


## Notas sobre a configuração do social e a indústria cultural como mediação

**Christian Muleka Mwewa**  
**Alex Sander da Silva**  
**Juliana Silva Rando**

### **Christian Muleka Mwewa**

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, UFMS.


E-mail: [afromuleka@yahoo.fr](mailto:afromuleka@yahoo.fr)

 <http://orcid.org/0000-0002-7079-5836>

### **Alex Sander da Silva**

Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.


E-mail: [alexsanders@unescc.net](mailto:alexsanders@unescc.net)

 <https://orcid.org/0000-0002-0945-9075>

### **Juliana Silva Rando**

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, UFMS.

E-mail: [randojuliana@gmail.com](mailto:randojuliana@gmail.com)

 <https://orcid.org/0000-0003-1691-1477>

### **Resumo**

O presente ensaio discute, a partir do conceito de indústria cultural, a necessidade de uma nova configuração do social na contemporaneidade. Além de Theodor Adorno, a discussão está apoiada nos escritos de Stuart Hall e Nestor Garcia Canclini. Estes autores, por sua vez, enaltecem os processos da indústria cultural em sua dimensão integradora, apesar do efeito deletério de uma globalização concebida de forma unilateral pelos países centrais em detrimento dos periféricos. Argumentamos que a formação e o contexto cultural exercem um papel central na elaboração dos mecanismos culturais enquanto condição para a realização do sujeito. A teoria crítica e os Estudos Culturais (campo conceitual) esclarecem algumas das mazelas universais representadas, em certa medida, pelas configurações da cultura e também a dita cultura popular.

**Palavras-chave:** Indústria cultural. Mediação. Cultura popular

**Recebido em:** 27/08/2020

**Aprovado em:** 30/09/2021



<http://www.perspectiva.ufsc.br>



<http://doi.org/10.5007/2175-795X.2022.e76759>

**Abstract****Notes on setting up social and the cultural industry as mediation**

**Keywords:** Cultural industry. Mediation. Popular culture.

The present essay discussed, based on the concept of cultural industry, the need for a new configuration of the social in contemporary times. In addition to Th. Adorno, the discussion is supported by the writings of Stuart Hall and Nestor Garcia Canclini. These authors, in turn, praise the processes of the cultural industry in its integrating dimension, despite the deleterious effect of a globalization conceived unilaterally by the central countries to the detriment of the peripheral ones. We argue that training and cultural context play a central role in the elaboration of cultural mechanisms as a condition for the subject's realization. Critical theory and Cultural Studies (conceptual field) clarify some of the universal ills represented, to some extent, by the configurations of culture and popular culture.

**Resumen****Notas sobre la configuración social y la industria cultural como mediación**

**Palabras clave:** Industria cultural. Mediación. Cultura popular.

El presente ensayo discutió, basado en el concepto de industria cultural, la necesidad de una nueva configuración de lo social en los tiempos contemporáneos. Además de Th. Adorno, la discusión está respaldada por los escritos de Stuart Hall y Néstor García Canclini. Estos autores, a su vez, elogian los procesos de la industria cultural en su dimensión integradora, a pesar del efecto nocivo de una globalización concebida unilateralmente por los países centrales en detrimento de los periféricos. Argumentamos que la formación y el contexto cultural juegan un papel central en la elaboración de mecanismos culturales como condición para la realización del sujeto. La teoría crítica y los estudios culturales (campo conceptual) aclaran algunos de los males universales representados, en cierta medida, por las configuraciones de la cultura y, la que llamamos de cultura popular.

## Introdução

A produção da arte em escala industrial pressupõe uma diluição das particularidades do objeto artístico num coletivo que se torna mítico. Este processo é obnubilado pelo funcionamento dos mecanismos ideológicos próprios à lógica da indústria cultural. Tal dimensão se encontra presente tanto na chamada cultura popular quanto na referida cultura erudita. Os elementos dos quais a arte (cultura) se vale para realizar a crítica social imanente da sua pertinência social podem ser concebidos como possíveis pistas para a compreensão das dinâmicas da arte, na sua face formativa, apontadas por Adorno. Essa face pode ser tomada no seu caráter de crítica utópica na e da sociedade capitalista (EAGLETON, 2005). É nessa direção que encaminhamos a assertiva de Stuart Hall, corroborada, em certa medida, por Nestor Garcia Canclini, qual seja: de tempos em tempos, apresenta-se uma nova necessidade de se configurar o social de forma diferente. Canclini localiza na indústria cultural uma possibilidade de integração entre os países centrais e periféricos. No entanto, essa integração ainda se realiza por meio de uma globalização concebida de forma unilateral pelos países centrais.

Assim sendo, pode-se dizer que a discussão central desenvolvida neste ensaio pretende problematizar, com Stuart Hall e Nestor Garcia Canclini, a integração social entre os ‘desiguais’, que, para fins de globalização, são igualados sob o conceito de cultura popular contemporânea. Tais fins podem ser percebidos na assertiva de Hall sobre a necessidade de se criar um espaço que contemple, sem essencialismos, as manifestações subalternizadas. Sobre isso, Canclini (2006) argumenta que esse espaço é proporcionado pela globalização unilateral, ao integrar todos na indústria cultural por meio do consumo e da produção cultural comerciável. Quando falamos de consumo da cultura (objetificado e subjetivado), temos que ter um certo cuidado para não cair em afirmações eufóricas que vangloriam esta possibilidade, pois sabemos que as dimensões do consumo também são subalternizantes.

Argumentamos que, enquanto esta necessidade (apontada por Hall) se colocar, exigir-se-á um novo redirecionamento dos pressupostos culturais nos quais se alicerça a formação cultural amplamente divulgada. A alternativa da cultura popular pensada por Hall (2003) tem se demonstrado castrante tal como a da cultura erudita, porém a primeira ainda comporta uma possibilidade de se pensar a formação cultural a partir de outras bases não privilegiadas. Essas bases podem representar o caminho para abranger os que porventura insistem em permanecer às margens da chamada globalização *unilateral*.

Importam-se coisas, pessoas, ideias, etc., e exportam-se enlatados, entre outras coisas, e fórmulas para introduzir *os desconectados* no global, porém de forma vigiada, limita e tosca; o mercado, que se diz globalizante, integra os que consomem e são consumidos no contexto da indústria cultural, numa pseudointegração que não pode ser percebida de forma apaziguadora, como atesta Garcia Canclini (2006).

Dito isso, sugerimos que o pensamento de Theodor Wiesegrund Adorno pode ser mediado pelos estudos de Stuart Hall e pela rica bibliografia de Nestor Garcia Canclini, os quais abrangem outros contextos que não tiveram centralidade nos trabalhos do filósofo frankfurtiano.

