

INDÚSTRIA CULTURAL E ESTETIZAÇÃO DE GÊNERO EM *FAHRENHEIT 451*

Willy Nascimento Silva*
Tauan Fernandes Tinti**

RESUMO: Esse trabalho objetiva verificar as possibilidades da estetização de gênero na ficção científica distópica. Para tanto, são discutidas as noções de indústria cultural e de estetização de gênero e a posição que ocupa a ficção científica enquanto ficção de gênero. Os argumentos desenvolvidos nas seções teóricas, por sua vez, são recuperados por meio de uma leitura crítica de *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury, obra selecionada em função da centralidade que assume a cultura de massas na formação da sociedade representada.

Palavras-chave: Indústria cultural. Estetização de gênero. Ficção científica distópica. *Fahrenheit 451*.

Introdução

Embora sob diferentes perspectivas, e apoiada em critérios diversos, a oposição entre a “alta cultura” e a cultura de massas continua sendo motivo de discussão. Com efeito, vários teóricos têm negado a denominação *arte* a objetos estéticos submetidos em alguma medida às exigências do mercado, preferindo tratá-los como produtos de uma indústria da cultura.

Dentre os trabalhos fundadores dessa posição está o de Adorno e Horkheimer (1985), especificamente seu capítulo intitulado *A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*. Responsável por introduzir a expressão *indústria cultural* no âmbito da crítica estética-social, o texto discute as tensões decorrentes da relação entre a arte e a lógica de consumo preconizada pelo capitalismo; discussão esta que, como se sabe, está presente em grande parte da obra de Adorno (1998; 2003a; 2003b; 2003c).

A ideia central da concepção defendida pelo teórico seria de que a democratização da cultura, decorrente da sua produção para o consumo das massas, teve como contrapartida “[...] a perda de seu conteúdo formativo e sentido emancipatório” (RÜDGER, 2004, p. 130). Além disso, os “bens espirituais”, ao atenderem às demandas do mercado, assumiriam um caráter reificado e fetichizado, contrariando, assim, a noção de arte como um fim em si mesmo. Em outras palavras, “[...] a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100).

A autonomia (ou sua impossibilidade), portanto, tem sido um dos critérios-chave para compreender a questão. Nesse sentido, a indústria cultural seria caracterizada por uma produção de objetos estéticos preocupada em responder a necessidades predeterminadas em função do seu consumo. Entretanto, “[...] convém notar que esses bens possuem diversos graus de reificação, não devem ser vistos de maneira unidimensional” (RÜDGER, 2004, p. 155).

Dessa maneira, as estratégias empreendidas pelos produtores culturais seriam distribuídas entre “[...] dois limites que, de fato, jamais são atingidos, a subordinação total e

* Mestre em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduado em Letras pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Assistente em Administração da Unidade Acadêmica de Arte e Mídia da Universidade Federal de Campina Grande. Membro do grupo de pesquisa Estudos do insólito: do mito clássico à modernidade, liderado pela Profa. Dra. Luciane Alves Santos. Área de interesse: Ficção científica e distopia. E-mail: willy.cbh@gmail.com

** Doutor em Teoria e História Literária pelo IEL-Unicamp. Atualmente, é pesquisador de pós-doutorado na Universidade Federal da Paraíba, onde dá continuidade à sua pesquisa sobre a herança das categorias narrativas tradicionais para a ficção posterior ao modernismo tardio. Publica artigos, ensaios e capítulos sobre a ficção de David Foster Wallace (*Aletria*, 2018; *Macabéa*, 2020), tendências da teoria literária contemporânea (*Graphos*, 2020; em co-autoria com Fabio A. Durão, 2019 e 2020) e a herança do realismo para a prosa contemporânea (*Matraga*, 2022), entre outros. E-mail: tauantinti@gmail.com

cínica à demanda e a independência absoluta com respeito ao mercado e as suas exigências” (BOURDIEU, 1996, p. 162). Ou seja, em vez de tratar a oposição “alta cultura”/cultura de massas como uma antinomia perfeita, seria mais adequado pensar em como esses fenômenos traduzem lógicas distintas que, por sua vez, podem se manifestar em diversos níveis dentro de um mesmo objeto cultural.

A despeito da acusação de elitismo estético, “Adorno jamais quis jogar a arte séria contra a arte leve” (RÜDGER, 2004, p. 141). O filósofo tinha na mais alta conta a arte autônoma não por sua pressuposta elevação sobre a cultura consumida pelas massas, mas por sua capacidade de resistência à reificação, entendida como um sintoma negativo do progresso. Sob essa perspectiva, mesmo objetos submetidos de alguma maneira às exigências do mercado poderiam manifestar tal qualidade, ainda que de maneiras parciais ou limitadas, o que decorreria da convivência contraditória entre as demandas da heteronomia (ou do mercado) e as da autonomia estética.

Este seria o caso da ficção científica distópica, que tem em *Fahrenheit 451* um de seus representantes mais conhecidos – e significativos. Ainda que se trate de uma literatura de gênero (e que, portanto, seja determinada por elementos externos, como público, mercado editorial etc.), nas sociedades representadas nesse tipo de narrativa “[...] a racionalidade se transforma num fim em si mesma: abstrata, mecanicista, reduzindo o existente a um utensílio, alienando a consciência na linha de montagem e produzindo massacres com planejamento industrial” (PINTO, 2012, p. 14).

