

SOCIOLOGIA DA CULTURA E INDÚSTRIA CULTURAL

Rodne de Oliveira Lima

*Professor-Assistente do Departamento de Ciências Sociais da Universidade
Estadual de Londrina.*

resumo

Este artigo analisa a constituição da Indústria Cultural como objeto de investigação sociológica, relacionando sistematicamente a dinâmica cultural da sociedade de classes ao surgimento das ideologias e à formação da opinião pública na era da sociedade de massas. Conclui expondo duas dentre as principais interpretações clássicas sobre a indústria cultural, e relacionando-as ao estatuto teórico da sociologia.

A sociologia aparece no quadro das ciências modernas como “ciência da crise”. Num sentido imediato, isto se refere ao propósito que possuíam seus precursores de fazê-la técnica de intervenção na sociedade moderna, buscando corrigir o que supunham ser os desvios e desequilíbrios de seu desenvolvimento; noutra, mais acurada, tal definição aponta o fato de a sociologia ter sido forjada como expressão científica das visões de mundo das modernas classes sociais, constituindo-se na mudança de paradigmas com que aqueles homens modernos passaram a explicar a existência de suas relações sociais. Nesse processo, incorporou a seu universo a concepção racionalista de mundo, unindo-a às novas categorias que o discurso de senso comum já produzira como transformações da mentalidade moderna.

É neste sentido que podemos encontrar o objeto de uma sociologia da cultura: como ramo do pensamento sociológico, tal disciplina busca investigar as condições contraditórias nas quais se produz a dinâmica cultural da sociedade moderna. De um lado, isso a conduz ao estudo das relações sociais que se travam na produção das formas de expressão cultural da sociedade capitalista. Atinge, por essa via, a explicação dos laços que a ligam ao exercício do poder por parte das classes e grupos sociais dominantes. De outro, impõe-lhe a necessidade de explicar a relação entre cultura e ideologia, evidenciando o papel que esta última desempenha na elaboração da dinâmica cultural investigada.

Na explanação que ora realizamos, abordaremos alguns aspectos através dos quais a interpretação sociológica logra interpretar a cultura e suas condições de reprodução social.

De início, entretanto, faz-se necessário precisarmos o conceito de *cultura* do qual partimos. Não a tomamos aqui como um dado, produto acabado e dotado de objetividade expressiva, portador de um sentido unívoco, elaborado num momento prévio de sua constituição. Antes, concebêmo-la como objeto dinâmico, permanente mediação a incorporar os significados das relações sociais concretas que os homens estabelecem entre si na sociedade que constituem. Deste modo, a cultura é, conjuntamente, expressão das relações sociais que a elaboram e elemento ativo na reprodução dessas mesmas relações, compondo as formas sob as quais os homens articulam seus modos de vida em sociedade. É a partir dessa definição que podemos compreendê-la como portadora dos valores ideológicos daquelas classes sociais que a constituíram, e enquanto aspecto das relações de poder pelas quais a dominação política e a exploração econômica de classe sobre classe podem ser reproduzidas na sociedade capitalista. De fato, a predominância dos padrões culturais dominantes na dinâmica cultural das sociedades de classes ocorre como expressão dos contextos de desigualdade mediadores das relações sociais nelas vigentes.

A indústria cultural, enquanto objeto de análise da sociologia da cultura e como fenômeno histórico da sociedade capitalista, possui suas origens e suas condições de reprodução vinculadas à dinâmica cultural que caracterizamos acima. Isto se pode apreender, em primeiro lugar, pela compreensão de qual o conjunto de condições sociais necessárias ao seu surgimento. Com efeito, a indústria cultural enquanto forma de geração dos produtos culturais só pode surgir numa era de produção industrial, na qual a forma social mercadoria alcance estender o conjunto de suas relações

sociais de produção ao domínio da dinâmica cultural da sociedade. Apenas a partir de então é que se torna possível a coexistência de seus dois requisitos fundamentais, quais sejam, um grau de evolução da técnica que possibilite o surgimento de meios de produção de bens culturais em série e de maneira padronizada – a exemplo da invenção da imprensa, do telégrafo sem fio e do estenógrafo como meios de comunicação e do desenvolvimento de outros meios de reprodução de arte, tais como o cinema e a fotografia – e o surgimento de públicos consumidores, criadores de uma demanda social consistente e adequada para realizar nas relações de troca o caráter de mercadoria dos gêneros culturais – como se deu na popularização dos folhetins, que a última fase do século XIX e o princípio do século XX viram acontecer na Europa Ocidental.

