

A INDÚSTRIA CULTURAL NA ERA DA TELA ONIPRESENTE

THE CULTURAL INDUSTRY IN THE UBIQUITOUS SCREEN ERA

Antônio A S. Zuin¹
Vânia Gomes Zuin²

RESUMO

Uma das principais contribuições para o entendimento da produção da cultura no século vinte foi a elaboração do conceito de indústria cultural, de autoria de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. Publicado pela primeira vez no livro: *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*, o conceito de indústria cultural foi empregado desde então para a investigação dos mais variados objetos de pesquisa de áreas tais como: Filosofia, Sociologia, Psicologia (com destaque para a Psicanálise), Educação e Comunicação. Se Adorno identificou o filme como o principal produto da indústria cultural de meados do século 20, é preciso revitalizar tal pensamento na sociedade atual, na qual se faz presente a chamada tela ubíqua. De fato, há diferenças referentes tanto à dimensão objetiva, quanto à subjetiva, que precisam ser consideradas quando se compara as características da indústria cultural de meados da década de 1940 e a indústria cultural deste início do século 21. Seguindo esta linha de raciocínio, os autores deste artigo têm, como objetivo, refletir sobre as mediações históricas que determinaram a elaboração do conceito de indústria cultural e seus desdobramentos nas dimensões objetivas e subjetivas, bem como sua atualidade na sociedade na qual as telas se fazem presentes em praticamente todas as relações sociais.

Palavras-chave: Indústria Cultural. Teoria Crítica. Cultura Digital.

¹ Professor-Titular do Departamento de Educação e do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de São Carlos, SP, Brasil. . Doutorado em Educação pela Universidade Estadual de Campinas (1998), com Estágio Doutoral na Universidade Johann Wolfgang von Goethe, Alemanha (Bolsa do DAAD - Serviço alemão de intercâmbio acadêmico) e Pós-Doutorado em Filosofia da Educação pela Universidade de Leipzig, Alemanha, com bolsas CAPES e FAPESP e Psicologia da Educação pela Universidade de York, Inglaterra, com bolsas FAPESP e CAPES.

² professora doutora da Universidade Federal de São Carlos junto ao Departamento de Química (Associada), credenciada ao Programa de Pós-Graduação em Química e ao Programa de Pós-Graduação em Educação. Doutora em Educação pela Universidade de São Paulo (2010). Pós-doutora em Química pela Universidade de São Paulo (2004), e pelo Centro de Pesquisas Ambientais - Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung / UFZ - Alemanha (2005), com apoio da fundação Alexander von Humboldt (AvH), bem como pelo Green Chemistry Centre of Excellence, University of York (GCCE-UoY), Inglaterra (2014).

ABSTRACT

One of the main contributions to the understanding of the production of culture in the twentieth century was the elaboration of the concept cultural industry by Theodor W. Adorno and Max Horkheimer. First published in the book: *Dialectics of Enlightenment: philosophical fragments*, the concept of cultural industry has been used since then for the investigation of the most varied research objects in areas such as: Philosophy, Sociology, Psychology (with emphasis on Psychoanalysis) Education and Communication. If Adorno identified the film as the main product of the cultural industry of the mid-20th century, it is necessary to revitalize such thinking in today's society, in which there is the so-called ubiquitous screen. Indeed, there are differences concerning both the objective and subjective dimensions which need to be considered when someone compares the characteristics of the cultural industry of the mid-1940s and the cultural industry of this early 21st century. Following this line of reasoning, the aim of the authors is to reflect on the historical mediations that determined the elaboration of the concept of cultural industry and its unfolding in the objective and subjective dimensions, as well as its actuality in the society in which the screens are present in practically all the social relations.

Keywords: Culture Industry. Critical Theory. Digital Culture.

INTRODUÇÃO

Se fosse possível destacar apenas um conceito da vasta produção elaborada por Theodor W. Adorno Max Horkheimer, talvez o de indústria cultural seria o escolhido. Empregado por pesquisadores das mais variadas áreas do conhecimento, tais como Filosofia, Sociologia, Psicologia (com destaque para a Psicanálise), Educação, Comunicação, entre outras, indústria cultural tornou-se uma categoria de análise decisiva para a compreensão dos aspectos objetivos e subjetivos da produção e recepção dos chamados bens culturais, sendo este um termo que causava "calafrios em Adorno por invocar simultaneamente os domínios do mercado e dos supostos valores eternos" (COHN, 1994, p.20).

Certamente, a razão do termo "bens culturais" produzir calafrios em Adorno concernia ao fato de que, se a obra de arte, por exemplo, sempre fora um determinado tipo de mercadoria, uma vez que os grandes artistas do século 18 tinham que submeter em termos aos mandos e desmandos dos mecenas, já no século 20 a obra de arte se subordinava praticamente por completo ao seu caráter mercantil.