Isso levanta a seguinte questão: é possível a indústria cultural criar obras dotadas de sentido – isto é, de objetos culturais que não possam ser inteiramente explicados por suas tentativas de adequação às demandas e expectativas dos consumidores desses mesmos objetos? Uma tentativa de lidar com a questão foi sugerida pelo crítico americano Nicholas Brown por meio do que ele chama de *estetização de gênero*, ou seja, a maneira pela qual o artista subverte o gênero utilizando suas próprias convenções, criando a possibilidade tênue de encontrar uma zona de autonomia na relação entre a configuração do objeto específico e as convenções do gênero ao qual pertenceria; tais convenções, por sua vez, funcionariam como um *autenticador* da obra, permitindo sua circulação em grande escala, enquanto, dependendo da capacidade do artista de manejar essas convenções, surgiria a possibilidade de uma margem mais ou menos significativa de autonomia, indo além das convenções do gênero também por meio das próprias convenções do gênero.

Esse trabalho objetiva, portanto, verificar como se manifesta esse procedimento na ficção científica distópica. Para tanto, são abordadas as noções de indústria cultural, especialmente de acordo com os estudos de Adorno (1985; 1998; 2003a; 2003b; 2003c), e de estetização de gênero, tal como formulada por Nicholas Brown (2015; 2019). Em seguida, discute-se a posição que ocupa a ficção científica enquanto ficção de gênero e produto da indústria cultural, destacando-se sua relação com as *pulp magazines*, responsáveis por sua difusão e consolidação no início do século XX (ROBERTS, 2018). Por fim, os argumentos desenvolvidos nas seções teóricas são recuperados por meio de uma leitura crítica de *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury, obra selecionada em função da centralidade que assume a cultura de massas na formação da sociedade representada.

Repetição e entretenimento

Adorno explica que, embora nas primeiras versões da *Dialética do esclarecimento* se usasse a expressão *cultura de massas* para descrever o fenômeno da produção de bens de consumo culturais e artísticos na era do capitalismo tardio, esta foi substituída por *indústria cultural*, com o objetivo de excluir a interpretação de que “[...] se trataria de qualquer coisa como uma cultura que surge espontaneamente das próprias massas, a forma contemporânea da

arte popular” (ADORNO, 2003a, p. 97)¹. O termo *indústria*, portanto, caracterizaria mais adequadamente o procedimento de fabricação racionalizada de objetos estéticos dedicados ao consumo das massas.

A conjunção antitética da expressão indústria cultural já revela a lógica arbitrária que lhe é subjacente. Ao passo que a cultura seria “[...] tudo aquilo que é mais do que a autopreservação. É aquilo que surge da capacidade de suspender propósitos diretos” (HULLOT-KENTOR, 2008, p. 22); a indústria estaria limitada a “[...] excluir tudo que não seja propósito direto” (HULLOT-KENTOR, 2008, p. 22). De maneira semelhante, Adorno explica que a cultura surge exatamente da separação entre o trabalho intelectual e o braçal. Assim, quando esta “[...] simplesmente nega essa separação e finge uma união harmoniosa, regride a algo anterior ao seu próprio conceito” (ADORNO, 1998, p. 16). Uma vez que o sentido próprio da cultura consiste na suspensão da objetivação, o teórico defende que “[t]ão logo a cultura se congela em ‘bens culturais’ e na sua repugnante racionalização filosófica, os chamados ‘valores culturais’, peca contra a sua *raison d'être*” (ADORNO, 1998, p. 11).

Dessa maneira, a arte, sob o domínio da indústria cultural, deixaria de ser um fim em si mesmo para responder a demandas externas ao seu campo. Os estímulos estéticos, assim, “[...] tornaram-se um motivo de finalização especializada e passaram a ser empacotados de acordo com as médias de gosto descobertas no mercado” (RÜDGER, 2004, p. 137). Nesse sentido, a aplicação de um sistema de produção da cultura baseado na racionalidade capitalista teria dois efeitos principais: a reprodução mecânica de modelos estéticos e a redução das possibilidades da arte ao entretenimento em última instância escapista, reduzindo seu consumo a pouco mais do que uma estratégia de sobrevivência psíquica.

Adorno e Horkheimer afirmam que “[...] os produtos mecanicamente diferenciados acabam por se revelar sempre como a mesma coisa” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 102). Os autores ilustram o argumento comparando criações de grandes produtoras de filmes à produção de automóveis; as diferenças entre modelos distintos seriam *ilusórias*, existindo apenas para perpetuar a ideia de concorrência e livre escolha. Tais diferenças, nos automóveis, “[...] se reduzem ao número de cilindros, capacidade, novidade dos *gadgets*, nos filmes ao número de estrelas, à exuberância da técnica, do trabalho e do equipamento, e ao emprego de fórmulas psicológicas mais recentes” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 102).

A diferença *verdadeira*, então, seria entre a “grande obra”, que se expõe ao novo mesmo diante da possibilidade do fracasso – e que por meio da entrega à própria lógica busca assumir uma posição de externalidade total com relação ao existente para poder, a partir dela, criticá-lo como um todo –, e a “obra medíocre”, que se limita à semelhança dos exemplos de sucesso e com isso coíbe suas próprias possibilidades de significação. “A indústria cultural acaba por colocar a imitação como algo de absoluto” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 108). Isso constituiria a novidade da produção da cultura em sua fase industrial: a exclusão tendencial do radicalmente novo, compreendido nessa lógica como um risco excessivo. Assim, formas fixas “[...] como o *sketch*, a história curta, o filme de tese, o êxito de bilheteria são a média, orientada normativamente e imposta ameaçadoramente, do gosto característico do liberalismo avançado” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 111).