É verdade que, em suas anotações relativas à indústria cultural, juntamente com Max Horkheimer, por exemplo, Adorno centra-se na possibilidade de compreender criticamente o mecanismo que ofusca a autonomia do sujeito. Nesse aspecto, torna possível abranger outros elementos fundamentais para repensarmos a questão da cultura. No contexto de ofuscamento em que a indústria cultural se realiza, os produtos – inclusive a cultura – são fabricados em escala industrial a partir de pressupostos socioculturais que primam pelo consumo em diferentes âmbitos. Essa suposição, no entanto, não encontra necessariamente ressonância direta em seus destinatários. Ou seja, não há nenhuma lei ou controle que nos obrigue a reagir ao produto da forma como seus mentores o planejaram. Talvez esteja indicada aí uma possibilidade de romper algumas amarras presentes na relação cultural e internalizadas no sujeito.

Assim, buscamos mostrar a fecundidade do pensamento adorniano quando colocado em diálogo com autores que não pertencem a sua tradição teórica. Levantamos esta necessidade, pois tratamos de temas relativos à configuração do social, na qual a indústria cultural se coloca como instância de mediação. Portanto, as culturas e as artes populares se veem diante de uma globalização unilateral, frente à qual pretendem oferecer alternativas para não sucumbirem. Argumentamos que o pensamento adorniano se mostra atual na medida em que pode dialogar com bases teóricas que, cada vez mais, se legitimam como eficientes dispositivos metodológicos para pensarmos a formação na realidade objetiva contemporânea. Portanto, Adorno, Stuart Hall e Garcia Canclini podem ser tomados como importantes interlocutores para a discussão da nova configuração do social oportunizada pela globalização unilateral e desigual (MWEWA, 2010).

### **Indústria cultural como mediação na configuração do social**

Na medida em que os nossos principais interlocutores (Hall e Canclini) fazem uso do termo ‘indústria cultural’, faz-se necessário dizer sob quais bases operamos com ele no presente ensaio. Compreendemos o termo indústria cultural enquanto instância mediadora da *elitização* da cultura popular e da *popularização* da cultura erudita, a partir de Garcia Canclini, instância essa que engendra subjetividades formativas nesse procedimento. O ensaio está pautado na tensão entre ambas, ou seja, no entrelugar.

Para deixar um pouco mais claras as relações que pretendemos traçar, apoiamo-nos no conceito de indústria cultural como mediação, em Adorno, Canclini e Hall. Aqui se configuram dois níveis de mediação com que trabalhamos o conceito de indústria cultural: (1) ao que nos referimos no parágrafo anterior; (2) e o que coloca em relação as preocupações teóricas dos três autores supracitados. Com o primeiro, juntamente

com Max Horkheimer e Adorno (1985), apontamos o processo de reificação e a necessidade de elaboração de outras subjetividades presentes nos pressupostos da indústria cultural. Com o segundo, mapeamos os dispositivos da cultura popular e a tensão que esta estabelece quando pensada sob o jugo da indústria cultural. Com Hall (2003), apontamos a necessidade de superação do ‘popular’ para a configuração social sugerida pelas indústrias culturais.

Uma vez que toda definição é excludente, não vamos nos prender à definição do que seria cultura popular. Mas, por entender que muitas vezes as pessoas se apossam dessa terminologia para emitir juízos diante da cultura que denominam como erudita, localizamos, em especial entre Hall e Canclini, o debate travado em relação ao tema. Quando observam a função social das indústrias culturais, os dois autores aceitam que as culturas a que se referem não estão alheias às interferências externas. Colocar-se à margem dessas indústrias, porém, também pode contribuir para o desaparecimento das culturas com menos visibilidade social, agravando ainda mais as precárias condições materiais de seus produtores.

Segundo Horkheimer e Adorno (1985), na opinião dos sociólogos, certas condições de desestabilização social levam ao caos da cultura. O cinema, o rádio e as revistas, assim como a internet, constituem um sistema que é coerente em si, individualmente e em conjunto. A união que se evidencia entre o macro e o micro dá as diretrizes da cultura para os homens, falseando a identificação entre o universal e o particular. Isso porque o primeiro não representa nem abarca os problemas enfrentados individual ou particularmente. Os sujeitos, porém, devem se sentir identificados com o geral e no geral a partir de aparatos que não explicitam as lacunas que existem entre as suas necessidades. A dominação das mesmas empresas no campo da cultura torna toda a cultura idêntica, pois acaba sendo feita a partir do mesmo modelo ou esqueleto, ou seja, por meio de um processo de (re)produção industrial. Por isso, as artes também vivem uma era de reprodutibilidade infinita, diferenciando-se da arte aurática (BENJAMIN, 1994). Para as empresas reprodutoras, as diferenças que existem entre as culturas se tornam um recheio a ser encaixado no esqueleto sugerido pelo “poder do monopólio”, porque, no final das contas, todos estes bens devem satisfazer a mesma necessidade que, muitas vezes, eles mesmos criam (HORKHEIMER; ADORNO, 1985).

Enquanto a técnica exercer poder sobre a sociedade, os que possuem meios econômicos também desfrutarão, por extensão, do mesmo poder, pois podem possuir a técnica para dominar as relações que comportam seus interesses. Certos meios de comunicação transformam os sujeitos em receptáculos de programações previamente elaboradas para todos, igualmente. A individualização de certos canais de rádio ou televisão para segmentos específicos apenas alarga a possibilidade de incluir todos no mesmo controle (ou de que ninguém lhe escape). Por isso se pode dizer que existe um certo nível de democratização social mediado pela indústria cultural. A avaliação dessa democracia depende muito do local da fala. A falsa conciliação do individual com o universal dá-se neste momento de ação da indústria cultural, qual seja,

fazer com que todos pretendam, de forma individual, algo produzido ‘especificamente’ para o coletivo. Esses desejos são atendidos uniformemente a partir de esquemas pré-fabricados como prestação de serviços.

Assim como os dominados sempre levaram mais a sério do que os dominadores a moral que deles recebiam, hoje em dia as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que os bem-sucedidos. (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 125).

Em alguns países, como na Alemanha, os lugares onde se apresentam peças teatrais, óperas, concertos musicais, enfim, as ‘casas de espetáculos’, estão protegidos pelos poderes públicos para que não sejam controlados pelos mesmos monopólios que dominam financeiramente outros níveis culturais (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 124). Na França, também há leis de proteção aos artistas, e nas ‘casas de espetáculos’ de Paris, há uma reserva de bilhetes a preços muito acessíveis ao grande público nas compras antecipadas. Do mesmo modo, em Portugal e também na Espanha, em especial na região de Catalunha, há uma grande oferta de espetáculos gratuitos que promovem a cultura catalã, entre outras, financiados pela municipalidade. Fora desse âmbito de proteção, seguimos sob o ‘veredito’ do monopólio, no qual tudo que pode ser tomado como inovação na produção cultural para as massas está dentro do seu sistema, como, por exemplo, as promoções feitas nas rádios, nos canais de televisão e na internet, que dão como prêmios ingressos para entrar em espetáculos ou viagens com certas companhias aéreas, etc. Como dissemos anteriormente, esses veículos obedecem a um sistema de forma individual e no seu conjunto.