Não por acaso, a primeira informação que é transmitida pelos meios de comunicação de massa a respeito de uma obra de arte refere-se ao seu caráter venal, aos milhões de dólares amealhados com sua venda, de tal maneira que, "o novo não é o caráter mercantil da obra de arte, mas o fato de que, hoje, ele se declara deliberadamente como tal, e é o fato de que a arte renega sua própria autonomia, incluindo-se orgulhosamente como bem de consumo, que lhe confere o encanto da novidade" (ADORNO & HORKHEIMER, 1986, p. 147).

Justamente a análise da inclusão "orgulhosa" da obra de arte como bem de consumo tem o poder de desvelar tanto as engrenagens da indústria cultural, quanto a sua forma de funcionamento, uma vez que também a produção cultural se sujeita à lógica do fetiche das mercadorias, como se fosse uma mercadoria qualquer. Mas há diferenças concernentes tanto à dimensão objetiva, quanto à subjetiva, que precisam ser consideradas quando se compara as características da indústria cultural de meados da década de 1940 e a indústria cultural deste início do século 21.

Seguindo esta linha de raciocínio, os autores deste artigo têm, como objetivo, refletir sobre as mediações históricas que determinaram a elaboração do conceito de indústria cultural e seus desdobramentos nas dimensões objetivas e subjetivas, bem como sua atualidade na sociedade nas qual as telas se fazem presentes em praticamente todas as relações sociais. Deste modo, faz-se necessário, neste momento, analisar o contexto histórico no qual Adorno e Horkheimer engendraram o conceito de indústria cultural.

A INDÚSTRIA CULTURAL NA "DIALÉTICA DO ESCLARECIMENTO"

Numa conferência radiofônica proferida em 1962, na Alemanha, Adorno afirmou o seguinte: "Tudo indica que o termo indústria cultural foi empregado pela primeira vez no livro *Dialektik der Aufklärung*³, que Horkheimer e eu publicamos em 1947, em Amsterdã" (ADORNO, 1994, p.92). Neste mesma conferência, Adorno também assevera que o termo indústria cultural foi escolhido, ao invés do conceito de cultura de massa, justamente para evitar a impressão de que haveria uma produção cultural que fosse espontaneamente gerada pela própria massa. O pensador frankfurtiano tinha consciência das aproximações e distanciamentos das denominadas culturas popular e

3 Trata-se do livro: *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*, publicado no Brasil pela Jorge Zahar editor em 1985, com tradução de Guido Antônio de Almeida.

erudita. Contudo, a lógica de produção da indústria cultural já nesta época se fundamentava numa espécie de “integração deliberada de seus consumidores” (ADORNO, 1994, p.92), uma vez que fundia os domínios das culturas popular e erudita numa espécie de amálgama regido pelo imperativo da padronização e da massificação dos bens culturais. Certamente, a opção pelo conceito de indústria cultural revelou-se ser a mais adequada, sobretudo pela ênfase atribuída por estes pensadores da Teoria Crítica a um aspecto decisivo da indústria cultural: sua dimensão ideológica. Exatamente o cerne ideológico da indústria cultural foi o aspecto destacado por Adorno na análise da mercadoria filme anos depois da publicação da “Dialética do Esclarecimento”, da seguinte forma:

De resto, não se deve tomar literalmente o termo indústria. Ele diz respeito à standardização da própria coisa – por exemplo, tal como o *western* conhecido por todo frequentador de cinema – e à racionalização das técnicas de distribuição, mas não se refere estritamente ao processo de produção. Enquanto o processo de produção no setor central da indústria cultural – o filme – se aproxima de procedimentos técnicos através da avançada divisão do trabalho, da introdução de máquinas, e da separação dos trabalhadores dos meios de produção (...) conservam-se também formas de produção individual. Cada produto se apresenta como individual; a individualidade mesma contribui para o fortalecimento da ideologia, na medida em que se desperta a ilusão de que o que é coisificado e mediatizado é um refúgio de imediatismo e de vida (ADORNO, 1994, p.94).