Os objetos estéticos produzidos pela indústria cultural, sob essa perspectiva, atenderiam a interesses econômicos anteriores àqueles impostos pelo próprio público. O artista que pretende “[...] passar o teste tem de já ter atrás de si todo um processo de manuseamento, manipulação e a aprovação de centenas de milhar, antes que agrade ao primeiro dos consumidores” (ADORNO, 2003b, p. 63). Isso, contudo, não implica considerar que a obra de arte *pura* esteja isenta de qualquer tipo de predeterminação (tradição, programa estético, história etc.), mas que ela “[...] aspira a superar o peso opressivo do artefacto mediante a força da sua própria construção, ao passo que a cultura de massas se identifica com a maldição do pré-determinado e a cumpre com alegria” (ADORNO, 2003b, p. 69).

A condição básica para a produção de cada bem cultural, em resumo, seria a estimativa do lucro. A novidade prometida pela indústria da cultura não passaria de um “disfarce” para um contínuo processo de reprodução de padrões legitimados pelo retorno financeiro de cada empreendimento. Toda mudança “[...] oculta um esqueleto que sofre tão poucas alterações como o próprio princípio do lucro, desde que este ganhou supremacia em relação à cultura” (ADORNO, 2003a, p. 99).

Um segundo aspecto da produção racionalizada da cultura diria respeito à ligação entre arte e entretenimento. Em relação a isso, Adorno e Horkheimer argumentam que o controle da indústria sobre seus consumidores “[...] é mediado pela diversão, e não é por um mero decreto que esta acaba por se destruir, mas pela hostilidade inerente ao princípio da diversão por tudo aquilo que seja mais do que ela própria” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 112). Dessa maneira, a associação entre cultura e diversão, tal como se dá nos meios de produção cultural, teria como efeito o aprofundamento das estruturas de reificação que sustentam o progresso. A mecanização do aparato produtivo teria se instalado de maneira tão definitiva na vida social que até mesmo a diversão e o ócio seriam um “prolongamento” do trabalho. O indivíduo, assim, não poderia perceber outra coisa senão “cópias que reproduzem o próprio processo de trabalho” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 113).

Desse caráter reificante da indústria cultural decorreria o esvaziamento do sentido dos objetos por ela produzidos. Para ser compreendido como tal, o ócio, enquanto extensão de um processo que começa e termina na fábrica ou no escritório, não deve exigir esforço algum. “O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 113). Os bens culturais, assim, reproduzem a fragmentação da linha de produção, poupando o público de estabelecer qualquer relação lógica entre as suas partes.

O problema então não consistiria na diversão proposta pela indústria cultural, mas em como ela “[...] estraga o prazer com o envolvimento de seu tino comercial nos clichês ideológicos da cultura em vias de se liquidar a si mesma” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 118). Trata-se de forçar a “espiritualização” de uma diversão vaga, capaz de preencher os intervalos entre turnos de trabalho. Esta seria, efetivamente, a ideologia da cultura de massas. “Justamente sua vagueza, a aversão quase científica a fixar-se em qualquer coisa que não se deixe verificar, funciona como instrumento da dominação” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 122). Diante da mecanização de cada aspecto da vida, o indivíduo dissimula o ócio no consumo de uma cultura que se sabe superficial em relação às formações do espírito. Já não importa o conteúdo dessa cultura, “[...] mas o fato de que simplesmente haja algo preenchendo o vácuo da consciência expropriada e desviando a atenção do segredo conhecido por todos” (ADORNO, 1998, p. 20). Aquilo que a indústria cultural oferece, em resumo, é um “consenso geral e acrítico” (ADORNO, 2003a, p. 99). Uma vez que suas manifestações revelam uma “banalidade oca” e os padrões de comportamento que reproduz são “despudoradamente conformistas” (ADORNO, 2003a, p. 102), torna-se clara a função que desempenham esses produtos na sociedade de consumo.

Arte como mercadoria

Adorno e Horkheimer reconhecem que o caráter mercantil da arte sempre foi um fato. Grandes obras do passado, produzidas a partir do princípio da falta de finalidade social/prática dos objetos estéticos, seriam ao mesmo tempo mercadorias. Como explicam os autores, “[...] até o século dezoito, a proteção dos patronos preservava os artistas do mercado, mas, em compensação, eles ficavam nesta mesma medida submetidos a seus patronos e aos objetivos destes” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 130). A novidade da arte sob o domínio da indústria cultural seria o fato de que hoje ela se declara “deliberadamente” como mercadoria,

renegando suas possibilidades de autonomia e sendo incluída de maneira definitiva entre os bens de consumo.

Em outro texto, Adorno reitera que a autonomia absoluta da arte nunca existiu de fato, mas “[...] foi sempre atravessada por uma constelação de efeitos” (ADORNO, 2003a, p. 98). Por outro lado, quando passa a atender às demandas do mercado, ela “[...] tende a ser suprimida pela indústria da cultura, com ou sem vontade consciente das instâncias de decisão” (ADORNO, 2003a, p. 98).