A diversão é o parâmetro para a indústria cultural; portanto, se existe alguma chance para amenizar o seu poder, ele está na subtração do privilégio que damos à diversão. Ela em si mesma não pode ser considerada má, pois fazer algo diferente do costumeiro (pois é isso que significa *diversão*) não possui qualquer maldade. Porém, quando tudo que fazemos não nos provoca um ‘espanto’ que nos leve a um momento de reflexão, dificultamos a possibilidade de avançar na compreensão dos mecanismos de sujeição, pois é somente a mesmice enfadonha que nos estimula a fazer algo diverso. Em outras palavras, quando se está contente com as atividades exercidas, não se necessita fazer algo diferente, pois, por um lado, isso é inerente às atividades que realizamos, mas, por outro, respeitamos o *conteúdo de verdade* existente em outras atividades, por mais que nos provoquem risos, já que é por meio delas que (re)apreendemos a nossa dimensão de sujeito (no circo ou na tragédia, por exemplo). Quando buscamos esquecer o processo de mecanização do trabalho, a diversão pode nos reabilitar para esse mesmo trabalho. Isso quando ela mesma não se torna um prolongamento daquele.

O destino anual de mais de dez milhões de turistas em todo o mundo é a Cidade Luz. A grande maioria se prepara ou é preparado para chegar a Paris como quem vai enfrentar o grande monstro de um só olho, pois precisa sobreviver a ela para afirmar a sua falsa condição de sujeito no grupo que espera por seu retorno. Em termos adornianos, diríamos que quem tira férias se obriga a voltar com a marca de sol para

provar aos companheiros de escritório que é uma pessoa que consegue fazer algo diferente. Voltemos à capital baudelairiana do Século XIX. Não se pode voltar de Paris sem ter cumprido um certo itinerário bem delimitado, por questões financeiras e de internalização da expectativa alheia, de visitas a museus, óperas, jardins, cafés, à Tour Eiffel, ao metrô, etc., sob o risco de duvidarem do seu deslocamento no espaço. Isso inibiria a capacidade de narrar a viagem. Tudo isso está no mesmo pacote, ou seja, a mesma inflexão que demanda a visita ao Louvre é acionada no descanso nos cafés, enquanto se prepara a visita ao próximo ponto turístico. Esse é, mais uma vez, o movimento democrático na indústria cultural. O que Horkheimer e Adorno (1985) afirmam em relação aos filmes pode ser aplicado à visita ao museu, diante dos quadros mundialmente conhecidos (a Mona Lisa no Louvre, por exemplo):

[...] ninguém tem o direito de se mostrar estúpido diante da esperteza do espetáculo; é preciso acompanhar tudo e agir com aquela presteza que o espetáculo exhibe e propaga. **Deste modo, pode-se questionar se a indústria cultural ainda preenche a função de distrair, de que ela se gaba tão estentoreamente.** (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 116, grifos nossos).

A necessidade de tudo igualar para melhor ser consumido pode estragar o prazer e a diversão que as atividades culturais propõem. Tudo em nome da contabilidade comercial e do rendimento. Enfim, por parte dos frankfurtianos, há longas referências ao sentido de diversão existente na indústria cultural, que mereceriam uma abordagem mais aprofundada, mas que não nos cabe fazer aqui. No âmbito deste ensaio, prendemo-nos apenas ao aspecto de fazer algo diverso e de igualar os bens culturais a outras atividades turísticas, por exemplo. Na indústria cultural, os homens acabam se tornando exemplares substituíveis entre si, como diriam os frankfurtianos, pois são objetivados (objetos) em diferentes casos, enquanto empregados e clientes. Como empregados, porque são lembrados pela “[...] organização racional e exortados a se inserir nela com bom-senso”; e como clientes, porque “[...] verão o cinema e a imprensa demonstrar-lhes, com base em acontecimento da vida privada das pessoas, a liberdade de escolha, que é o encanto do incompreendido” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 137). Pode-se dizer que a indústria cultural esvazia sua ideologia na abundância de promessas que realiza, mas que não pretende cumprir, diga-se de passagem, principalmente “[...] quanto menos consegue dar explicações da vida como algo dotado de sentido” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 137). Essas promessas são localizadas nos diferentes campos culturais em que podem agir os mecanismos da indústria cultural, não havendo distinção entre suas concepções particulares.

### **Ambivalências das indústrias culturais *no popular***

“[...] os comportamentos das classes populares não são muitas vezes de resistência e de impugnação, mas adaptativos a um sistema que os inclui” (CANCLINI, 2008, p. 274).



Diante dos discursos dos folcloristas, comunicólogos e agentes considerados produtores da cultura popular, Garcia Canclini (2008) toma a indústria cultural como um campo em que todos buscam a sua definição particular do que deve ser oferecido às populações produtoras de tais culturas. Ou seja, o popular é o que é oferecido às populações subalternizadas. Sem esquecer os efeitos sociais daquilo *que é* produzido e, principalmente, naquele *que* a produz. Os seus produtores não podem ser tomados como meros receptáculos da massificação da cultura popular, por meio da qual agem os dispositivos políticos, econômicos e sociais. A origem da massificação das culturas populares “[...] nem sequer pode [ser atribuída] aos meios eletrônicos. [...] Esse equívoco foi propiciado pelos primeiros estudos sobre comunicação, segundo os quais a *cultura massiva* substituiria o culto e o popular ” (CANCLINI, 2008, p. 255). Para Canclini (2008, p. 256), “[...] a industrialização e a urbanização, a educação generalizada, as organizações sindicais e políticas foram reorganizando de acordo com leis massivas a vida social desde o século XIX, antes que aparecessem a imprensa, o rádio e a televisão” para reivindicar a massificação da cultura popular. Isso fica mais evidente quando o processo de globalização pode ser pensado como o grande responsável por essa massificação, sempre com prejuízos para os *periféricos*. Mas deve-se atentar para o fato de que, “[...] no meio-tempo, de forma bem mais encorajadora, o movimento anticapitalista está empenhado em delinear novas relações entre globalidade e localidade, diversidade e solidariedade” (EAGLETON, 2005, p. 39).

