

## Benjamin e a reprodutibilidade

### Resumo

---

O filósofo e sociólogo judeu alemão Walter Benjamin (1892 – 1940) foi um pensador que esteve fortemente associado à famosa Escola de Frankfurt e, portanto, à tradição marxista de pensamento, tendo também traduzido para a língua alemã grandes obras literárias da cultura francesa, como *Quadros parisienses* de Charles Baudelaire e *Em busca do tempo perdido* de Marcel Proust. A obra mais conhecida e comentada de Benjamin chama-se *A obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica*, tendo sido publicada primeiramente em 1936 e, posteriormente, em 1955. Esse ensaio de Benjamin tem sido muito relevante na área dos Estudos Culturais e na história da arte e consiste na apresentação de uma teoria materialista da arte. Na sequência faremos um resumo das principais ideias contidas nesse grande trabalho de Benjamin.

Trata-se de compreender as mudanças que ocorreram na produção artística, que deixou de se realizar enquanto um ritual para ser apropriada pela indústria da arte, que a reproduz no sentido de que possa ser experimentada pelas grandes massas. O aqui e agora da obra de arte é deixado de lado em prol da reprodução em escala industrial, o que faz com que ela perca a sua “aura”. Nesse sentido, o surgimento da reprodutibilidade técnica faz com que a obra de arte perca a sua singularidade, sua unicidade e sua autenticidade próprias, dando lugar a produtos culturais de massa como o cinema.

Assim, a qualidade da arte de ser um objeto único se perde em meio a sua reprodutibilidade técnica, na mesma medida em que também deixa de ser voltada para um público restrito no sentido de atingir cada vez mais pessoas, repercutindo na sociedade como um todo. Uma comparação interessante feita por Benjamin é entre o teatro e o cinema. Enquanto o primeiro mantém a sua “aura”, a sua singularidade, ou seja, o aqui e agora da obra de arte – que é captado pela plateia presente no espetáculo -, já o segundo perde sua “aura” na medida em que o expectador não está presente e a câmera (um equipamento técnico) é quem reproduz a imagem dos atores.

Por fim, é preciso ressaltar a importância do cinema segundo Benjamin, o que ocorre, sobretudo, do ponto de vista político. A partir do cinema seria possível, então, a construção de uma nova sociedade na qual a classe proletária alcançaria a liderança política desejada. Dessa maneira, há dois aspectos a serem levados em consideração: De um lado, a reprodutibilidade das obras artísticas traz consigo a perda de sua singularidade própria. De outro, pode ser entendida como uma ferramenta muito importante para a construção de uma sociedade mais justa do ponto de vista social.

---

Quer ver este material pelo Dex? Clique [aqui](#)

## Exercícios

---

1. Para alguns sociólogos e filósofos, a cultura possuiria um valor intrínseco e poderia nos ajudar não apenas na fruição de nossa sensibilidade, mas nos levar a uma nova compreensão da realidade e de nosso ser e estar no mundo. Com a indústria cultural verifica-se que a cultura
- a) recupera seu valor simbólico, contribuindo para uma nova compreensão da realidade e para a emancipação humana.
  - b) perde sua força simbólica e crítica, transformando-se em mero entretenimento que elimina a reflexão crítica.
  - c) perde seu valor de mercado para tornar-se, graças à tecnologia, um entretenimento acessível a toda a população.
  - d) deixa de ser um produto de elite e passa a ser acessível a todos os cidadãos, contribuindo com sua autonomia.
  - e) torna-se mais sofisticada, na medida em que os meios de criação cultural passam a ser submetidos ao desenvolvimento tecnológico.

2. Historicamente, pode-se dizer que toda sociedade elabora sua própria cultura, mas as culturas estão interligadas, a não ser que o grupo social esteja em condições de isolamento e não sofra influência de outras culturas. Ressalta-se que o conceito de cultura é recente e plástico. Geertz (1978) afirma que “[...] a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos; ela é um contexto, algo dentro do qual eles (os símbolos) podem ser descritos de forma inteligível – isto é, descritos com densidade.”

**GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.**

Essa flexibilidade no sistema capitalista manifestada na indústria cultural apresenta as seguintes características:

- a) Marketing, comercialização de bens culturais, cidade-mercadoria, publicidade.
  - b) Tradição, genocídio cultural, nacionalismos, grandes narrativas.
  - c) Homogeneização cultural, erudição, urbanização, subcultura.
  - d) Memória, identidade cultural, fetiche, etnocentrismo.
  - e) Folk, aculturação, xenofobia, tribalismo.
3. Não somente os tipos das canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espetáculo só varia na aparência. O fracasso

temporário do herói, que ele sabe suportar como bom esportista que é; a boa palmada que a namorada recebe da mão forte do astro, são, como todos os detalhes, clichês prontos para serem empregados arbitrariamente aqui e ali e completamente definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema. Desde o começo do filme já se sabe como ele termina, quem é recompensado, e, ao escutar a música ligeira, o ouvido treinado é perfeitamente capaz, desde os primeiros compassos, de adivinhar o desenvolvimento do tema e sente-se feliz quando ele tem lugar como previsto. O número médio de palavras é algo em que não se pode mexer. Sua produção é administrada por especialistas, e sua pequena diversidade permite reparti-las facilmente no escritório.

**Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. "A indústria cultural como mistificação das massas". In: *Dialética do esclarecimento*, 1947. Adaptado.**

O tema abordado pelo texto refere-se

- a) ao conteúdo intelectualmente complexo das produções culturais de massa.
- b) à hegemonia da cultura americana nos meios de comunicação de massa.
- c) ao monopólio da informação e da cultura por ministérios estatais.
- d) ao aspecto positivo da democratização da cultura na sociedade de consumo.
- e) aos procedimentos de transformação da cultura em meio de entretenimento.

4. Leia:  
Quinze minutos de fama  
Mais um pros comerciais  
Quinze minutos de fama

Depois descanse em paz

O gênio da última hora  
É o idiota do ano seguinte  
O último novo-rico  
É o mais novo pedinte

Não importa contradição  
O que importa é televisão  
Dizem que não há nada que você não se acostume  
Cala a boca e aumenta o volume então

**A melhor banda de todos os tempos da última semana – Sérgio Britto/Branco Mello (Titãs) (adaptado)**

A música acima, interpretada pela banda Titãs, faz uma crítica a qual característica da televisão contemporânea?

- a) Ao caráter elitista das transmissões televisivas.
- b) À sua inserção comprometida com a transformação social e com as mudanças de paradigmas culturais.
- c) À grande quantidade de comerciais existentes nos programas televisivos, que prejudicam a qualidade dos programas de domingo.
- d) Às contradições próprias de qualquer tipo de instrumento cultural urbano.
- e) À forma como ela se apresenta como um produto da indústria cultural, servindo de instrumento de alienação.

5. Há, na tirinha acima, uma crítica à forma de cultura veiculada pela televisão. Tendo em vista a abordagem sociológica, assinale a alternativa que corresponde ao tipo de cultura que está sendo criticada.

- a) Cultura no seu sentido antropológico, relacionada à diversidade das práticas, dos símbolos e das formas de pensar, agir e sentir.
- b) Cultura política, relacionada às formas de estabelecimento de relações de poder.
- c) Cultura erudita, relacionada às formas de produção estética da elite.
- d) Cultura popular, própria das classes econômicas mais baixas.
- e) Cultura de massa, produzida pela indústria cultural.

6. No dia 12/07/2012, no Programa “Na Moral”, de Pedro Bial, o ator Pedro Cardoso comentou sobre o trabalho dos *paparazzi*. Leia abaixo um trecho de seu comentário:

**Pedro Cardoso** – Todo mundo tem curiosidade de saber quem eu sou. [...] E através dessa falsa e ridícula mídia que vende a vida particular das pessoas, ninguém está sabendo verdadeiramente quem eu sou. São falsas notícias. Artistas que programam com seus paparazzi particulares falsos encontros... Tudo isso é mentira. A verdade é aqui, eu aqui e ela ali, você aqui, isso é uma coisa verdadeira. Essa

indústria que vende a nossa vida, ela vende a mentira. [...] Há uma demanda, mas a verdadeira demanda é pela verdade, não é pela mentira.

**Programa Na Moral** apresentado em 12/07/2012 [transcrição]. Disponível em: <<http://tv.globo.com/programas/na-moral...i/2038750/>>. Acesso em 15/07/2012.