Adorno e Horkheimer defendem ainda que a arte como um domínio separado só seria possível como arte burguesa. Para os autores, a arte teria mantido sua autonomia enquanto era *cara*. “Quem, no século dezenove ou no início do século vinte, desembolsava uma certa quantia para ver uma peça teatral ou para assistir a um concerto dispensava ao espetáculo pelo menos tanto respeito quanto ao dinheiro gasto” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 132). Uma vez que o consumo de objetos culturais tidos como artísticos deixa de se restringir às camadas de renda superior, esses mesmos objetos passam cada vez mais a funcionar como instrumentos ideológicos. A democratização da cultura, assim, “[...] não introduz as massas nas áreas de que eram antes excluídas, mas serve, ao contrário, nas condições sociais existentes, justamente para a decadência da cultura e para o progresso da incoerência bárbara” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 132).

O que muda com a indústria da cultura, portanto, decorreria da substituição do valor de uso pelo valor de troca que define a lógica econômica do capitalismo. Em outras palavras, “[...] mediante sua transformação em mercadoria, uma coisa de qualquer tipo foi reduzida a um meio para seu próprio consumo” (JAMESON, 1994, p. 3). A integração dos objetos estéticos à produção geral de mercadorias seria, então, uma contradição da própria razão de ser da arte, que assume uma forma fetichizada. Trata-se, enfim, do “[...] triunfo da instrumentalização sobre essa ‘finalidade sem um fim’ que é a própria arte, a constante conquista e colonização do definitivo reino da não-praticidade, do puro jogo e antiuso, pela lógica do mundo dos meios e fins” (JAMESON, 1994, p. 4).

Esse novo aspecto da produção artística e cultural teria dado origem ao que Lipovetsky e Serroy chamam de *capitalismo artista*; um estágio da economia liberal que, “[...] não tendo mais como eixo fundamental a produção dos bens de equipamento, investe cada vez mais nas indústrias de criação a fim de colocar no mercado uma multidão de produtos e serviços de consumo atraentes” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 70). Segundo os autores, no capitalismo artista, a arte nunca é autônoma, mas “[...] sempre associada e misturada às lógicas do comercial, do utilitário, do *entertainment*” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 70).

Bourdieu, por outro lado, reconhece a possibilidade de uma liberdade relativa do campo da arte em relação ao campo econômico, estando os objetos estéticos distribuídos entre dois extremos: a autonomia absoluta e a submissão completa às exigências do mercado. “Um empreendimento está tanto mais próximo do [polo] ‘comercial’ quanto os produtos que oferece no mercado correspondem mais direta ou mais completamente a uma *demandas preexistente*, e em formas *preestabelecidas*” (BOURDIEU, 1996, p. 163, grifo do autor). Tal perspectiva admite a possibilidade de criação de uma arte “semiautônoma”, mais próxima do outro polo (não-comercial). Para o autor, “[...] jamais a irredutibilidade do trabalho de produção simbólica ao ato de fabricação material operado pelo artista apareceu de maneira tão evidente quanto hoje” (BOURDIEU, 1996, p. 196). Isso implica considerar a existência de uma arte parcialmente comercial que não é (meramente) mercadoria. Em resumo, “[...] um momento de exterioridade à forma-mercadoria é analiticamente isolável” (BROWN, 2015, p. 17), uma vez que se tenha a intenção de significar algo.

Nesse sentido, o caráter mercantil de uma obra de arte não constituiria fator determinante para seu julgamento estético; seja positivo, quando se argumenta em favor da popularidade da cultura de massa, seja negativo, como na acusação de sua degradação.

Panofsky, por exemplo, afirma que a arte “[...] não comercial deu-nos a *Grande Jatte*, de Seurat e os *Sonetos* de Shakespeare, mas também muita coisa esotérica que chegou ao ponto da incomunicabilidade” (PANOFSKY, 2011, p. 393). Ao mesmo tempo, o autor chama atenção para “[...] uma série de excelentes filmes que resultaram em grandes sucessos de bilheteria” (PANOFSKY, 2011, p. 393-94). Haveria então uma margem de autonomia para a criação de obras autênticas mesmo na era da indústria cultural (BROWN, 2015).

Gêneros da arte comercial

Adorno explica que o termo *indústria*, tal como empregado na expressão *indústria cultural*, se refere à “[...] padronização do objeto em si – por exemplo a do *western*, familiar a todo cinéfilo – e à racionalização das técnicas de distribuição, mas não estritamente ao processo de produção” (ADORNO, 2003a, p. 99). Nesse sentido, cada manifestação da indústria cultural buscaria atender a diferentes nichos de mercado, reproduzindo, para tanto, padrões formais genéricos para cada público. Assim, por exemplo, as distinções entre “[...] filmes das categorias A e B, ou entre as histórias publicadas em revistas de diferentes preços, têm menos a ver com seu conteúdo do que com sua utilidade para a classificação, organização e computação estatística dos consumidores” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 101). De fato, da perspectiva da indústria cultural o que importa é apenas alcançar o máximo possível de consumidores – se possível, todos, sem exceção. Mesmo a hierarquia de *qualidade* entre diferentes objetos constituiria uma estratégia para atingir públicos da maneira mais ampla possível. “Cada qual deve se comportar, como que espontaneamente, em conformidade com seu *level*, previamente caracterizado por certos sinais, e escolher a categoria dos produtos de massa fabricada para seu tipo” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 101-02).

A criação de um público racionalmente fragmentado, então, seria uma extensão das técnicas industriais de produção de mercadorias em geral. O público “[...] atomizado e em série da cultura de massa quer ver a mesma coisa vezes e vezes a fio, daí a urgência da estrutura de gênero e do signo genérico” (JAMESON, 1994, p. 10-11).