Como condição de existência da indústria cultural, a moderna produção industrial delimita seus contornos também pela constituição de um contexto próprio, no qual formas típicas de sociabilidade subordinam e reconstróem a dinâmica cultural em curso. Estamos nos referindo ao fenômeno contemporâneo da sociedade de massas, e ao problema fundamental que dela emerge, qual seja, a possibilidade objetiva de instauração de uma *opinião pública* na sociedade, à qual correspondam certos processos de legitimação social dos comportamentos e padrões culturais de um grupo social.

Com efeito, a transição para a sociedade de massas inaugurou, nos princípios do século, uma nova identidade para o conceito de opinião pública. Originariamente constituída como fruto de uma discussão livre, realizada sob a suposição de harmonia entre as diversas concepções sociais de mundo que nela tomavam parte, a *opinião pública* significava para os membros das sociedades de públicos (da qual o caso típico é o contexto liberal do século XVIII) o resultado dos múltiplos julgamentos de consciências individuais, que convergiam para estabelecer *avoz da razão*, definindo dentre os valores sociais presentes aqueles que adquiririam prevalência natural. Isso supunha, entretanto, a preservação do indivíduo enquanto ente formador da opinião pública vigente na sociedade, seja porque se garantisse a todos os componentes do público a virtual expressão de suas opiniões particulares, disso decorrendo certa proporção equitativa constituidora de uma identidade entre os indivíduos formadores e os receptores da opinião pública, seja porque a opinião individual estivesse protegida contra qualquer forma de repressão, advinda dos indivíduos mais influentes ou da esfera pública do poder. São justamente estes os pressupostos que decaem com a emergência da sociedade de massas. Encontramo-nos então frente a uma era na qual, por um lado, a ação dos indivíduos e grupos formadores da opinião pública configura-se como influência ideológica sobre uma massa de agentes anônimos da dinâmica cultural em curso, e, por outro, a repressão - moral ou material - sobre as opiniões individuais divergentes emana celeremente nas relações sociais e no movimento de normatização das formas de expressão cultural preconizadas pela ação do Estado.

Posto perante esse contexto inédito, as formas de

expressão e os produtos forjados pelo concurso da indústria cultural revelam-se portadores de uma nova relação com as esferas da legitimidade e do poder na sociedade. A estrutura da sociedade de massas modifica por inteiro o *modus operandi* da representação democrática, já que a constituição de uma opinião pública, largamente influenciada pelos meios de comunicação e de difusão cultural, em nada resguarda o sentido de uma vontade geral, e que a identificação da legitimidade do poder desloca-se da esfera da ação política para outra, da mídia e do marketing institucional.

Assim compreendido, o papel da indústria cultural na dinâmica da sociedade de massas nos conduz a precisar em que sentido podemos apreender as relações que a atam à geração de interpretações ideológicas da sociabilidade capitalista. De início, desejamos ressaltar como os bens culturais nela produzidos identificam-se no universo das mercadorias como portadores de valores. A produção de uma obra de arte, a reprodução de um livro ou a transmissão televisiva de um enredo, a despeito de ocorrerem sob a égide das formas industriais de produção, constituem produtos únicos, porque conservam-se como portadores de sentidos singulares que permanecem como fios a ligarem suas existências ao contexto cultural do qual emanaram. Tais “mercadorias” adquirem assim uma característica imprópria a todas as demais, tornam-se bens que se definem por sua individualidade, mercadorias unitárias, cujo parâmetro de produção apenas refere-se a arquétipos de forma e conteúdo, sem contudo identificar-se plenamente com eles. A viscosidade das ideologias que identificamos disseminando-se através dessas mercadorias unitárias tem então de encontrar seus fundamentos, antes do que na identidade entre obra cultural e valor ideológico, nos permanentes processos de racionalização e de padronização técnica, formal e de conteúdo, que invariavelmente encontram-se presentes na produção da indústria cultural, mas que subsistem na obra como complementos de seu processo de individualização. Não é por meio da repetição do arquétipo, mas antes pela constituição da diferença unitária de sua representação na obra, que os bens culturais são convertidos pela sociabilidade capitalista em disseminadores de valores ideológicos.