Eis o aspecto central da ideologia da indústria cultural: embora os produtos sejam massificados e padronizados até a raiz, a indústria cultural os oferta como se fossem refúgios do imediatismo e de vida individualizada. No seu íntimo, os consumidores de tais produtos podem até perceber que a exaltação de suas particularidades, associadas aos bens culturais usufruídos, revela-se, na verdade, um procedimento falso, mas mesmo assim eles e elas os consomem, insistindo na ideologia que os escravizam. Evidentemente, tal insistência consubstancia-se muito mais com a dimensão do desejo do que com a da consciência. Não por acaso, Adorno e Horkheimer intitularam o capítulo sobre o conceito de

indústria cultural na “Dialética do Esclarecimento” como: “A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas” (ADORNO & HORKHEIMER, 1986). Na realidade, a palavra mistificação, aplicada aqui no sentido de engodo, poderia ser empregada também no sentido de uma automistificação, de um autoengodo. Ou seja, se é verdadeira a ideia de que o acesso ao consumo destes bens culturais não necessariamente implicou na emancipação do indivíduo, tal como previra Kant (1985), e se justamente as relações entre o desenvolvimento das forças produtivas e as relações de produção capitalistas determinaram as nuances deste engodo das massas, por outro lado também se faz necessário enfatizar o esforço que estes mesmos indivíduos exercem em relação ao autoengano quando consomem tais produtos. Evidentemente, é a dimensão do desejo que estimula a forma como eles e elas se aferram à ilusão de que os produtos não apenas são direcionados às suas respectivas particularidades, como também à sensação de que suas debilidades física e mental serão amainadas caso comprem literalmente a promessa de felicidade vinculada e veiculada pela indústria cultural. A lógica de tal delírio de consumo foi desvelada pela maneira como Adorno e Horkheimer identificaram a dialética da produção do desejo na sociedade do século vinte, pois foram tais pensadores frankfurtianos que observaram o fato de que a indústria cultural promovia um processo de dessublimação, ao mesmo tempo em que reprimia a realização efetiva dos desejos:

A indústria cultural não cessa de lograr seus consumidores quanto àquilo que está continuamente a lhes prometer. A promissória sobre o prazer, emitida pelo enredo e pela encenação, é prorrogada indefinidamente: maldosamente, a promessa a que afinal se reduz o espetáculo significa que jamais chegaremos à coisa mesma, que o convidado deve se contentar com a leitura do cardápio (...). A Indústria cultural não sublima, mas reprime. Expondo repetidamente o objeto do desejo, o busto no suéter e o torso nu do herói esportivo, ela apenas excita o prazer preliminar não sublimado que o hábito da renúncia há muito mutilou e reduziu ao masoquismo. Não há nenhuma situação erótica que não junte à alusão e à excitação a indicação precisa de que jamais se deve chegar a esse ponto (...). A produção em série do objeto sexual produz automaticamente seu recalçamento (ADORNO & HORKHEIMER, 1986, p.130-131).

Não foi fortuita a escolha de Adorno e Horkheimer do mito grego que poderia exemplificar a dialética do desejo proporcionada pela indústria cultural: o mito de Tântalo. Por ter roubado os manjares dos deuses, Tântalo foi penalizado da seguinte forma: todas as vezes que ele tivesse sede e se aproximasse da água, ela se afastaria. Da mesma forma, quando sentisse fome e tentasse apanhar o fruto de uma árvore, os galhos imediatamente encolheriam.

Os processos de produção e reprodução das mercadorias da indústria cultural funcionam de forma semelhante, pois estes são vendidos com a promessa de realização plena do prazer e, portanto, da inexistência de qualquer tipo de sublimação. Contudo, uma vez que são consumidos, percebe-se a verdade da sentença de Adorno de que: "A promissória sobre o prazer, emitida pelo enredo e pela encenação, é prorrogada indefinidamente" (ADORNO & HORKHEIMER, 1986, p.130). Pois os Tântalos que avistam os produtos da festa *fake* da indústria cultural não tardam a sentir as consequências da frustração advinda do consumo de algo que não se completa, na medida em que, de forma repressiva, os convidados desta festa devem "se contentar com a leitura do cardápio" (ADORNO & HORKHEIMER, 1986, p.131). Evidentemente, a hegemonia da indústria cultural em relação à forma de produção, reprodução e assimilação de seus bens produz efeitos danosos também na dimensão formativa, sendo que tal prejuízo foi ilustrado por Adorno por meio do conceito de semiformação (*Halbbildung*), que nada mais é do que "o espírito conquistado pelo caráter de fetiche da mercadoria" (ADORNO, 2010, p. 25).

É interessante enfatizar a presença da dimensão ideológica do conceito de *Halbbildung*. A exemplo do conceito de indústria cultural, que oferta ao consumidor a promessa de que todos os seus desejos mais íntimos serão realizados por meio do consumo de seus produtos, a semiformação também se apresenta como a possibilidade da realização efetiva e completa da formação (*Bildung*). Porém, o que verdadeiramente ocorre é a atitude do indivíduo semiformado em se aferrar a um tipo de superficialidade de pensamento que majoritariamente rotula, de forma autoritária, os acontecimentos e as pessoas envolvidas. A passagem da formação à semiformação foi ressaltada por Adorno da seguinte forma:

A experiência – a continuidade da consciência em que perdura o ainda não existente e em que o exercício e

a associação fundamentam uma tradição no indivíduo – fica substituída por um estado informativo pontual, desconectado, intercambiável e efêmero, e que se sabe que ficará borrado no próximo instante por outras informações. Em lugar do *temps duré*, conexão de um viver em si relativamente unísono que desemboca no julgamento, coloca-se um “É assim” sem julgamento, algo parecido à fala dos viajantes que, do trem, dão nomes a todos os lugares pelos quais passam como um raio, a fábrica de rodas ou de cimento, o novo quartel; sempre prontos para dar respostas inconsequentes a qualquer pergunta. A semiformação é uma fraqueza em relação ao tempo, à memória, única mediação capaz de fazer na consciência aquela síntese da experiência que caracterizou a formação cultural em outros tempos (ADORNO, 2010, p.33).

Assim, o julgamento solidamente fundamentado na reflexão das mediações históricas materializadas no transcorrer dos nexos temporais do presente, passado e futuro, os quais são criticamente relacionados entre si, é substituído pela sentença do “É assim” absolutamente afeito a uma temporalidade única: o presente perpétuo, muitas vezes como se vende nos ambientes virtuais. Pois são presentes que se perpetuam indefinidamente, na ilusão de que a autossuficiência do “aqui e agora” dos produtos da indústria cultural seja totalmente suficiente. É por isso que a semiformação foi também caracterizada por Adorno como uma fraqueza em relação ao tempo e à memória, haja vista o fato de que as informações se tornam pontuais e efêmeras, sendo facilmente substituídas a qualquer momento. Mas a superficialidade de tal estado semiformativo não se consubstancia exclusivamente à dimensão cognitiva, pois também a postura ética é danosamente afetada. Pois o ressentimento do indivíduo semiformado, que intrinsecamente percebe sua própria impotência, é exposto por meio da formação reativa do sentimento de onipotência diante das pessoas e acontecimentos sociais que são autoritariamente etiquetados. Foi por isso que Adorno identificou a estereotipia e a personalização como os pilares da autoritária mentalidade do ticket (ADORNO, 1972). Pois o estereótipo faz com que o mundo permaneça ao indivíduo como abstrato e não experimentado, ao passo que a personalização faz com que processos sociais e econômicos, programas políticos, tensões internas e externas

sejam personalizados na figura de um determinado governante, como se toda complexidade social dependesse exclusivamente do exercício de sua vontade (ZUIN, 2012).

Com se sabe, Adorno e Horkheimer publicaram suas ponderações críticas sobre a indústria cultural no período em que o cinema era, por assim dizer, sua menina dos olhos. Mas, como pensar a atualidade da indústria cultural na sociedade na qual as telas não mais se restringem aos espaços cinematográficos, mas sim se universalizam em praticamente todas as relações sociais? Que novas estereótipias e personalizações são desenvolvidas neste contexto? Ou seja, qual seria a atualidade daquilo que fora conceituado por Adorno como mentalidade do ticket? A seguir, serão apresentadas reflexões que terão como objetivo responder tais questões.

A INDÚSTRIA CULTURAL NO CONTEXTO HISTÓRICO DA CULTURA DIGITAL

Se a produção dos filmes foi considerada por Adorno como o produto central da indústria cultural de meados do século 20, já no início do século 21 torna-se difícil identificar um produto tal como fora feito por Adorno em relação ao filme. Na verdade, a indústria cultural do século 21 se materializa nos mais diversos objetos. Mas, atualmente, há uma condição fundamental para tal materialização: a universalização das telas em praticamente todas as relações sociais.

No início dos anos 2000, Christoph Türcke publicou o livro: *Erregte Gesellschaft: Philosophie der Sensation* (TÜRCKE, 2002), cujo título foi traduzido para a língua portuguesa como: "Sociedade excitada: filosofia da sensação" e publicada em 2010. Nesta obra, Türcke argumenta sobre a presença de uma nova condição ontológica na sociedade da universalização das telas em todas as relações de trabalho e de tempo livre, os quais se assemelham cada vez mais: ser significa ser percebido (TÜRCKE, 2010).

De fato, a estética recebe um peso ontológico inaudito nos tempos da cultura digital do atual capitalismo transnacional. Nos tempos hodiernos, se uma existência não for emitida midiática e eletronicamente é como não existisse fisicamente, como se fosse uma não existência viva. Esta estatura ontológica que a estética recebe na cultura digital se fundamenta no modo como são estabelecidas as atuais relações entre as forças produtivas, notadamente as de

ordem tecnológica, e as relações de produção, pois é neste contexto que a presença ubíqua das telas dos computadores pode ser notada em quaisquer espaços e tempos, como se fosse uma relação síncrona. É neste contexto que o campo de atuação do computador não se restringe apenas ao de um instrumento de trabalho, mas se metamorfoseia num aparelho que possibilita: “a realização de encontros sociais e particulares, processamento e transmissão de dados, a elaboração de atividades de trabalho e de diversão, televisão e comunicação, concentração e dispersão, ser ignorado ou ser percebido, a ponto de todas essas potencialidades se tornarem indiscerníveis entre si” (TÜRCKE, 2010, p.44).