Os comunicólogos, por meio da divulgação, segundo Canclini (2008, p. 257), consideraram-se, em algum momento, como equalizadores dos efeitos excludentes da globalização, na medida em que levam todos a conhecer a arte popular, pois, na “[...] terceira etapa – logo depois da primeira massificação sócio-política [*sic*] e da segunda, impulsionada pela aliança entre mídia e populismo – as comunicações massivas aparecem como agentes da inovação desenvolvimentista”. Nesta etapa, “[...] a arte popular, que tinha ganhado difusão e legitimidade social graças ao rádio e ao cinema, [se] reelabora em virtude dos públicos que agora tomam conhecimento do folclore através de programas televisivos” (CANCLINI, 2008, p. 257). Portanto, segundo o autor, os meios eletrônicos difundiram e legitimaram a arte popular, e não a massificaram, como equivocadamente se supõe que o fizessem desde o século XIX. Isso sugere uma diferenciação para o público consumidor entre os termos *cultura de massa*, tomada como aquela que surge a partir das massas, e *cultura para as massas*, aquela que é produzida para cair nas graças das massas (HORKHEIMER; ADORNO, 1985; CANCLINI, 2008). Tal diferenciação fez valer a “[...] noção de *indústrias culturais*, útil aos frankfurtianos para produzir estudos tão renovadores quanto apocalípticos” (CANCLINI, 2008, p. 257, grifos no original). Esta noção, segundo Canclini (2008, p. 257), “[...] continua servindo quando queremos nos referir ao fato de que cada vez mais bens culturais não são gerados artesanal ou individualmente [...]”, mas em escala industrial. O autor encontra o limite no enfoque frankfurtiano, por esse não se aprofundar na análise do “[...] *que é produzido e [d]o que acontece com os receptores*” (grifos



no original). Segundo Verón (*apud* CANCLINI, 2008, p. 263), “[...] conhecer a ação das indústrias culturais requer explorar os processos de mediação, as regras que regem as transformações entre um discurso e seus efeitos.”

Portanto,

[...] as noções de indústria cultural, cultura eletrônica ou teleinformação são pertinentes para designar aspectos técnicos ou pontuais. Mas a tarefa ainda mais árdua é explicar os processos culturais globais que estão acontecendo pela combinação dessas inovações. Desenvolvem-se novas matrizes simbólicas nas quais nem os meios de comunicação, nem a cultura massiva operam isoladamente, nem sua eficácia pode ser avaliada pelo número de receptores, mas como parte de uma recomposição do sentido social que transcende os modos prévios de massificação. (CANCLINI, 2008, p. 258).

Sob esse argumento, Canclini (2008, p. 259) localiza os comunicólogos como aqueles que “[...] veem a cultura popular contemporânea constituída a partir dos meios eletrônicos, não como resultado de diferentes locais, mas da ação difusora e integradora da indústria cultural”. Os comunicólogos abrem mão da problematização dos processos presentes na produção da cultura popular. Tal tarefa é delegada aos estudos sociológicos ou antropológicos, que também encontram limites na compreensão do popular ao se fecharem em ‘disciplinas’. Para Canclini (2008, p. 275), “[...] a oscilação entre reprodutivistas e neogramscianos torna manifesta uma tensão entre duas operações básicas da investigação científica que percorrem todas as pesquisas sobre o popular: refiro-me ao confronto entre dedução e indução”. Uma entende e define as culturas populares indo do “geral ao particular”, e a outra as “[...] aborda a partir de propriedade que supõe intrínsecas às classes subalternas [subalternizadas]” (CANCLINI, 2008, p. 275). Na visão do autor supracitado, há necessidade de “abertura de cada disciplina às outras”, para o fomento do trabalho transdisciplinar, pois é importante manter a tensão entre o nosso pensamento e as nossas práticas e, em especial, entre “a autodefinição das classes populares” e aquilo que podemos saber sobre elas por meio de estudos científicos. (CANCLINI, 2008).

Diante da complexidade para compreender o popular, a definição comunicacional – do popular – ainda o toma como receptáculo alheio a qualquer possibilidade de acúmulo de experiência, pois “[...] o popular massivo é o que não permanece, não se acumula como experiência nem se enriquece com o adquirido” (CANCLINI, 2008, p. 261). Nessa definição, segundo Canclini, há um abandono do caráter ontológico que a visão folclórica imprimiu ao popular, pois, na visão comunicacional, vemos que o “[...] popular não consiste no que o povo é ou tem, mas no que é acessível para ele, no que gosta, no que merece sua adesão ou usa com frequência. Com isso, é produzida uma distorção simetricamente oposta à folclórica: o popular é dado de fora ao povo” (CANCLINI, 2008, p. 261). O comunicacional coloca um imperativo para o sujeito no processo de propagação do popular, qual seja, o sujeito deve abrir mão da sua *individualidade* para reproduzir-se diante da infinita necessidade da relação com o outro.

Hoje em dia, o popular perde a sua especificidade. Isso não é um lamento, tampouco uma euforia. Dito isso, é como se ele perdesse aquilo que o identifica na especificação cultural, pois serve para inúmeras culturas, ou seja, é adaptável. Não importa a individualidade *personnel* (individual, particular), mas sim a necessidade de coletivizá-la. O coletivo é que o suprime e retira de cada uma das culturas a sua ‘essência’, para daí designá-las. A adjetivação como coletivas enfraquece-as e ‘individualiza’ suas necessidades, enquanto as culturas são solapadas no seu conjunto. O fato de cada cultura possuir a sua especificidade não justifica tal esquadrinhamento, ou melhor, tal adjetivação. Esta só serve para melhor ‘pulverizá-las’. Quanto mais isolada, e uma vez compreendida a sua lógica de funcionamento, mais fácil fica sua apreensão, supressão e derivação, que deveriam, nesse caso, impulsionar as massas a buscar sempre algo mais novo. De cada cultura vivencial, diferentemente da imposta, é retirado o seu ‘melhor’, a fim de que possa ser possuída num processo de ‘impermeabilidade de experiência’. Esse processo destitui os seus sujeitos da possível subjetividade enquanto ponto de inflexão na sua relação com o outro. A adaptabilidade se torna o lugar do individual. É como se, a partir dela, não fosse mais necessário individualizar-nos, pois, neste processo de adaptar-nos ao outro ou a uma vivência, deixamos cada vez mais de sermos nós mesmos. A velocidade com que esta apropriação do ambiente (simbiose nefasta) é exigida do sujeito cultural incapacita-o de autodenominar-se, uma vez que tal apropriação pode apenas configurar um deslocamento provisório em direção à semissatisfação, que se aproxima àquela proporcionada pelo canto das sereias.

Dando força ao argumento, podemos dizer que, por um lado, é esta configuração social de intensa adaptação que culpabiliza as suas vítimas, isto é, aqueles que não se adaptam. Por outro, esquece-se de que aqueles que usufruem dos bens culturais adquiridos a partir dessa violência são tão culpados quanto os que a praticaram, pois, a seu modo, legitimam a ação, motivo do seu bem-estar (culpabilização da vítima que não se adapta, por exemplo). Não se pede uma reparação, até porque esta não se dá por meio de desculpas ou pela devolução daquilo que foi roubado, como se fosse possível devolver uma vida suprimida. Em poucas palavras, os atos são praticados contra seres humanos, que, portanto, devem estruturar mecanismos sociais para que as violências não se repitam. Um dos caminhos para isso é a distribuição mais equânime do bem-estar social proporcionado pelas riquezas culturais ‘emprestadas’ dos países latinos e africanos, por exemplo. Não é suficiente, porém pode ser um começo.