Os gêneros da arte *comercial* e o “[...] modo como a materialização deste ou daquele setor ou zona dessas formas vem a constituir um fim e uma satisfação de consumo” (JAMESON, 1994, p. 5) resultariam do contínuo processo de mercantilização da arte. O modelo de distribuição dos bens artísticos e culturais baseado na atomização do público, portanto, seria aplicado a todas as áreas da indústria cultural, do mercado editorial aos *hits* da música *pop*.

As *drugstores* que vendem brochuras ou as bancas de aeroportos reforçam todas as atuais distinções de subgêneros entre gótico, *best-seller*, suspense, ficção científica, biografia ou pornografia, como o faz a classificação convencional das minisséries da TV e a produção e o *marketing* dos filmes de Hollywood (JAMESON, 1994, p. 10).

Jameson argumenta ainda que os gêneros *pré-capitalistas* funcionavam como um contrato estético entre o artista e seu público. Com sua subsunção ao capital, entretanto, a arte “[...] passa a ser um ramo a mais da produção de mercadorias, o artista perde todo o *status* social e defronta-se com as opções de se tomar um *poete maudit* ou um jornalista, a relação com o público é problematizada, este se transforma num virtual *public introuvable*” (JAMESON, 1994, p. 10). Os gêneros da arte comercial, em suma, representariam antes uma estratégia de geração de público do que um programa formal.

Em contrapartida, as mesmas convenções que operam como medida para a classificação e distribuição dos consumidores podem ser usadas também para questionar o “lazer acomodaticio” (RÜDGER, 2004, p. 159). De acordo com Brown, as regras que governam a ficção de gênero podem representar “uma zona de autonomia dentro do espaço heterônimo do

mercado de mercadorias culturais” (BROWN, 2015, p. 31), desde que utilizadas com algum grau de criatividade. Trata-se daquilo que o autor chama de *estetização de gênero*, ou seja, de “produzir uma nova forma de satisfazer as exigências do gênero” (BROWN, 2015, p. 31). Nesse sentido, a única concessão que se faria ao mercado seria ao próprio gênero como sistema de procedimentos convencionados.

O artista, dessa maneira, seria “[...] livre dentro do gênero para usar os materiais narrativos que quiser” (BROWN, 2015, p. 31). Em outro texto, o autor ilustra o argumento a partir da série de televisão *The Wire*, explicando que David Simon, criador do programa, “[...] entende o gênero como uma estrutura dentro da qual é possível se mover” (BROWN, 2019, p. 165, tradução nossa).

Nesse sentido, a estetização do gênero seria um modo de subvertê-lo, de melhorá-lo. “As convenções são a estrutura que, como a moldura na pintura, deve ser neutralizada pela obra para que a intencionalidade imanente ganhe força suficiente” (BROWN, 2019, p. 159, tradução nossa). Isso demonstra que as tensões entre o mercado e a arte não são necessariamente insuperáveis nos objetos concretos, e algumas soluções, sempre frágeis e temporárias, podem ser ocasionalmente alcançadas. O artista deve nesse sentido manipular os recursos de que dispõe a fim de não só responder às exigências do gênero, possibilitando, assim, sua circulação no mercado de bens artísticos e culturais, como também solucionar por meio da configuração do objeto o problema formal colocado pelo gênero.

Ficção científica *pulp*

De acordo com Jameson, a forma privilegiada da “alta cultura” para ser posicionada como o “oposto dialético” da cultura de massas seria o modernismo, na medida em que constitui uma linguagem estética “[...] incapaz de oferecer satisfação mercantil, e resistente à instrumentalização” (JAMESON, 1994, p. 8). Essa oposição, por sua vez, seria fundamental para compreender o desenvolvimento da ficção científica do início do século XX, uma vez que, enquanto ficção de gênero, ela ocuparia um espaço fronteiro entre a arte considerada *pura* e a arte *comercial*².

Para compreender como se produz a dialética *alta cultura/cultura de massas* no interior da ficção científica, é importante considerar a postura de cada um dos fenômenos em relação ao progresso; aspecto constituinte do gênero como um todo. Segundo Jameson, o modernismo estaria baseado na “depreciação pelo desenvolvimento das ciências naturais e nas críticas cada vez mais intensas à abstração e à razão instrumental inspiradas pelas experiências da metrópole industrial” (JAMESON, 2011, p. 83). Dessa maneira, a ficção científica produzida pelos modernistas, cujo exemplo mais famoso seja talvez o *Admirável mundo novo* (1932), de Aldous Huxley, seria definida pela crítica que dirige ao contínuo processo de automatização da vida.

A linguagem ocasionalmente *antimaquinista* do modernismo, portanto, viria a reverberar nas convenções do gênero que se formava a partir do contato entre os discursos científico ficcional e utópico: a ficção científica distópica. Entretanto, nem toda ficção científica do início do século XX seria avessa às promessas da ciência. De fato, a sua *era de ouro* é caracterizada pela publicação de vários textos que celebram os avanços da ciência; incluindo a exploração do universo e as descobertas da robótica (tema que marca de maneira decisiva a produção de Isaac Asimov, por exemplo).