Türcke associou ao computador todas as características acima descritas entre o final do século passado e o início deste século. Mas é interessante destacar que a linha de raciocínio dele se refere a um período histórico no qual ainda predominava a utilização dos denominados computadores de mesa, os quais permitiam certo descanso físico e, principalmente, mental. Quando tais aparelhos eram desligados, as pessoas também eram, por assim dizer, desconectadas entre si, daí a famosa expressão dos adolescentes da época de que não haviam ainda conversado com seus pares pois antes disso precisavam “se conectar”. Ou seja, a própria constituição física da máquina determinava a possibilidade de períodos de descanso, de tal modo que as chamadas telas de descanso dos computadores de mesa atendiam não apenas as conveniências das máquinas, como também as necessidades de repouso de seus usuários.

Mas este cenário mudou radicalmente com a expansão universal dos aparelhos celulares que ocorreu na primeira década do século 21. Com os celulares, o vício pelo consumo contínuo de estímulos audiovisuais atinge um patamar incomparável em relação aos chamados computadores de mesa. Pois, justamente pela sua portabilidade, estes computadores de bolso, ou mão, acompanham seus usuários a quaisquer tempos e espaços, de modo que há quem já identifique a atual cultura a *cultura do aparelho celular* (GOGGIN, 2007). Não por acaso, não são apenas os adolescentes que não conseguem mais se separar de seus aparelhos celulares, mas sim qualquer pessoa, de modo que, se alguém esquece seu celular em sua residência é como se tivesse deixado para trás uma parte do próprio corpo. Com efeito, este fato está efetuando modificações estruturais tanto em relação à produção e disseminação das informações, quanto

na produção da memória, sobretudo a respeito das maneiras como tais informações são lembradas ou esquecidas.

É interessante observar que, já em 2002, TÜRCKE destacava a presença, cada vez mais constante, do fenômeno da distração concentrada. Diante da universalização dos choques imagéticos em praticamente todas as relações sociais, ele enfatizou o modo como o consumo de tais choques ocorria em meio à produção de inmensuráveis distrações. Ou seja, o choque imagético capturava a atenção para logo em seguida triturava-la por meio de incontáveis distrações que aconteciam todas as vezes que um novo choque venciam a luta titânica de se destacar de alguma maneira em relação a outro choque. A agressividade de tais choques seduzia o espectador, a ponto de se engendrar uma espécie de vício audiovisual, como se fosse uma injeção que o organismo precisasse consumir diariamente (TÜRCKE, 2002).

Justamente a repetição contínua das distrações concentrada parece ter produzido, no transcorrer dos últimos anos, uma mudança estrutural na capacidade de focalizar a atenção numa determinada informação audiovisual, engendrando assim a chamada concentração dispersa na sociedade da cultura do aparelho celular. Diante do atual bombardeamento dos estímulos audiovisuais, os quais são consumidos continuamente principalmente pelo uso dos aparelhos celulares, a dispersão da concentração não se torna uma espécie de consequência, mas sim se transforma numa parte "essencial" da concentração, pois se trata de uma essência mediada historicamente pelo vício de tais estímulos. No caso da dimensão educacional, tal vício não pode ser exclusivamente imputado aos alunos que cada vez mais utilizam seus celulares dentro e fora das escolas, mas também aos próprios professores. Pois já há situações em que professores universitários, ao invés de se concentrarem nas falas dos alunos que expõem suas considerações sobre determinado tema durante seminários, sentam-se no final da sala de aula e acessam seus perfis no *Facebook* por meio de seus celulares, ou mesmo enviam mensagens e participam de correntes no *WhatsApp*.

Assim, torna-se praticamente insuportável se concentrar por muito tempo na leitura de um determinado texto, pois o corpo e a mente como que clamam pelo acesso contínuo a "novas informações" audiovisuais que precisam ser imediatamente consumidas através dos *links* que, na realidade, desvinculam os usuários da oportunidade de refletir de forma mais aprofundada sobre determinado tópico.