Essa reflexão pode ser suscitada quando temos a oportunidade de, indignados, ouvir os parentes das vítimas: “*Los que encubrieran a los asasinios de mi hija deven sentirse con las manos manchados de sangre como de los culpables*”. É o que queremos dizer, concordando assim com esse depoimento da mãe de Marta (uma espanhola morta no início de 2009 por jovens e jogada no rio com a ajuda de amigos). A avó do assassino lavou as roupas do neto manchadas com o sangue da vítima.

## Culturas, artes populares e globalizadas

Com base em Stuart Hall (2003), argumentamos que as culturas populares não podem ser vistas como *local* de pura harmonia. Eagleton (2005, p. 38) poderia contestar essa assertiva, ao dizer que “[...] o problema do momento é que os ricos têm mobilidade, enquanto os pobres têm localidade”. Vamos insistir, uma vez mais, no argumento de que esse *local* deve ser tomado enquanto espaço de confronto e produção social, principalmente subjetiva, pois essas produções sociais e subjetivas podem “[...] acabar sinteticamente [com] todas essas situações de subordinação [índio, operário, rural ou urbano] e dar uma identidade compartilhada aos grupos que convergem em um projeto solidário” (CANCLINI, 2008, p. 272). Os grupos sociais podem dividir diferentes espaços até mesmo a mobilidade (o movimento de trânsito de um espaço social ao outro). Os pobres também se movem – ao seu modo, mas se movem – até mesmo dentro do espaço do popular, pois a “[...] denominação do *popular* facilitou estudar os setores subalternos não apenas como trabalhadores e militantes, mas como ‘invasores’ de terras e consumidores” (CANCLINI, 2008, p. 272). É na base das reivindicações que as camadas subalternizadas buscam validar os seus direitos à terra ou ao consumo. É importante perceber que, quando falamos em consumo relacionado a essas camadas, referimo-nos prioritariamente ao consumo dos produtos de primeira necessidade: comida, vestuário, transporte, comunicação, moradia, etc. Assim, Canclini (2008, p. 279) rebateria a ideia de Hall, que concebe o ‘popular’ como local de confronto, ao dizer que “[...] o popular designa as posições de certos agentes, aquelas que os situam frente aos hegemônicos, nem sempre sob forma de confrontos”. Mas é importante afirmar que a ideia de confronto deve ser subjacente ao ato de reivindicar, senão perde a potência de transformar. Dito isso, não podem existir culturas de resistência, mas sim de confronto. Rochas litorâneas resistem às intempéries das marés, seres confrontam seus algozes.

Quando há ausência de confronto, cria-se, na cultura popular, a necessidade e a aceitação da reprodutibilidade colocada hegemonicamente. Portanto, o local das culturas populares que, por vezes, se denominam puras, tradicionais e com radical étnico definido transforma-se num local meramente discursivo e embaraçoso, pois, mesmo multiplicando-se indiscriminadamente, elas ainda se reivindicam como tradicionais e únicas. Esses aspectos, quando pensados a partir de Walter Benjamin (1994), em especial no texto *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*, podem colocar os defensores das culturas populares diante de um certo constrangimento, na medida em que, para se propagarem, elas abrem mão daquilo que sempre reivindicaram: a tradição. Em termos benjaminianos, o *distanciamento*.

Na correspondência do dia 18 de março 1936, depois de ler *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica*, Adorno diz a Benjamin:

J'accorde mon adhésion passionnée et ma complète approbation à ce qui dans ce travail me semble être un accomplissement de vos intentions originelles – la construction dialectique du rapport du mythe et de l'histoire – dans les sphères de pensée de la dialectique matérialiste: l'autodissolution dialectique du mythe qui est visée ici comme désacralisation de l'art. (ADORNO; BENJAMIN, 2006, p. 166-167).

A título de curiosidade, segue um fragmento da resposta de Benjamin a Adorno: “*Soyez remercié de tout coeur pour votre longue et éclairante lettre du 18. Elle ouvre une abondance de perspectives, dont l'exploration commune invite autant à la discussion qu'elle se montre peu propice à l'échange intellectuel par lettre [...]*” (ADORNO; BENJAMIN, 2006, p. 154).<sup>1</sup>

Pode-se dizer que uma das problemáticas centrais que transpassa o texto de Benjamin, à que nos referimos mais acima, são os processos de (re)produção da arte (fotografia e cinema) e as suas implicações políticas na configuração social do final do século XIX e início do século XX. Em outras palavras, Walter Benjamin apresenta o lugar social da arte – não mais mitológica – a partir da possibilidade de sua multiplicação atemporal na configuração política empreendida por Stalin e Hitler.

O texto também anuncia a problemática da perda da *aura* na arte (única e distante no tempo), isto é, “o tempo de agora”, fundado, segundo Gagnebin (2004, p. 8), na “[...] sua intensidade e sua brevidade”. Dito de outra forma, o *aqui e agora* (momento único e indissociável do contexto) contrasta com o *muito e recente* (produção de exemplares em tempo quase ‘real’), que a contemporaneidade impõe à cultura. Em resumo, hoje em dia, possuímos *muitos* exemplares de uma arte (coisa) *recente*, pois “[...] fazer as coisas se aproximarem de nós, ou antes, das massas, é uma tendência tão apaixonada do homem contemporâneo quanto a superação do caráter único das coisas [unicidade], em cada situação [distanciamento], através da sua reprodução” (BENJAMIN, 1994, p. 101).

Segundo Adorno, em relação à obra de Benjamin, “[...] pode-se dizer que aquilo o que motivava [Benjamin] era o impulso para romper com a lógica que se limita a abordar o particular com o universal ou a abstrair o universal do individual”. Benjamin, continua Adorno (1992, p. 10), “[...] queria compreender a essência sem a destilar com operações automáticas e sem a contemplar em duvidoso êxtase imediato: adivinhá-la metodicamente, partindo da configuração de elementos distantes da significatividade”.

Um dos pilares que estrutura as culturas populares é o fato de nelas existir a necessidade da figura de um ancestral (mestre) que orienta a prática ritualística, a qual deve ocorrer sempre da mesma maneira e em lugares específicos. Esses locais são, por vezes, considerados herdeiros de certa ‘magia’. Segundo Hall (2003 p. 72), “[...] o ‘lugar’ é específico, concreto, conhecido, familiar, delimitado: o ponto de práticas sociais específicas que nos moldaram e nos formaram e com as quais nossas identidades estão estreitamente ligadas”. Pode-se dizer que o ancestral, a pessoa, aparece como aquele que possui os ‘segredos’ oriundos de um tempo imemorial (distanciamento), cujo modelo, único, é repetido infinitamente, para dar os mesmos resultados de outrora; o local em que tal prática deve ser exercida detém influências míticas que convergem

para a boa execução e o bom desenvolvimento, a exemplo dos terreiros das religiões afrodescendentes (unicidade). Ao discutir a questão da “compreensão do espaço-tempo e identidade”, Stuart Hall (2006, p. 69-73) refere-se ao que Giddens (1990) “chama de separação entre espaço e lugar”, imposta pela modernidade. Pode-se dizer, com alguma reserva, que a globalização, como um fenômeno que encontrou o seu ápice na modernidade, impõe a mesma ‘separação’ que Giddens anuncia às culturas em geral.

