser vislumbrada por meio de uma educação hermenêutica, que realiza a interpretação à luz das situações experienciadas, tornando explícitos os significados que cercam o mundo da vida, promovendo o encontro das problemáticas vivenciais com novos horizontes interpretativos. Tal atitude metodológica justifica-se pela efetividade de investigar a competência interpretativa de falantes desde o ponto de vista de como um sujeito capaz de linguagem e de ação pode compreender (*sich verständlich macht*), em um ambiente

estranho, manifestações ou proferimentos incompreensíveis. Segundo Habermas, a hermenêutica filosófica afirma uma conexão interna entre significação e validade. Assim, “compreender uma manifestação simbólica significa saber sob que condições sua pretensão de validade poderia ser aceita. Compreender uma manifestação simbólica não significa, porém, aceitar sua pretensão de validade sem levar em consideração o contexto” (HABERMAS, 1987a, p. 94).

Logo, a hermenêutica permite uma abordagem que emerge de um contexto situado, possibilitando a constituição dos horizontes da interpretação e entendimento dos problemas vivenciados, a fim de edificar uma cultura da sensibilidade, da cientificidade, da solidariedade, da cooperação e do respeito às diferenças. É aqui que se insere o sentido da investigação, na busca da aceitação do argumento do outro e de suas diferenças.

Sendo assim, compreender as relações entre a educação e os novos fenômenos culturais exige considerar as interações dos sujeitos educandos com os meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea. Acredita-se pois, que é papel da escola e da mídia serem “guardiães e difusoras da síntese hegemônica que é a base do consenso social indispensável à vida em sociedade” (BELLONI, 1991, p. 34). Logo, os aportes da hermenêutica, da estética e da ética, vinculados à educação, apresentam-se, a partir do contexto atual e da ação comunicativa desenvolvida por Habermas, como uma possibilidade para repensar e até modificar o quadro caótico das desigualdades sociais, originadas pelo sistema estratégico da indústria cultural em seu contrato com o capital. Para que essa educação se estabeleça, há de se utilizar as competências comunicativas nos entornos familiares, escolares e da comunidade, participando de maneira crítica e reflexiva na sociedade. Sem dúvida que a formação das competências do agir comunicativo se colocam bem à frente das atuais exigências impostas à educação pela ideologia do mercado. Desse modo, o paradigma da intersubjetividade propõe uma outra relação educativa, distanciada, portanto, do paradigma da consciência ou da dominação.

Diante das múltiplas possibilidades de escolha de como viver, é difícil propor um único projeto para os coletivos, sendo igualmente difícil para a educação saber que valores necessita formar. Assim, torna-se fundamental propor a criação de sentidos pela ação comunicativa, em que as pessoas possam examinar as possibilidades, refletir criticamente sobre elas e decidir pelo melhor argumento. Em última análise, o educador, ao partir do conhecimento do cotidiano dos educandos, compreenderá as necessidades próprias dos

diferentes contextos, tecendo a formação interpretativa, estética e cultural de indivíduos
construídos intersubjetivamente.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação versa sobre um tema presente na contemporaneidade, abordando questões de interesse para quem busca uma compreensão específica sobre a cultura industrializada, dominada pelos processos de estetização da vida cotidiana e o triunfo da imagem e do signo. Retomando algumas das principais contribuições realizadas pelos teóricos da Escola de Frankfurt sobre o assunto, o estudo propõe um entendimento da problemática, para desvendar as comunicações perturbadas e os enigmas ocultos no processo de racionalização da cultura. A partir dos aportes da teoria da ação comunicativa - da estética, ética e hermenêutica - a pesquisa busca desenvolver outros sentidos para a educação que, por um lado, valorize, além dos espaços escolares, as práticas culturais vivenciadas cotidianamente e, por outro, contribua para que os indivíduos possam dialogar com os desafios resultantes dos novos contextos, a fim de configurar suas vidas de forma autônoma, no lugar de ações rígidas e padronizadas, típicas da sociedade administrada. Apoiada nessa perspectiva, compreende-se que os seres humanos não são públicos-alvo, como deduz a relação sujeito-objeto, mas que é necessário respeitar a alteridade dos seus contextos, incorporando uma relação entre a cultura, a convivência social, a história e o cotidiano.