A fala de Pedro Cardoso aproxima-se à abordagem sociológica a respeito da transmissão de cultura em um contexto capitalista. Qual dos conceitos sociológicos abaixo é aquele que serve melhor para a compreensão da crítica de Pedro Cardoso à mídia?

- a) Fetichismo da mercadoria.
- b) Indústria Cultural.
- c) Classe social.
- d) Cultura erudita.
- e) Cultura burguesa.

7. “Com o desenvolvimento do capitalismo, também a arte passa a ser cada vez mais regida por princípios de mercado. Em um sentido bem preciso: o formato mercadoria passa a determinar a própria forma de produção da arte. A ideia fundamental é a de que há padrões, "standards" de produção da arte que têm de ser respeitados se quem produz arte quiser ter sucesso”

**Marcos Nobre, Folha de São Paulo, coluna opinião. 16/12/2008.**

Nos anos quarenta do século passado, dois filósofos e sociólogos alemães, da chamada Escola de Frankfurt, Max Horkheimer e Theodor Adorno, pensando a questão da arte e da cultura no mundo capitalista cunharam uma expressão que, desde então, passou a ser sistematicamente utilizada para designar a forma de produzir e consumir *cultura* nas sociedades industrializadas. Que expressão é essa?

- a) Cultura industrial.
- b) Cultura mercantilizada.
- c) Indústria cultural.
- d) Mercantilização cultural.
- e) Fabricação cultural.

8. “Ultrapassando de longe o teatro de ilusões, o filme não deixa mais à fantasia e ao pensamento dos espectadores nenhuma dimensão na qual estes possam, sem perder o fio, passear e divagar no quadro da obra fílmica permanecendo, no entanto, livres do controle de seus dados exatos, e é assim precisamente que o filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade. Atualmente, a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos [...] paralisam essas capacidade em virtude de sua própria constituição objetiva.”

**HORKHEIMER, M., e ADORNO, T. W. *Dialética do Esclarecimento*: Fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997, p.119.**

Assinale a alternativa incorreta:

- a) A indústria cultural impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente.
- b) A indústria cultural, enquanto negócio, tem que seus fins comerciais são realizados por meio de sistemática e programada exploração de bens considerados culturais.
- c) A indústria cultural não tem o condão de produzir necessidades no homem.
- d) A indústria cultural degenera a arte que a antítese da sociedade selvagem produzida pelo desenvolvimento do capitalismo.
- e) A indústria cultural tem como guia a racionalidade técnica esclarecida, o consumidor de cultura não precisa se dar ao trabalho de pensar, é só escolher.

9. Leia atentamente o poema, intitulado *Eu, etiqueta*, de autoria de Carlos Drummond de Andrade:

Meu blusão traz lembrete de bebida  
que jamais pus na boca, nesta vida.

.....

Meu lenço, meu relógio, meu chaveiro,  
minha gravata e cinto e escova e pente,  
meu copo, minha xícara,  
minha toalha de banho e sabonete,  
meu isso, meu aquilo,  
desde a cabeça ao bico dos sapatos,  
são mensagens,  
letras falantes,  
gritos visuais,

ordens de uso, abuso, reincidência,  
costume, hábito, premência,  
indispensabilidade,  
e fazem de mim homem-anúncio itinerante,  
escravo da matéria anunciada.

.....

Não sou – vê lá – anúncio contratado.  
Eu é que mimosamente pago  
para anunciar, para vender  
em bares festas praias pérgulas piscinas,  
e bem à vista exibo esta etiqueta  
global no corpo que desiste

de ser veste e sandália de uma essência  
tão viva independente,  
que moda ou suborno algum a compromete.

.....

Hoje sou costurado, sou tecido,  
sou gravado de forma universal,  
saio da estamparia, não de casa,

da vitrina me tiram, recolocam,  
objeto pulsante mas objeto  
que se oferece como signo de outros  
objetos estáticos, tarifados.  
Por me ostentar assim, tão orgulhoso  
de ser não eu, mas artigo industrial.