Trabalhamos o termo globalização “[...] como um conjunto de processos de homogeneização [objetiva e subjetiva] e, ao mesmo tempo, de fragmentação articulada do mundo que reordenam as diferenças e as desigualdades sem suprimi-las” (CANCLINI, 2007, p. 44-45). Para Hall (2006, p. 72-73), “[...] os lugares permanecem fixos; é neles que temos ‘raízes’. Entretanto, o espaço pode ser ‘cruzado’ num piscar de olhos – por avião a jato, por fax [por *e-mail*, por vídeo conferencia] ou por satélite”. Ora, como sustentar tais pressupostos diante da necessidade de propagação no espaço e no tempo, que a globalização e a interculturalidade impõem, sem perder aquilo que caracteriza a aura (*unicidade e distanciamento*) reivindicada pelas culturas ditas populares? Essa questão reinstala o *mal estar na cultura*. Por exemplo, sabemos que em Paris existe um dos maiores Centro de Tradição Gaúcha (CTG) da Europa. Mas também sabemos que a Cidade Luz não goza dos pampas (áreas verdes muito extensas), tampouco da abundância de carne bovina, em especial a assada de forma ritual semanalmente. Enfim, uma pessoa usando a vestimenta típica que caracteriza o ‘gaúcho’, andando na Boulevard Haussmann<sup>2</sup> ou na Champ Elisé, por exemplo, pode ser facilmente confundida com um escocês ou com um dos Três Mosqueteiros (personagens literários). Como já dissemos em outras ocasiões, a partir de Stuart Hall e Garcia Canclini, na era da globalização, é impossível reivindicar uma cultura nacional, uma vez que todas são submetidas a uma fragmentação necessária para a sua multiplicação transnacional. Além disso, já é comum o manuseio dos dispositivos políticos (de financiamento) entre os agentes populares em diferentes países da América Latina, por exemplo.

A Fonart [Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías] no México, Artesanías de Colômbia, Funarte [Fundação Nacional de Artes] no Brasil, e órgãos semelhantes em outros países, ensinam-lhes [aos produtores de culturas ditas populares] a lidar com os créditos bancários, sugerem mudanças de técnicas e estilo nas peças para favorecer sua venda, levam à cena os produtos mediante catálogos, vitrinas, audiovisuais e publicidade. (CANCLINI, 2008, p. 278).

Pode-se dizer que a reprodutibilidade e a globalização colocam um desafio às culturas populares, qual seja, fazer com que a sua referencialidade a um tempo ancestral e a contextos de lutas não sucumba diante da necessidade de reproduzir-se transnacionalmente.

Ao reivindicar um lugar diferenciado no âmbito das relações humanas, a cultura dita popular se coloca numa camisa de força. Primeiro, por se autodefinir como ‘popular’ num processo de enfrentamento com um rival imaginado, diante do qual não encontra reciprocidade e que a todo momento muda. Como à

cultura popular também se atribui um radical étnico e espacial, ela enfrenta com isso o segundo dilema: a busca de reconhecimento por parte das camadas sociais que ela rechaça a partir desta definição. Ou seja, o que é popular, muitas vezes, é relacionado ao que não é dominante, sem uma criteriosa revisão interna, como se no popular não existisse dominação.

Assim, se o que caracteriza tal cultura, segundo os seus promotores, é a espontaneidade do seu surgimento a partir das massas, por que então exigir o reconhecimento valorativo de outras camadas? Por que buscar o reconhecimento no outro, tomado como vilão, e não em si mesma, quando se autoclassifica como autêntica? Se ela existe, logo é! Aqui se afirma o momento de confronto, matizado por Canclini, que deve ser privilegiado nas culturas subalternizadas. Na história ainda não há registros de que uma cultura hegemônica gentilmente cedeu o seu lugar às culturas menos favorecidas, a não ser por meio do confronto. Em outras palavras, “[...] *on conviait le peuple à lutter contre l’oppression [...] on convie à lutter contre la misère, l’analphabétisme, le sous-développement. La lutte, affirme-t-on, continue. Les peuple vérifie que la vie est un combat interminable*”,<sup>3</sup> complementaria Frantz Fanon (2002, p. 90).

Segundo S. Hall (2003, p. 248-249), no interior da cultura popular se localiza o “duplo movimento de conter e resistir”, que privilegia “[...] o trabalho ativo sobre as tradições e atividades existentes e sua reconfiguração, para que estas possam sair diferentes”. Essa reconfiguração, no entanto, abre mão da tradição das suas manifestações quando consideradas artísticas, pois, no ato da sua ocorrência, cria-se o novo, que se diferencia do sempre igual. É, pois, na junção entre as tradições longamente cultivadas e os dispositivos culturais da época em que abordamos uma dada cultura dita popular que se pode pensar em tal reconfiguração. Ou seja, na reconfiguração do popular, é privilegiado o resultado da junção do antigo (atemporal) com o atual (constantemente modificado e multiplicado), distanciando-se da máxima benjaminiana no que diz respeito à aura que paira sobre toda a obra que não prescinde da unicidade e do distanciamento (tradição). Na cultura dita popular, localizam-se, majoritariamente, manifestações ritualísticas de representações coletivas tomadas pelo seu caráter mágico, que pretende sua reprodução *sempre igual*. Esta, por sua vez, diante da demanda da globalização, dá-se meramente como reprodução, e não como tradição, pois nem sempre está distanciada no tempo e poucas vezes é única. Na cultura popular, reivindica-se que os rituais se repitam de forma sequencial, a fim de que tudo transcorra da mesma maneira, para a garantia do logro, pois ainda pretendem ser da ordem da magia, que, em alguma medida, foi superada pela reprodutibilidade técnica da arte. Diante do ‘logro’ necessário para apaziguar a condição econômica dos investidores, a arte vendável não deixa de ser concebida também como ritual, porém manejável e adaptável (com a montagem, por exemplo), ou seja, torna-se espetáculo.

Talvez também caibam nessa relação, por um lado, a perda da unicidade e, por outro, a manutenção do distanciamento das representações artísticas (obras) manufaturadas, as estátuas em barro, madeira ou pedra, por exemplo. Pode-se dizer, com Benjamin (1994, p. 101), que “[...] retirar o objeto do seu invólucro,



destruir sua aura, é a característica de uma forma de percepção cuja capacidade de captar o ‘semelhante’ no mundo é tão aguda que, graças à reprodução, ela consegue captá-lo até no fenômeno único” reivindicado pelas mesmas culturas que se adaptam para tonarem-se mais palatáveis ao grande público. (CANCLINI, 2008).