Seguindo as contribuições da abordagem hermenêutica o trabalho buscou subsídios teóricos na prática da decodificação de imagens do contexto da indústria cultural. A hermenêutica provoca a assunção das múltiplas linguagens expressas na comunicação como uma forma de apoio pois, o sentido de uma interpretação ultrapassa os limites das justificações exclusivamente racionalizadas. Situando o desenvolvimento da atividade no âmbito da Filosofia da Educação, a pesquisa apresentou a decodificação de imagens como forma de desencadear novas sensibilizações no processo educativo, que, muitas vezes, devido a sua propagação ilimitada e irracional, gera a massificação de gostos, valores e costumes. O estudo pretendeu enfim ressignificar o conceito de indústria cultural a partir do entendimento

habermasiano de reconstituição dos espaços públicos, como subsídio indispensável para auxiliar na decifração das imagens banais do cotidiano.

Para clarificar a temática, é vital repensar os potenciais cognitivos e culturais do projeto moderno. Afinal, conforme afirma a teoria da ação comunicativa, eles constituem o eixo norteador da discussão, uma vez que irão indicar algumas possibilidades de reversão do processo de regressão da razão. A proposta da pesquisa vai ao encontro desses potenciais porque busca uma relação de equilíbrio no desenvolvimento das esferas da razão (cognitivo-instrumental, prático-moral e estético-expressivo) no sentido de encontrar formas mediadoras que possam repensar a relação entre o mundo vivido e o sistêmico.

A partir da crítica de Habermas ao conceito de indústria cultural, segundo fora pensado por Adorno & Horkheimer, percebe-se que o processo de coisificação entendido nas condições da comunicação, desvenda relações assimétricas e simétricas, autênticas e não autênticas. Isso porque a *reeducação dos sentidos do compreender* desestabiliza a comunicação dirigida pelas narrativas reificadas, pois permite a abertura a outros sentidos da compreensão imersos nas mensagens, uma vez que pressupõe a participação do ator numa comunidade regida pela ação comunicativa. Desse modo, interpretando as práticas distorcidas pelo sistema, é possível decifrar enigmas e disfarces que permitam à linguagem operar de forma monológica. Assim, interpretando as imagens banais do cotidiano, a pesquisa colabora para refinar o senso estético e a formação da opinião pública do educando.

É desse modo que a ação sistematicamente distorcida da indústria das consciências encontra o seu limite, pois ela não será totalitária a ponto de desautorizar o indivíduo de dizer “não” às suas mensagens, saindo, portanto, da condição de “objeto” passivo. Com isso, a relação perturbada é compreendida a partir de um outro patamar, que joga com a percepção de que a linguagem possui instâncias de comunicação que propõem entendimento para além de um uso ideológico ou idiossincrático. A linguagem permite consensos que vão além do modelo objetivante do agir, na medida em que podemos optar entre nos colocar na atitude unilateral da relação sujeito-objeto ou na situação da fala interpretativa, a qual apresenta itinerários de ida e *caminhos de volta*. Essa via dupla possibilita a aprendizagem com os equívocos e desacertos da projeção instrumental da informação e a passagem para a incorporação de valores éticos e estéticos, com o uso ampliado da linguagem por intermédio do diálogo.

A partir da pesquisa realizada, percebeu-se que a teoria desenvolvida por Habermas, em seu esforço de resgatar o potencial de racionalidade comunicativa em contextos interativos do mundo da vida, pode auxiliar a educação a alcançar êxito no cumprimento de suas finalidades através da otimização desse potencial de racionalidade. Nessa perspectiva, o interagir voltado ao entendimento constitui a condição de possibilidade para realizar a *reeducação dos sentidos do compreender*, como as que se referem à renovação de tradições culturais, o estabelecimento de solidariedades e de padrões de convivência e a socialização das novas gerações.

Ao se articular a temática do trabalho, a ação comunicativa de Habermas pode elucidar as inquietações evidenciadas no âmbito da educação, despertando novas significações para a esfera cultural e social. Discutindo as implicações práticas da linguagem, atinge-se a valorização da vida e das experiências cotidianas, tornando o conhecimento significativo ao homem.