Caracterizamos finalmente o problema de investigação da sociologia da cultura, tal qual ele se põe para o cientista da sociedade. É enquanto produto histórico da sociedade contemporânea, de acordo com as relações sociais nela vigentes, que a indústria cultural encontra-se incorporada ao objeto de investigação da sociologia da cultura. Reencontramos aqui os laços que a vinculam ao caráter contraditório das explicações sociológicas. Tal qual ocorreu aos temas da sociologia clássica, a indústria cultural comporta no interior do pensamento sociológico contemporâneo explicações paralelas e contraditórias quanto à sua natureza e função históricas.

De um lado, podemos encontrar no legado do pensamento social contemporâneo a concepção apologista, da qual Marshal McLuhan constitui a maior expressão. Para este autor, a contínua superação dos meios de comunicação frios (isto é, de baixa definição e baixa interação com o público)

pelos meios quentes (de alta definição e alto grau de interação) lograva realizar a revelação de aspectos cada vez novos e mais complexos aos homens da época atual, possibilitando-lhes divisar novas facetas do mundo real, pelo crescimento do conjunto de informações e de concepções de mundo em circulação. A aldeia global surgiria então como resultado desse novo contexto no qual a produção da cultural poderia proporcionar a ampliação ilimitada dos horizontes e dos conhecimentos humanos.

De outro lado, a perspectiva crítica tomou a indústria cultural enquanto objeto e meio de reprodução das relações sociais capitalistas. Por isso, a indústria cultural consiste para seus autores em meio de reprodução do caráter fetichista das relações de produção e instrumento de reificação, no plano da dinâmica cultural, das relações sociais a ela associadas. Particularmente, os autores da Escola de Frankfurt procuraram demonstrar como, tomando a forma de indústria da diversão, a indústria cultural produz o domínio dos sentidos de prazer e realização que os processos culturais poderiam proporcionar aos indivíduos em função da máxima produtividade social do trabalho - isto é, permitindo que tais sentido se realizem *apenas* na forma de realização do valor que os bens culturais incorporam quando de sua produção pela indústria cultural. Assim, compreende-se como a indústria cultural surgiria para esses autores ora abordada sob o ponto de vista das relações de produção que o autor engendra na elaboração de seu trabalho - Benjamin -, ora sob a análise das condições sociais que determinam a construção do juízo estético dos homens - Adorno -, ora finalmente sob o prisma da reprodutibilidade técnica e seus conteúdos - Habermas. A indústria cultural surge aqui como produtora de uma falsa consciência dos homens contemporâneos: o que todos os autores frankfurtianos procuraram evidenciar foi o sentido alienador que caracteriza a reprodução da dinâmica cultural da sociedade moderna, oriundo do modo fetichista com o qual a indústria cultural reelabora, através de seus produtos, as relações sociais dos homens na era capitalista contemporânea.

A oposição que acabamos de apresentar entre as explicações propostas para o fenômeno da indústria cultural teve aqui apenas o intuito de localizá-las no interior das contradição teóricas e ideológicas que conformam a produção do pensamento social. Dela ressaltamos como, uma vez incorporada ao pensamento sociológico contemporâneo, a indústria cultural torna-se parte do objeto tenso e contraditório que o constitui.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COELHO, Teixeira. O que é Indústria Cultural. 16.ed. São Paulo, Brasiliense, 1994. (coleção Primeiros Passos).

DUHRAN, Eunice. A dinâmica cultural da sociedade moderna. In: Ensaio de Opinião, volume 4. Rio de Janeiro, Inubia, 1977. pp. 32-35.

MANNHEIM, Karl. Sociologia da Cultura. São Paulo, Perspectiva/EDUSP, 1974.

MORIN, Edgar. Cultura de Massas no Século XX. 2.ed. Rio de Janeiro, Companhia Editora Forense, 1969.

WRIGHT MILLS, C. A Elite do Poder. 2.ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1968.

HABERMAS, Jürgen. Habermas : Sociologia. São Paulo, Ática, 1980. (coleção Grandes Cientistas Sociais).