A reconfiguração não livra a cultura dita popular da exposição dos rastros do seu passado. Ainda sugere uma permissividade de sua reprodução, na medida em que cada reconfiguração não resulta exatamente num terceiro elemento idêntico em todas as suas ocorrências. Fica a pergunta: será que este ‘imprevisível’ (não planejável) traria consigo alguma indicação para a compreensão das mazelas sofridas pelos produtores das culturas que oferecem as bases para tal reconfiguração? As manifestações artísticas vinculadas a essas culturas subalternas devem se acostumar com a máxima de que “[...] quer sejamos de direita ou de esquerda, temos que nos habituar a [ser] vistos, venhamos de onde viermos” (BENJAMIN, 1994, p. 103).

Essa máxima alarga a linha limítrofe entre ‘conter e resistir’, uma vez que ‘conter’ pode significar se fechar às influências externas, obstar (parar) a sua entrada; e ‘resistir’ reforça a manutenção do sempre igual perante as mudanças frenéticas, isto é, suporta sem reagir, pois apenas resiste. Essas mudanças são impostas, em grande medida, pela demanda da reprodutibilidade, que gera o ‘novo’, porém pré-programado. Este, sim, pouco traz do conhecimento cultural do seu passado. No âmbito da indústria cultural, este ‘novo pré-programado’ se torna “[...] decisivo [...] [à] necessidade, imanente ao sistema, de não soltar o consumidor, de não lhe dar em nenhum momento o pressentimento da possibilidade da resistência” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 132-133). A indústria cultural objetiva fazer com que o consumidor (da cultura popular ou não), isto sim, ‘contenha-se’ dentro deste pressentimento de impossibilidade.

Como se posicionar diante de tal paradoxo, quando a problemática se inverte? Os considerados detentores ou atores da cultura dita popular têm como lema: ‘abrir e aceitar’. É o que se passa em uma pequena cidade mexicana chamada Tijuana, na qual, “[...] ao lado do cartaz que recomenda o clube-discoteca e a rádio em que se escuta ‘rock en tu idioma’ outro anuncia um licor mexicano em inglês [*enjoy the other choice*]. [...] Em várias esquinas da avenida Revolución há zebras. Na realidade, são burros pintados” (CANCLINI, 2008, p. 321). Para o tipo de consumidor (turista) que se apraz em tirar fotos com burros pintados de zebras, esse ambiente é previamente pensado para que burros lembrem zebras. Não só as listras nos burros são falsas, mas todo um conjunto de elementos que compõem esse cenário, para que seja falsa também a consciência de que estar ali é resultado de uma escolha. Portanto, na indústria cultural, diriam os frankfurtianos ao comparar os seus esquemas com a política:



Para todos, algo é previsto; para que ninguém escape, as distinções são acentuadas e difundidas. [...] Cada qual deve se comportar, como que espontaneamente [...] e escolher a categoria dos produtos de massa fabricada para o seu tipo. Reduzidos a um simples material estatístico, os consumidores são distribuídos nos mapas dos institutos de pesquisa (que não se distinguem mais dos de propaganda) em grupos de rendimentos assinalados por zonas vermelhas, verdes e azuis. (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 116).

Nesse contexto, a reprodutibilidade técnica se coloca como uma necessidade para a sobrevivência dos produtos no mercado. Dito de outra forma, “[...] quem resiste só pode sobreviver integrando-se” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 116). Esta afirmação torna-se macabra quando pensamos que as culturas populares pretendem ‘resistir’ para que os seus produtores tenham alguma chance de sobrevivência. E, na integração desigual pressuposta pela indústria cultural, todos os níveis são necessários para funcionalizá-la. Ou seja, a sua maquinaria está totalmente integrada: compram-se no lado mexicano obras que são vendidas a preços exorbitantes no lado americano, como se únicas fossem. Isso não é exclusivo do popular, uma vez que ele “[...] é constituído por processos híbridos e complexos, usando como signos de identificação elementos procedentes de diversas classes e nações” (CANCLINI, 2008, p. 220-221).

A reprodutibilidade técnica, neste caso, figura mais como algo desejado do que como consequência de um processo histórico resultante de lutas, e não de aceitação. Abre-se mão da unicidade e do distanciamento na mesma proporção com que se abdica do exercício da liberdade. Benjamin (1994) diz que, com o cinema, temos a possibilidade de sermos livres; e, com a fotografia, libertaram-se as mãos para privilegiar o olho. Inspirados em Benjamin, podemos dizer que certos segmentos sociais libertaram as mãos para a aquisição da esmola em favor do olho, que enxerga em cores vivas os privilégios alheios e a própria miséria.

À medida que as culturas nacionais se tornam mais expostas a influências externas, é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural. (HALL, 2006, p. 74).

Com relação à colocação de Stuart Hall, Benjamin (1994, p. 169) diria a esse respeito que, “[...] no interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência”. Os maus-tratos sempre impulsionaram as mesmas coletividades a lutarem por sua libertação. É por isso que a percepção das coletividades se transforma. Porque lutam.

Voltando ao contexto mexicano, tomado aqui como exemplar, o ‘resistir’ anteriormente referido por S. Hall significaria deixar de ganhar dinheiro, pois os turistas norte-americanos pagam, certamente em dólar, para serem “[...] fotografados [em cima dos burros/‘zebras’] com uma paisagem de fundo, na qual se aglomeram imagens de várias regiões do México: vulcões, figuras astecas, cactos, águia com a serpente”, diz Garcia Canclini (2008, p. 321). O que é *tirado*, então, não é apenas a foto de uma pessoa com o fundo artificialmente criado, mas sim a esperança de um povo acostumado a esperar as migalhas na sombra do

mundo dito globalizado. Nesse quadro, talvez Benjamin analisasse a sombra projetada por aqueles que esperam por esmolas de ‘mãos livres’ e estendidas como um gesto de reivindicação da humanidade que lhes foi *tirada*. Sobre essa fotografia, que mostra como ‘o mundo é belo’ para uns, cabe a argumentação de Benjamin (1994, p. 106), quando diz que, “[...] nela [nessa imagem, também] se desmascara a atitude de uma fotografia capaz de realizar infinitas montagens [...], mas incapaz de compreender um único dos contextos humanos em que ela aparece. Essa fotografia está mais a serviço do valor de venda de suas criações”. No contexto de Tijuana, porém, este é o valor que pode ‘reconfigurar’ a realidade sofrida dos preceptores do dinheiro dos turistas. Pode-se dizer que esse processo faz parte de um projeto ainda maior de destituição territorial, ao qual as populações dos países periféricos são submetidas. É o que designamos de globalização unilateral, porém sem partidarismos acríticos. Diante do quadro mexicano, é possível dizer que os turistas ainda guardam sérias semelhanças com os colonizadores, pois lembram bem aos nativos seu lugar de subserviência, que o termo ‘globalização’ escamoteia. Frantz Fanon (2002) analisa os processos de violência e deslocamento territorial e subjetiva dos povos colonizados a partir da cultura nacional. Ele concentra a sua análise no momento pós-colonial. Um dos argumentos do autor a este respeito é de que