É na cultura digital que a hegemonia das vivências sobre as experiências se revitaliza por meio do vício do consumo de tais choques imagéticos e sonoros. Este estado hegemônico das vivências sobre as experiências foi caracterizado por Lash e Lury por meio da seguinte expressão: canibalismo da esfera simbólica. Para tais autores, na sociedade da chamada indústria cultural global, a produção e reprodução hiperreal de imagens e sons fomenta uma reação emocional que se sobreleva em relação à reflexão sobre tais estímulos audiovisuais, pois é como se estes pensassem pelos seus consumidores. Assim, a significação deixa de ser hermenêutica para se tornar cada vez mais operacional, pois o significado dificilmente se consubstancia com a interpretação, “mas sim com o próprio fazer, com o impacto” (Lash & Lury, 2007, p. 12). Decerto que os rompimentos dos significados de quaisquer eixos temáticos em relação às formas de interpretação, bem como a maneira pela qual os significados das coisas dependem cada vez mais do modo como os estímulos audiovisuais impactam a atenção de quem os consomem, acontecem na sociedade em que as imagens digitais tendem a não mais representar o real, mas sim reconstruí-lo na forma de sucedâneos de reais artificialmente gerados, de modelos do real sem origem ou realidade, ou seja, de hiperreais, tal como afirmou Baudrillard (1983).

O sortilégio dos simulacros audiovisuais digitalmente produzidos é muito mais sedutor do que as imagens analogicamente reproduzidas. Isso se deve ao fato de que o desenvolvimento da tecnologia digital possibilita fazer com que as imagens e sons sejam aperfeiçoados a ponto de não apenas serem mais exuberantes, como também de promover estímulos audiovisuais desprovidos de quaisquer imperfeições. A produção destes hiperreais na indústria cultural hodierna certamente faz com que o próprio desejo se modifique radicalmente em comparação com o tempo da reprodutibilidade técnica analógica. Ao comparar ambas as tecnologias, Van Dijck argumenta que a tecnologia digital não apenas “facilita o retoque das imagens que são armazenadas nos nossos repositórios, como também incrementa o papel que o desejo sempre desempenhou na articulação de imagens, tal como foi destacado pelo neurocientistas” (VAN DIJCK, 2007, p.47).

Em meio à sedução das imagens e sons digitalizados, o desejo parece ter seu papel fortalecido também em relação ao sentimento de onipotência proveniente da identificação com a aparente

perfeição digital isenta da falibilidade humana. Talvez o incentivo a este sentimento de onipotência digitalmente potencializado possa explicar as razões pelas quais os atuais filmes de super-heróis gozam de particular prestígio Hollywood, haja vista o fato de que a exibição de poderes sobre-humanos é feita de tal maneira que se tem a nítida sensação de que determinado personagem está mesmo voando ou respirando sob a água sem a ajuda de qualquer aparelho. De certa forma, a tecnologia dos efeitos digitais de filmes de super-heróis impinge sua ubiquidade “real” na forma da remoção de qualquer vestígio de construtibilidade do mundo fílmico que a antecedeu, de tal maneira que os elementos imagéticos digitais se apresentem aos seus consumidores “tão perfeitos, quanto possíveis” (PURSE, 2007, p.6). Aliás, a comparação entre a perfeição maquinal e os defectíveis seres humanos remete para a lembrança do conceito de vergonha prometeica, elaborado por Günther Anders (1902-1992). Como se sabe, Prometeu roubou o fogo dos deuses e o entregou aos seres humanos que, ao aprenderem a produzi-lo, também como que se endeusaram diante do fascínio exercido pelo domínio de tal técnica. Ao aludir ao mito de Prometeu, em meados de 1960, Anders afirmava que a técnica e, mais especificamente, o maquinário tecnológico, adquirira tamanha importância que o ser humano se incomodava em “apresentar, diante dos olhos dos aparelhos perfeitos, sua patética condição de ser carnal, a imprecisão de sua condição humana. Na verdade, ele tinha mesmo que se envergonhar diante disso” (ANDERS, 2002, p.23). Contudo, na sociedade da cultura digital parece não há mais razão para se envergonhar da condição humana de carne e sangue, uma vez que se torna possível a onipotente identificação narcísica com seres digitalmente produzidos e suas maravilhosas performances.

Embora Adorno não tenha refletido sobre a cultura digital, uma vez que falecera alguns anos antes da consolidação da chamada revolução microeletrônica da década de 1980, suas ponderações sobre projeção libinal narcísica nos aparelhos eletrônicos da década de 1950 é de grande atualidade, tal como se pode depreender por meio da seguinte assertiva:

Parece que o tipo de regressão característica das pessoas que não se sentem mais como se fossem sujeitos capazes de determinar seu próprio destino é

concomitante com uma atitude fetichista relativamente às mesmas condições que tendem a desumanizá-las. Quanto mais elas são transformadas em coisas, mais investem as coisas com uma aura humana. Ao mesmo tempo, a libidinização das bugigangas é indiretamente narcísica, na medida em que alimenta o controle da natureza pelo ego: esses aparelhos proporcionam ao sujeito lembranças de sentimentos primitivos de onipotência (ADORNO, 2008, p.102,103).