Conduzida pela perspectiva hermenêutica, a pesquisa constatou, por intervenção do trabalho de entendimento de algumas imagens, a possibilidade da formação de uma reflexão crítica, interpretativa e, sobretudo, comunicativa sobre o predomínio da linguagem imagética na cultura atual. Assim, a realização do estudo evidenciou a necessidade da educação tomar parte mais ativa no debate sobre a formação da opinião pública crítica, na tentativa de repensar seus conceitos e atitudes frente ao mundo que se apresenta, estabelecendo e construindo outros valores para a relação social e a harmonia entre os homens. Nessa perspectiva, a temática do estudo discutiu a possibilidade das propostas comunicativas (cognitivas, éticas e estéticas) contribuírem de maneira mais efetiva para a reconstrução hermenêutica do conceito de indústria cultural, apontando para a necessidade do agir educativo ser pensado na perspectiva da ação comunicativa.

Sendo assim, a educação, inspirada na ação comunicativa, pode contribuir para a reflexão sobre algumas possibilidades de reversão do processo regressivo da razão, enquanto apropriação intersubjetiva da cultura. Concluiu-se que nas situações em que a educação se reconhece em sua inclusão e em seu papel formativo na cultura, que ela pode contribuir para livrar as condições que aprisionam os indivíduos aos paradigmas unidimensionais do mundo moderno. Desse modo, o trabalho tratou a temática da cultura em sua vinculação social, desvendando não só os perigos da socialização reificadora. O alcance da crítica pedagógica, quando apta a reeducar os sentidos do compreender, passa então a desencadear a formação de

uma sociedade mais humanizada, voltada enfim para o cultivo dos valores da ciência, da moralidade e da arte.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel. (Org.). **Comunicação e indústria cultural**: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e “cultura de massa” nessa sociedade. São Paulo: Nacional; Ed. da USP, 1971. (Biblioteca universitária. Série 2; Ciências Sociais, v. 39).

_____. **Teoria Estética**. Lisboa: Edições 70, 1970.

_____. **Dialética Negativa**. Madrid: Taurus, 1986.

_____. **Educação e Emancipação**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1995.

_____. Teoria da semicultura. **Educação & Sociedade**. Campinas, v. 17, n. 56, p. 388-411, dez. 1996.

ADORNO, Theodor W. & Horkheimer, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALMEIDA, Heloisa Buarque. Ficção como vitrine: a telenovela na promoção do consumo. **Novos Estudos**, n. 66, p. 167-178, jul., 2003.

ASSOUN, Paul-Laurent. **A escola de Frankfurt**. São Paulo: Ática, 1991.

BACCEGA, Maria Aparecida. A construção do campo comunicação/educação: alguns caminhos. **Revista USP**, São Paulo, n. 48, p. 18-31, 2000/2001.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. Perspectiva: São Paulo, 1973.

_____. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

_____. **Para uma crítica da economia política do signo**. Paris: Gallimard, 1972.

BELLONI, Maria Luiza. Educação para a mídia na escola. **Comunicação e Sociedade**, v. 10, n. 17, p. 33-45, ago., 1991.

_____. **O que é mídia-educação**. Campinas: Autores Associados, 2001.

_____. A formação na sociedade do espetáculo: gênese e atualidade do conceito. **Revista Brasileira de Educação**. Campinas: Autores Associados, nº 22, p. 121-136, jan./fev./mar./abr., 2003.

BENJAMIN, ADORNO, HORKHEIMER, HABERMAS. São Paulo: Abril cultural, 1980. (Coleção Os Pensadores).

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In.: _____. **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

_____. **A modernidade e os modernos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975.

BERNSTEIN, Richard. **Habermas y la modernidad**. 2. ed. Madrid: Cátedra, 1991.

BOUFLEUER, José Pedro. **Pedagogia da Ação Comunicativa: uma leitura de Habermas**. Ijuí: Ed. da UNIJUÍ, 1997.

BRANDÃO, Junito de Souza. **Mitologia Grega**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CALDAS, Graça. Mídia, escola e leitura crítica do mundo. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 27, n. 94, p. 117-130, jan./abr., 2006.

CALLONI, Humberto. Educação e crise de fundamentos: contribuição ao estudo do sentido da educação numa perspectiva hermenêutica. **Cadernos de Educação**. Pelotas, v. 15, p. 57-67, 2000.