[...] la décolonisation est très simplement le remplacement d’une ‘espèce’ d’hommes par une autre ‘espèce’ d’hommes [...]. Mais l’éventualité de ce changement est également vécue sous la forme d’un avenir terrifiant dans la conscience d’une autre ‘espèce’ d’hommes et de femmes les colons. (FANON, 2002, p. 39).<sup>4</sup>

Os turistas, ao se ‘apropriarem’ dos territórios, simbolizados por fotos, apropriam-se também da assombrosa esperança depositada nos dias vindouros. Não é possível pensar em uma sociedade de igualdade de valor ou na necessidade de um contentamento com as relações nessa sociedade da forma como está organizada. A ideia da globalização em si pode não ser problemática, mas sua implementação o é. Porém, nessa relação, uma vez definidos os territórios, pode não ser tão simples determinar o lugar do dominado. Se o cenário mexicano é previamente preparado e os turistas são cientes dessa preparação, abre-se lugar para a pseudossatisfação orquestrada pelos mecanismos da indústria cultural como mediação.

### Considerações *quase* finais

Conforme nos ensinou Adorno, o ensaio não termina quando não se tem mais nada a dizer sobre o tema; ele para, respira e ganha fôlego na excelência da continuidade do pensamento.

Pode-se dizer que a população sofre da síndrome – que é um misto de covardia e esperança – da eterna confiança na boa vontade dos mentores da indústria cultural, lembrando que esta pode ser uma posição contingencial, isto é, dependendo das relações que se estabelecem num dado círculo, os mecanismos da indústria cultural são autogestionados pelos agentes envolvidos de forma acrítica. Por isso,

nem sempre pode-se dizer que os turistas levam o melhor da produção dos ‘nativos’, pois esta, muitas vezes, já deixou de ser produzida, na certeza de que qualquer coisa será tomada como tal. Invertem-se os papéis de dependência, pois os turistas é que estão de férias, logo eles é que devem provar, ao retornarem a seu ‘*habitat* natural’, com fotos, lembrancinhas, quando não com o bronzeado, etc., que estiveram de férias. Não só isso. Também devem demonstrar que estão recuperados para o trabalho, por terem feito algo *diverso*. Por isso, o popular, nesse contexto, pode ser pensado como algo contingencial, uma vez que esse termo remete ao conceito de subalternidade.

Assim, a partir das reflexões tecidas com base em Adorno, tangenciamos a reivindicação de uma nova configuração para a apropriação do social culturalmente produzido. E, com base em Garcia Canclini e Stuart Hall, apontamos as implicações dialéticas na formação objetiva do sujeito. É na percepção da operacionalização da formação cultural dos sujeitos que a cultura tem adquirido sentido e definido a sua alcova.

Para tanto, sugere-se, neste ensaio, conceber a cultura como expressão paradoxal de um lugar que possibilita o exercício de certa subjetividade e, ao mesmo tempo, a sua crítica. Dessa maneira, advogamos em direção à necessidade de essa operação dar-se de forma dialética, quer dizer, de que a liberdade adquirida culturalmente possa reformular as práticas sociais intermediadas pelo sujeito. Sabemos, porém, que não é exatamente assim que a liberdade se dá, ou seja, a partir de uma operação de adição. Práticas culturais mais sociedade não resultam em *valorização social* do acervo culturalmente produzido, mas sim em confronto, no qual os vencedores também figuram como perdedores em alguma dimensão.

---

## Notas

<sup>1</sup> “Concedo minha adesão apaixonada e minha total aprovação ao que neste trabalho me parece uma realização de suas intenções originais – a construção dialética da relação do mito e da história – nas esferas de pensamento da dialética materialista: autodissolução dialética do mito, aqui apontada como dessacralização da arte.” “Obrigado de todo o coração por sua longa e esclarecedora carta do dia 18. Abre uma abundância de perspectivas, cuja exploração comum convida à discussão tanto quanto não se mostra muito favorável à troca intelectual por carta.” (tradução nossa).

<sup>2</sup> Barão Georges Eugène Haussmann (1809-1891). Estudou Direito e entrou para administração pública em 1831. Como prefeito do *département* Seine (1853-1870), isto é, chefe administrativo da cidade de Paris, durante o Segundo Império, realizou uma revolução urbanística em grande escala: melhoramento das condições sanitárias, modernização das instalações públicas e dos transportes, construção da Ópera de Paris e do mercado central Les Halles, criação dos parques de Boulogne e de Vincennes, e o traçado, estrategicamente organizado, dos *grands boulevards*, o que implicou a demolição de vários bairros antigos de Paris e de numerosas passagens construídas durante a primeira metade do século XIX. (BENJAMIN, 2006, p. 1063 e 1080).

<sup>3</sup> “[...] convidamos o povo a lutar contra a opressão [...], convidamos a lutar contra a miséria, o analfabetismo, o subdesenvolvimento. Dizem que a luta continua. As pessoas verificam que a vida é uma luta sem fim” (tradução nossa).

<sup>4</sup> “[...] descolonização é muito simplesmente a substituição de uma ‘espécie’ de homem por outra ‘espécie’ de homem [...]. Mas a eventualidade dessa mudança também é experimentada na forma de um futuro aterrorizante na consciência de outra ‘espécie’ de colono, homens e mulheres” (tradução nossa).

## Referências

- ADORNO, Theodor Ludwig. Prefácio. In: BENJAMIN, Walter. **Sobre arte, técnica, linguagem e política**. Tradução de Maria L. Moita, Maria A. Cruz e Manuel Alberto. Lisboa: Relógio d'água, 1992.
- ADORNO, Theodor Ludwig; BENJAMIN, Walter. **Correspondance 1928-1940**. Paris: Gallimard, 2006.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. Tradução de Sergio P. Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Obras escolhidas, v. 1).
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Diferentes, desiguales y desconectados**: mapas de la interculturalidad. Barcelona: Gedisa, 2006.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2007.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. 4. ed. São Paulo: EdUSP, 2008.
- EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: Unesp, 2005.
- FANON, Frantz. **Les damnés de la terre**. Paris: Éditions la découverte & Syros, 2002.
- GAGNEBIN, J-M. História e narração em Walter Benjamin. São Paulo: Perspectiva, 2004. P. 31-53.
- GIDDENS, Antony. As consequências da modernidade. São Paulo: Editora da UNESP, 1990.
- HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Tradução Adelaine la Guardia Resende *et al.* Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Unesco Brasil, 2003.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- MWEWA, Muleka. **Adorno, Hall e Canclini**: a Formação na constelação das mediações culturais. 2010. 204 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.