Assinale a alternativa incorreta:

- a) O poema faz referência direta ao conceito de cultura de massa, que segundo Adorno é uma forma de controle da consciência pelo emprego de meios como o cinema, o rádio ou a imprensa.
- b) De acordo com a Escola de Frankfurt o surgimento da cultura de massa, em meados do século passado, deveu-se em grande parte ao desenvolvimento do projeto iluminista que desencadeou uma crise ética e epistemológica dando origem por fim a já referida cultura de massa.
- c) A Revolução Industrial não foi apenas um conjunto de inovações técnicas, mas uma forma de dominação e controle do tempo do trabalhador, essa dominação se dá por meio da disciplina e da indústria cultural.
- d) O produto da indústria cultura não pode ser considerado arte em sentido estrito, já que ela tende a padronização, a ausência de conteúdo, e o apelo ao mercado.
- e) A cultura de massa tem o papel de difundir por meio do mercado as culturas regionais, contribuindo para a emancipação do homem.

- 10.** O ensaio “Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas”, de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, publicado originalmente em 1947, é considerado um dos textos essenciais do século XX que explicam o fenômeno da cultura de massa e da indústria do entretenimento. É uma das várias contribuições para o pensamento contemporâneo do Instituto de Pesquisa Social fundado na década de 1920, em Frankfurt, na Alemanha. Um ponto decisivo para a compreensão do conceito de “Indústria Cultural” é a questão da autonomia do artista em relação ao mercado.

Assim, sobre o conceito de “Indústria Cultural” é CORRETO afirmar.

- a) A arte não se confunde com mercadoria, e não necessita da mídia e nem de campanhas publicitárias para ser divulgada para o público.
- b) Não há uniformização artística, pois, toda cultura de massa se caracteriza por criações complexas e diversidade cultural.
- c) A cultura é independente em relação aos mecanismos de reprodução material da sociedade.
- d) A obra de arte se identifica com a lógica de reprodução cultural e econômica da sociedade.
- e) Um pressuposto básico é que a arte nunca se transforma em artigo de consumo.





## Gabarito

---

1. **B**  
Segundo os pensadores da Teoria Crítica, a indústria cultural massifica os produtos da cultura e os torna mera mercadoria, sem qualquer função crítica ou transformadora da sociedade.
2. **A**  
A indústria cultural pode ser caracterizada por homogeneizar os gostos através da massificação e comercialização dos produtos culturais, contribuindo para que tudo se torne mercadoria. Isso acontece com a colaboração de certos setores do capitalismo, como a publicidade e o Marketing, exatamente como sugere a alternativa [A].
3. **E**  
Somente a alternativa [E] está correta. Padronizar as produções culturais no sentido de torná-las apazíveis e massificadas é transformar a cultura em mero entretenimento. Adorno e Horkheimer desenvolvem o termo indústria cultural para mostrar como esse processo ocorre.
4. **E**  
Somente a alternativa [E] está correta. A televisão acaba por massificar e banalizar as produções artísticas, fazendo-as perder a sua aura e contribuindo para a alienação e acomodação das pessoas.
5. **E**  
Há, na tirinha, uma crítica à cultura veiculada na televisão. Essa cultura é a cultura de massa que, destituída da sua aura, tem a função de entreter e de alienar a massa da população. Esse tipo de cultura é produzido pela indústria cultural.
6. **B**  
Pedro Cardoso afirma que a mídia em questão vende falsas notícias sobre a sua vida particular. Esse é justamente um dos atributos da indústria cultural, que corresponde ao setor capitalista interessado em tornar a cultura uma mercadoria massificada, pouco crítica e descomprometida com a realidade.
7. **C**  
O texto se refere à noção de “indústria cultural”. Esta está relacionada com a forma de se produzir e consumir os produtos culturais de forma massificada e acrítica, seguindo a lógica fetichizada do mercado.
8. **C**  
A indústria cultural age produzindo necessidades nos homens, construindo, segundo a lógica de mercado, a percepção artística das pessoas, massificando a cultura e reproduzindo a lógica de dominação capitalista. Todas as alternativas estão de acordo com essa definição, com exceção da [C], a única incorreta.
9. **E**

A alternativa [E] não somente é incorreta, como também contraria todas as outras. A cultura de massa é um produto do modo de produção capitalista e contribui para a mercantilização da cultura e para a coisificação do homem.

**10. D**

A alternativa [D] é a única correta. No sistema capitalista, inclusive a arte está submetida à lógica de mercado, servindo como uma mercadoria que deve gerar lucro.