Nesse sentido, sob a égide da cultura de massas, desenvolve-se uma vertente mais otimista em relação ao progresso científico. Enquanto o modernismo “[...] tendia a representar desenvolvimentos científicos e técnicos como uma *technê* negativa, e não como uma *episteme* em aberto”, a cultura de massas “[...] encontrava nas tecnologias uma libertadora vontade de poder epistemológica” (ROBERTS, 2018, p. 349), tendo encontrado nas chamadas *pulp*

magazines (*Amazing stories*, *Astounding science-fiction*, *Wonder stories* etc.) um campo de expressão profícuo.

Roberts explica que a palavra *pulp* é usada para se referir a um tipo de narrativa publicada em revistas vendidas a preço baixo e produzidas para um nicho de mercado específico. “As histórias eram escritas por prolíficos autores de trabalhos encomendados (portanto, não tão caras para os editores comprarem) e impressas em papel barato, fabricado a partir da polpa [*pulp*] de madeira tratada – daí o nome –, e não dos papéis tradicionais, mais caros” (ROBERTS, 2018, p. 352). O objetivo central desse tipo de publicação, portanto, seria vender barato e em grande volume.

Considerando que na primeira parte do século XX, “[...] a revista foi a forma periódica mais acessível” (ROBERTS, 2018, p. 352), a ficção científica *pulp* esteve diretamente ligada a esse suporte não pelo seu formato, mas pelo preço reduzido, que possibilitou o alcance de um público cada vez maior e socialmente diverso, responsável por “recriar” o gênero, a partir de narrativas movimentadas e personagens com um “código ético binário de bem e mal” (ROBERTS, 2018, p. 352). Esse tipo de literatura, portanto, se apoia no apelo popular de certos sentimentos, “[...] com ênfase particular em entusiasmo, espanto, excitação sexual e autossatisfação, mediando a resposta emocional dos leitores por meio da tecnologia e ciência” (ROBERTS, 2018, p. 357).

A desconfiança em relação ao progresso, contudo, não seria exclusiva da ficção científica produzida pelos modernistas. *Fahrenheit 451* (1953), de Ray Bradbury, por exemplo, apesar de ter uma ligação estreita com a ficção científica *pulp* – já que seria uma expansão do conto *O bombeiro*, publicado na *Galaxy Science Fiction*³, vol. 1, nº 5, de fevereiro de 1951 (DE KOSTER, 2000) –, também sustenta um discurso crítico acerca da crescente mecanização da vida social.

De acordo com o próprio Bradbury, *Fahrenheit 451* teria sido resultado de um investimento de “nove dólares e oitenta centavos em moedinhas” (BRADBURY, 2020b, p. 73). Segundo o autor, na sala de datilografia da biblioteca da UCLA, máquinas de escrever eram alugadas por dez centavos a cada meia hora. “Era só enfiar a moeda e o relógio começava a tiquetaquear loucamente, e eu datilografava de forma insana até terminar, antes que a meia hora expirasse” (BRADBURY, 2020b, p. 74). O relato acima evidencia o ritmo “fabril” de produção daquilo que seria talvez seu trabalho mais importante. Por outro lado, isso não anula a crítica que *Fahrenheit 451* desenvolve em relação à racionalidade do modelo de produção que define a cultura de massas, reiterando o argumento de que mesmo objetos produzidos dentro da lógica da indústria cultural podem constituir obras dotadas de sentido⁴.

***Fahrenheit 451*: indústria cultural e estetização de gênero**

Como foi discutido, a reprodução mecânica de modelos, resultante da integração da criação estética à produção de mercadorias em geral, constitui um dos aspectos essenciais da indústria cultural. Nesse sentido, cada expressão da cultura de massas seria uma derivação de formas preestabelecidas; embora variem na aparência, os detalhes são “fungíveis”.

Em *Fahrenheit 451*, esse seria inclusive o princípio das relações sociais representadas na obra. Quando questionada se estaria preocupada com o fato de seu marido ter sido convocado pelo exército, a sr. Phelps responde: “Já é o terceiro casamento para nós dois e somos independentes. O negócio é ser independente, sempre dissemos isso. Ele já disse: se eu for morto, siga em frente e não chore. Case-se novamente e não pense mais em mim” (BRADBURY, 2020a, p. 109). Ou seja, as relações pessoais seriam também substituíveis.

Como afirmam Adorno e Horkheimer, a indústria cultural “[...] realizou maldosamente o homem como ser genérico. Cada um é tão somente aquilo mediante o que pode substituir todos os outros: ele é fungível, um mero exemplar” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.

120). Na obra de Bradbury, marcas dessa fungibilidade se fazem presentes constantemente no plano do conteúdo e até mesmo na aparência física dos indivíduos, como sugere a fala de Montag: “Teria ele visto alguma vez um bombeiro que não tivesse os cabelos pretos, as sobrancelhas pretas, um rosto feroz e azulado, com a barba feita mas como se não tivesse sido feita? Esses homens pareciam todos feitos à sua imagem!” (BRADBURY, 2020a, p. 45).

No texto em que discute a posição do narrador no romance contemporâneo, Adorno retoma em alguma medida essa ideia de repetição e fungibilidade que caracteriza a indústria cultural ao afirmar que “[...] contar algo significa ter algo especial a dizer, e justamente isso é impedido pelo mundo administrado, pela standardização e pela mesmice” (ADORNO, 2003c, p. 56). Em *Fahrenheit 451*, Bradbury, embora não problematize as limitações da criação literária como o faz Adorno, representa a oposição entre objetos estéticos dotados de sentido e aqueles que são mero entretenimento a partir da diferença entre os livros, alvos de perseguição e censura, e a programação dos *telões* – ou, como é chamada na obra, a *família*. A falta desse “algo especial” a que o teórico alemão se refere é evidenciada, por exemplo, na descrição que Mildred faz de um desses programas.