Atualmente, o investimento da libido narcísica pode ser também observado nas imagens de seres e objetos digitalmente produzidos, de tal modo que a lembrança de sentimentos primitivos de onipotência se revitaliza desta forma. Mas há outras maneiras deste sentimento de onipotência ser revigorado na sociedade da cultura digital, a saber: por meio do exercício da capacidade mnemônica humana tecnologicamente ampliada. No livro: "Deletar: a virtude do esquecimento na era digital", Schönberger apresenta aos leitores o caso de uma aluna do curso de Pedagogia de uma universidade estadunidense. Em 2006, esta aluna estava para se formar pedagoga e foi expulsa pela direção da faculdade de educação, pois, numa das festas que antecediam a formatura, ela postou uma foto fantasiada de pirata no *MySpace* com os seguintes dizeres: pirata bêbada. A direção da faculdade argumentou que não tinha alternativa a não ser expulsá-la uma vez que sua imagem não "condizia com a de uma futura pedagoga formada por aquela instituição" (SCHÖNBERGER, 2009, p.1).

Este caso foi relatado por Schönberger, que defende em seu livro o direito a esquecer na sociedade na qual se pode lembrar de tudo em quaisquer tempos e espaços. Para Schönberger, o esquecimento seria cada vez mais vital, sobretudo em decorrência do fato de que a própria capacidade de perdoar seria prejudicada em função da lembrança perene de quaisquer acontecimentos, o que acarretaria a existência de um cenário perfeito para permanência de uma sociedade ressentida. Na verdade, trata-se de uma questão polêmica, principalmente porque talvez Schönberger não considere o fato de que novas formas de esquecimento são engendradas na sociedade das lembranças infundáveis. No caso da estudante de Pedagogia, a direção da faculdade preocupou-se, sobretudo, com as consequências de uma espécie de memória futura, ou seja, das possíveis associações que poderiam ser feitas futuramente entre a

imagem da estudante, que se identificou como pirata bêbada, e a imagem da faculdade, como se já mais houvesse fronteiras entre a vida pública e privada tanto da faculdade, quanto da estudante. Assim, novas formas de esquecimento são desenvolvidas justamente porquê suas informações são recuperadas e arquivadas de uma tal forma que se transformam numa espécie de absolutos. Ou seja, eles são completamente apartados das mediações históricas que os constituíram, as quais são esquecidas e, portanto, desconsideradas. Eis o modo como os presentes perpétuos se revitalizam na indústria cultural contemporânea: as lembranças eternas, provenientes das memórias passada e futura, engendram novos pensamentos-ticket que se “presentificam” na forma de sentenças absolutas e, portanto, de rótulos e estereótipos, os quais são instrumentalmente recuperados por meio do acesso *online* em quaisquer tempos e espaços.

Evidentemente, na sociedade na qual a concentração dispersa prevalece em relação ao modo como as informações são obtidas, faz-se presente um terreno profícuo para que tais formas de esquecimento vicejem. Diante da troca constante de *links*, a concentração se desvincula da reflexão necessária para que sejam criticamente estabelecidos os nexos entre as informações e suas respectivas mediações históricas. É por isso que, em tempos de mídia ubíqua, novas formas de esquecimento são desenvolvidas, fato este que remete o pensamento para a necessidade se refletir sobre os significados atuais da elaboração do passado e do futuro (ZUIN & ZUIN, 2016).

CONCLUSÃO

No seu texto: “O que significa elaborar o passado”, Adorno destacou a ambiguidade de se refletir sobre a barbárie nazista da seguinte maneira: “O desejo de libertar-se do passado justifica-se: não é possível viver à sua sombra e o terror não tem fim quando culpa e violência precisam ser pagas com culpa e violência; e não se justifica porque o passado de que se quer escapar ainda permanece muito vivo” (ADORNO, 1995, p.29). Se, por um lado, a lembrança do passado for feita de tal modo a reproduzir continuamente violência e culpa, não há como ser justificada; por outro lado, também não se justifica o esquecimento da barbárie justamente porque suas determinações históricas ainda permanecem vivas, embora sejam renovadas de forma diferente. Seguindo esta linha de raciocínio, Adorno observa que a liquidação da memória ocorre como consequência da lei objetiva de

desenvolvimento das relações de produção e de suas forças produtivas: “Quando a humanidade se aliena da memória, esgotando-se sem fôlego na adaptação ao existente, nisso reflete uma lei objetiva de desenvolvimento” (ADORNO, 1995, p.33).

Atualmente, é preciso realizar a crítica do modo como as forças produtivas do capitalismo transnacional fomentam, entre outras coisas, a pulverização da capacidade de concentração como uma das condições de seu desenvolvimento. É por isso que uma cultura do déficit de atenção (TÜRCKE, 2012) torna-se, até certo ponto, relevante para o desenvolvimento das relações entre as forças produtivas e as relações de produção atuais, principalmente em virtude do fato de que as informações podem ser instrumentalmente acessadas em quaisquer tempos e espaços sem que sejam contextualizadas em relação às mediações históricas que as engendraram. Estes são os ritmos da forma como a indústria cultural se renova em tempos da cultura digital.