CAMBI, Franco. **História da pedagogia**. São Paulo: UNEP, 1999.

CASTELLS, Manuel. **Novas perspectivas críticas em educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

CHAUÍ, Marilena. O universo das artes. In: **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 1994.

CITELLI, Adilson. **Comunicação e educação: linguagem em movimento**. São Paulo: SENAC, 2002.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

DALBOSCO, Claudio Almir. **Problemas de atualidade da Teoria Crítica: Indústria educacional hoje**, 2006 (mimeo).

DEBORD, Guy. **A Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DUARTE JR., João Francisco. **Fundamentos estéticos da educação**. 4. ed. Campinas: Papyrus, 1995.

DUARTE, Rodrigo. **Adorno/Horkheimer & a Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

_____. Esquematismo e semiformação. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 24, n. 83, p. 441-455, ago., 2003.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio do século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FREITAG, Bárbara. **Política educacional e indústria cultural**. São Paulo: Cortez; Autores Associados, 1987.

_____. **Teoria crítica: ontem e hoje**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. ROUANET, Sergio Paulo. **Habermas: sociologia**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1993. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, v. 15).

GADAMER, Hans-Georg. **Estética y hermenéutica**. Madrid. Tecnos, 1988.

GEORGEN, Pedro. **Pós-modernidade, ética e educação**. Campinas: Autores Associados, 2001.

GIDDENS, Anthony et al. **Habermas y la Modernidad**. Madrid: Ed. Cátedra, 1999.

_____. **As Conseqüências da Modernidade**. São Paulo: Ed. da Universidade Estadual Paulista, 1991.

GIROUX, Henry. **Teoria crítica e resistência e educação**. Petrópolis: Vozes, 1986.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigação quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. **Dialética e hermenêutica**. Para a crítica da hermenêutica de Gadamer. Porto Alegre: L&PM, 1987a.

_____. **Teoría de la acción comunicativa: racionalidad de la acción y racionalización social**. Madrid: Taurus, 1987b, v.1.

_____. **Teoría de la acción comunicativa: crítica de la razón funcionalista**. Madrid: Taurus, 1987c, v. 2.

_____. **Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos**. Madrid: Cátedra, 1989a.

_____. **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Universitário, 1989b.

_____. **O Discurso filosófico da modernidade**. Lisboa: Publicações D. Quixote, 1990a.

_____. **Pensamento pós-metafísico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990b.

_____. **Passado como futuro**. Rio de Janeiro: Tempo Universitário, 1993. (Coleção Biblioteca Tempo Universitário; n. 94; Série Estudos alemães).

_____. **Técnica e Ciência como “ideologia”**. Lisboa: Dom Quixote, 1994.

HADDAD, Fernando. Habermas: Herdeiro de Frankfurt? **Novos Estudos**. São Paulo, n. 48, p. 67-84, jul., 1997.

- HALL, Sir Peter. Urban 21. **Deutschland**. n. 04, p. 24-30, ago/set., 2000.
- HALL, Stuart. A Centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo. **Educação & Realidade**. Campinas, v. 22, n.2, p. 15-46, jul/dez., 2004.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2001.
- HERMANN, Nadja. **Hermenêutica e Educação**. Rio de Janeiro. DP&A, 2002.
- _____. Ética e estética: horizonte em deslocamento. **Veritas**. Porto Alegre, v. 50, n.2, p. 343-370, jun., 2004.
- INGRAM, David. **Habermas e a dialética da razão**. Brasília: Universidade de Brasília, 1994.
- JAY, Martin. **As idéias de Adorno**. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1984.
- JAMESON, Frederic. **A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- JIMENEZ, Marc. **Para ler Adorno**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.
- _____. **O que é estética?** São Leopoldo: Ed. da UNISINOS, 1999.
- KANT, Immanuel. **Fundamentação da metafísica dos costumes**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.
- KAMEL, José Augusto. **UFRJ terá curso de pós-graduação em entretenimento**. Encontrado em <http://educacao.terra.com.br/interna/0,,OI1433975-EI3638,00.html> em 25.02.2007
- KELLNER, Douglas. **Cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.
- KOWARZIG, Woldietrich Schmied. **Pedagogia dialética – de Aristóteles a Paulo Freire**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- LAPLANE, Adriana Friszman; DOBRANSZKY, Enid Abreu. Capital cultural: ensaios de análise inspirados nas idéias de P. Bourdieu. **Horizontes**, Bragança Paulista, v. 20, p. 59-68, jan./dez., 2002.
- LASTÓRIA, Luiz Calmon (org.). **Teoria crítica, ética e educação**. Campinas: UNIMEP; Autores Associados, 2001.
- LEITE, Marcia. **A influência da mídia educação**. Encontrado em <http://www.tvebrasil.com.br/educacao/artigos/artigo9.htm> em 17.04.2007
- LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1990.
- LESKY, Albin. **A Tragédia Grega**. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- MAAR, W.L. Da subjetividade deformada à semiformação como sujeito. **Psicologia e Sociedade**. Belo Horizonte, v. 13, n. 2, p. 92-141, 2001.