[...] daqui a dez minutos entra uma peça no circuito de tela múltipla. Eles enviaram o meu papel esta manhã. Mandeí algumas tampas de embalagens. Eles escrevem o roteiro, mas deixam faltando um dos papéis. É uma ideia nova. A dona de casa, que sou eu, faz o papel que está faltando. Quando chega o momento das falas que faltam, todos olham para mim, das três paredes, e eu digo a fala (BRADBURY, 2020a, p. 31-32)⁵.

O exemplo acima ilustra com precisão o argumento de que quanto menos promessas faz a indústria cultural, “[...] quanto menos ela consegue dar uma explicação da vida como algo dotado de sentido, mais vazia torna-se necessariamente a ideologia que ela difunde” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 121). Os *telões* de *Fahrenheit 451*, com seus “[...] confetes alaranjados e amarelos, fogos de artifício, mulheres em malha dourada e homens em veludo preto tirando coelhos de quarenta quilos de cartolas prateadas” (BRADBURY, 2020a, p. 85), simbolizam, portanto, o esvaziamento de sentido que orienta o mundo desencantado tal como representado na obra. Cada manifestação da indústria cultural “[...] reproduz as pessoas tais como as modelou a indústria em seu todo” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 105). Na distopia de Bradbury, ao preencher o tempo livre de maneira absoluta, ela chega a operar no processo formativo dos indivíduos. “Meus filhos ficam na escola nove dias seguidos e depois eles têm um dia de folga. Eu os aguento em casa três dias por mês; não é nada de mais. A gente põe as crianças no ‘salão’ e liga o interruptor. É como lavar roupa: é só enfiar as roupas sujas na máquina e fechar a tampa” (BRADBURY, 2020a, p. 111). Dessa maneira, a programação dos *telões* reproduz uma versão estetizada dos discursos que sustentam a utopia bradburiana. Como argumenta Adorno, desde a era industrial, “[...] está na moda uma arte formadora de mentalidades que pactua com a reificação, ao imputar ao desencantamento do mundo, ao prosaísmo, até mesmo à tacanhez espiritual, uma poesia própria, alimentada pela ética do trabalho” (ADORNO, 2003b, p. 57). Isso pode ser percebido, por exemplo, na seguinte fala de Beatty: “A vida é imediata, o emprego é que conta, o prazer está por toda parte depois do trabalho. Por que aprender alguma coisa além de apertar botões, acionar interruptores, ajustar parafusos e porcas?” (BRADBURY, 2020a, p. 67-68). Tanto a escola, como o prazer, a diversão, seriam extensões do mundo do trabalho, acentuando a racionalização da vida sob a lógica capitalista. As manifestações da indústria cultural, em suma, seriam “[...] exortações no sentido de obedecer ao que tem por detrás de si os mais poderosos interesses. O consenso que ela propaga reforça a autoridade cega, não elucidada” (ADORNO, 2003a, p. 105).

O que queremos neste país, acima de tudo? As pessoas querem ser felizes, não é verdade? Não foi o que você ouviu durante toda a vida? Eu quero ser feliz, é o que diz todo mundo. Bem, elas não são? Não cuidamos para que sempre estejam em movimento, sempre se divertindo? É para isso que vivemos, não acha? Para o prazer, a animação? E você tem de admitir que nossa cultura fornece as duas coisas em profusão (BRADBURY, 2020a, p. 71).

Essa noção de entretenimento serviria apenas para reforçar a dimensão alienante da indústria cultural, para a qual divertir significa “[...] não ter que pensar nisso, esquecer o sofrimento até mesmo onde ele é mostrado” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 119). Com efeito, em *Fahrenheit 451*, satisfazer as massas por meio de diversões baratas implicaria o manutenção da estabilidade utópica. “Mais esporte para todos, espírito de grupo, diversão, e não se tem de pensar, não é? Organizar, tornar a organizar e superorganizar super-superesportes. Mais ilustrações nos livros. Mais figuras. A mente bebe cada vez menos” (BRADBURY, 2020a, p. 69). Entreter a população, portanto, constitui uma maneira de desviar sua atenção do que importa: a perpetuação da ordem social vigente.

Ainda sobre sua relação com o entretenimento, Adorno e Horkheimer acrescentam que a indústria cultural “[...] pode se ufanar de ter levado a cabo com energia e de ter erigido em princípio a transferência muitas vezes desajeitada da arte para a esfera do consumo, de ter despido a diversão de suas ingenuidades inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitio das mercadorias” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 111). Segundo os autores, mesmo que a ligação entre arte e entretenimento não seja uma novidade da indústria cultural, haveria hoje a redução da primeira ao segundo. Isso é apresentado em *Fahrenheit 451*, por exemplo, na explicação dada por Beatty ao processo que levou a sociedade representada na obra a seu estado atual, em que os bombeiros são responsáveis por queimar os livros que encontram. “O fato é que não tivemos muito papel a desempenhar até a fotografia chegar à maioridade. Depois, veio o cinema, no início do século vinte. O rádio. A televisão. As coisas começaram a possuir *massa*” (BRADBURY, 2020a, p. 66, ênfase do autor). O capitão conclui que “[o] cinema e o rádio, as revistas e os livros, tudo isso foi nivelado por baixo” (BRADBURY, 2020a, p. 66). Logicamente, está implicado nessa concepção da cultura de massas o caráter mercantil que assumem os bens artísticos e culturais sob o domínio do capitalismo tardio.