Contudo, justamente nos tempos atuais, o acesso imediato a tais informações porta também consigo a possibilidade de que estas sejam relacionadas entre si com o objetivo de que novos conceitos sejam produzidos. Se, por um lado, o uso instrumental da tecnologia digital permite fazer com que a vigilância e o controle informacional se tornem cada vez mais efeitos, por outro lado novas formas de contrafogo podem ser estimuladas por meio do acesso inaudito às informações possibilitado pelo uso de tal tecnologia.

É também na sociedade da indústria cultural da tela ubíqua que as características das mediações históricas que determinam a permanência da barbárie podem ser acessadas e criticamente refletidas, de modo a fazer com que as vivências se transformem em experiências formativas. Exatamente a reflexão sobre tais formas de renovação do preconceito delirante, do pensamento estereotipado e das agressões presenciais e a distância necessita ser feita no contexto da atual cultura digital. Pois é nesta sociedade que a alienação da memória ocorre por meio da lembrança contínua de presentes perpétuos, os quais obliteram a reflexão crítica dos acontecimentos passados e dos que ainda estão por vir.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. “Studiens in the authoritarian personality”. In *Gesammelte Schriften* 9- Soziologische Schriften II - Erste Hälfte, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1972.

A indústria cultural na era... - Antônio A. S. Zuin e Vânia Gomes Zuin

_____. "A indústria cultural". In: COHN, Gabriel. (Org.) Theodor W. Adorno, coleção grandes cientistas sociais. Tradução de Flávio R. Kothe, São Paulo: editora Ática, 1994, p.92-99.

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

_____. *As estrelas descem à Terra: a coluna de astrologia do Los Angeles Times: um estudo sobre superstição secundária*. Tradução de Pedro Rocha de Oliveira. São Paulo: editora Unesp, 2008.

_____. "Teoria da semiformação". Tradução de Newton Ramos-de-Oliveira. In: PUCCI, Bruno, ZUIN, Antônio. A.S. & LASTÓRIA, Luiz A.C.B. (Orgs.) (2010) *Teoria crítica e inconformismo: novas perspectivas de pesquisa*. Campinas: Autores Associados, 2010.

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 1986.

ANDERS, Gunther. *Die Antiquiertheit des Menschen I*. München: C. H. Beck, 2002.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulations*. Los Angeles: Semiotext [e], 1983.

COHN, Gabriel. "Adorno e a teoria crítica da sociedade". In: COHN, Gabriel. (Org.) Theodor W. Adorno, coleção grandes cientistas sociais. Tradução de Flávio R. Kothe, São Paulo: editora Ática, 1994, p.7-32.

GOGGIN, Gerard. *Cell phone culture: mobile technology in everyday life*. London & New York: Routledge – Taylor and Francis group, 2007.

KANT, Immanuel. *Textos seletos*, edição bilingue, tradução de Raimundo Vier e Floriano de Souza Fernandes, Petrópolis: editora Vozes, 1985.

LASH, Scott & LURY, Celia. *Cultural global industry*. Cambridge: Polity, 2007.

PURSE, Lisa. Digital heroes in contemporary Hollywood: exertion, identification, and the virtual action body. *Film Criticism*, fall 32(1), p.5-25, 2007.

SCHÖNBERGER, Victor Mayer. *Delete: the Virtue of Forgetting in the Digit Age*. Princeton: Princeton University Press, 2009.

TÜRCKE, Christoph. *Erregte Gesellschaft: Philosophie der Sensation*. München: C.H. Beck Verlag, 2002.

_____. *Sociedade excitada: filosofia da sensação*. Tradução de Antônio Zuin, Fabio Durão, Francisco Fontanella e Mario Frungillo. Campinas: Editora da Unicamp, 2010.

_____. *Hyperaktive! Kritik der Aufmerksamkeits Defizit Kultur*. München: Verlag C.H.Beck, 2012.

VAN DICK, José. *Mediated memories in the digital age*. California: Stanford university press, 2007.

ZUIN, Vânia G.; ZUIN, Antônio A. S. A formação no tempo e no espaço da Internet das Coisas. *Educação e sociedade*, v. 37, p. 757-773, 2016.

ZUIN, Antônio A. S. *Violência e tabu entre professores e alunos: a internet e a reconfiguração do elo pedagógico*. São Paulo: Cortez editora, 2012.

Submetido em Novembro 2018

Aceito em Dezembro 2018

Publicado em Fevereiro 2019