- MARCUSE, Herbert. **Cultura e sociedade**. São Paulo: Paz & Terra, 1997. v.1.
- _____. **Tecnologia, guerra e fascismo**. São Paulo: EDUNESP, 1998.
- MATOS, Olgária C. F. **A Escola de Frankfurt: luzes e sombras do iluminismo**. São Paulo: Moderna, 1993.
- _____. **O iluminismo visionário: Benjamin, leitor de Descartes e Kant**. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- _____. O espetáculo e seus fetiches: a modernidade. In: GHIRALDELLI JR., Paulo. (org.) **Estilos em Filosofia da Educação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- MCCARTHY, Thomas. **La teoría crítica de Jürgen Habermas**. Madrid: Tecnos, 1995.
- MERQUIOR, José Guilherme. **Arte e sociedade em Marcuse**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.
- MORAES, Maria Cândida. **O paradigma educacional emergente**. São Paulo: PAPIRUS, 1997.
- NIETZSCHE, Frederico. **A Origem da Tragédia**. 8 ed. Lisboa: Guimarães, 1997.
- OLIVEIRA, Ramos de (org.). **Teoria crítica, estética e educação**. Campinas: UNIMEP; Autores Associados, 2001.
- PALMER, Richard E. **Hermenêutica**. Portugal: Edições 70, 1969. (O saber da filosofia)
- PAREYSON, Luigi. **Os problemas da estética**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1995.
- PUCCI, Bruno. **Teoria crítica e educação**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- ROUANET, Sérgio Paulo. **As razões do iluminismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- _____. **Mal-estar na modernidade: ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- RUDIGER, Francisco. **Theodor Adorno e a Crítica à Indústria Cultural**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- SIEBENEICHLER, Flávio Beno. **Jürgen Habermas: razão comunicativa e emancipação**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1990.
- SOUZA, Jessé. **Patologias da modernidade: um diálogo entre Habermas e Weber**. São Paulo, Annablume, 1997.
- SOUZA, Tânia Clemente de. **A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação**. Encontrado em www.uff.br/mestcci/tania39.gif em 24.06.2006.
- STEIN, Ernildo. **Aproximações sobre hermenêutica**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1996.

SUBIRATS, Eduardo. **A cultura como espetáculo**. São Paulo: Nobel, 1989.

TREVISAN, Amarildo Luiz. **Filosofia da educação**. *mímesis* e ação comunicativa. Ijuí: Ed. da UNIJUÍ, 2000.

_____. **Pedagogia das Imagens Culturais**: da formação cultural à formação da opinião pública. Ijuí: Ed. da UNIJUÍ, 2002.

_____. **Terapia de Atlas**: pedagogia e formação docente na pós-modernidade. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.

WELSH, Wolfgang. Estetização e estetização profunda ou: a respeito da atualidade do estético nos dias de hoje. **Porto Arte**. Porto Alegre, v.6, n.9, p. 7-22, maio, 1995.

WIGGERSHAUS, Rolf . **A Escola de Frankfurt**: história, desenvolvimento teórico, significação política. Rio de Janeiro: DIFEL, 2002.

ZUIN, Antônio; ÁLVARO Soares. **Indústria cultural e educação**. Campinas: UNIMEP; Autores Associados, 1999.