Clássicos reduzidos para se adaptarem a programas de rádio de quinze minutos, depois reduzidos novamente para uma coluna de livro de dois minutos de leitura, e, por fim, encerrando-se num dicionário, num verbete de dez a doze linhas. Estou exagerando, é claro. Os dicionários serviam apenas de referência. Mas, para muitos, o *Hamlet*, certamente você conhece o título, Montag; provavelmente a senhora ouviu apenas uma vaga menção ao título, senhora Montag, o *Hamlet* não passava de um resumo de uma página num livro que proclamava: *Agora você finalmente pode ler todos os clássicos; faça como seus vizinhos* (BRADBURY, 2020a, p. 67).

Desse nivelamento por baixo da arte e da cultura um dos resultados seria a infantilização dos indivíduos, sobre cujas consciências “[...] continua a exercer-se um trabalho de regressão” (ADORNO, 2003a, p. 105). Isso explicaria, por exemplo, a falta de maturidade de Mildred, em *Fahrenheit 451*. Segundo Montag, embora ela tivesse trinta anos de idade, Clarisse, sua vizinha de dezesseis, parecia mais velha. Em outro momento da narrativa, o bombeiro afirma que a esposa “[...] falava disso e daquilo e eram apenas palavras, como as palavras que ele ouvira certa vez num quarto de criança na casa de um amigo, uma criança de dois anos formando palavras, balbuciando, inventando belas sonoridades” (BRADBURY, 2020a, p. 53).

Outro aspecto que pode ser evidenciado a partir da leitura de *Fahrenheit 451* diz respeito à dimensão publicitária da indústria cultural. Tanto na publicidade quanto na indústria cultural “[...] a mesma coisa aparece em inúmeros lugares, e a repetição mecânica do mesmo produto

cultural já é a repetição do mesmo slogan propagandístico” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 135). A onipresença da publicidade na obra de Bradbury pode ser observada, por exemplo, durante a viagem de metrô em que Montag tenta ler: “[...] o rádio do trem vomitava sobre Montag uma tonelada de música feita de estanho, cobre, prata, cromo e bronze. O clangor reduziu as pessoas à submissão; não corriam, não havia lugar para onde correr” (BRADBURY, 2020a, p. 93). O bombeiro se esforça para compreender as palavras do evangelho de Mateus que leva consigo, mas é interrompido repetidas vezes pelos autofalantes do “vagão barulhento” que anunciam o slogan do *Dentifrício Denham*. O episódio, dessa maneira, tematiza o argumento de que tanto para a indústria cultural quanto para a publicidade o importante seria “[...] subjugar o cliente que se imagina como distraído ou relutante” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 135).

Ainda sobre esse aspecto, Adorno defende que o caráter “propagandístico” da cultura elimina aquilo que a distingue da vida prática. “A aparência estética converte-se em brilho endossado pelos anúncios publicitários aos produtos anunciados que o absorvem; contudo aquele elemento de autonomia, que a filosofia designa justamente por aparência estética, deixa de existir” (ADORNO, 2003b, p. 57). Em *Fahrenheit 451*, aparentemente todas as dimensões da vida foram assimiladas pela propaganda, incluindo a religião.

Cristo agora é um da “família”. Muitas vezes me pergunto se Deus reconhece Seu próprio filho do jeito que o vestimos, ou devo dizer despimos? Ele é agora uma guloseima em bastão, feita de açúcar cristal e sacarina, quando não está fazendo referências veladas a certos produtos comerciais de que todo fiel absolutamente necessita (BRADBURY, 2020a, p. 95, ênfase do autor).

A obra de Bradbury, em resumo, apesar de estar ligada à ficção científica *pulp* (e de ser, portanto, uma expressão da cultura de massas), articula um discurso crítico acerca da indústria cultural; demonstrando a possibilidade de se criar obras dotadas de sentido ainda que submetidas em alguma medida às determinações do mercado. Trata-se, pois, de um possível caso daquilo que Brown (2015) teria chamado de *estetização de gênero*. Isto é, a principal concessão que *Fahrenheit 451* faz ao mercado diria respeito às próprias convenções do gênero – e, por meio desta, e da conseqüente projeção de sua trama em um futuro apenas possível, o romance pode assumir uma posição que se pretende consideravelmente crítica com relação aos rumos da sociedade que lhe era contemporânea.

Considerando que a obra está circunscrita a uma zona de interseção entre dois gêneros – a ficção científica distópica – convém refletir sobre os aspectos que a caracterizam. Suvin define ficção científica como “[...] um gênero literário ou construção verbal cujas condições necessárias e suficientes são *a presença e interação de estranhamento e cognição, e cujo principal dispositivo é uma moldura imaginativa alternativa ao ambiente empírico do autor*” (SUVIN, 1988, p. 37, tradução nossa, ênfase do autor). Já a utopia seria definida como

[...] um gênero literário ou construção verbal cujas condições necessárias e suficientes são *a presença de uma determinada comunidade quase humana onde as instituições sociopolíticas, as normas e as relações individuais se organizam em um princípio mais perfeito do que na comunidade do autor, sendo esta construção baseada no estranhamento decorrente de uma hipótese histórica alternativa*⁶ (SUVIN, 1988, p. 37, tradução nossa, ênfase do autor).

A perfeição utópica, entretanto, é relativizada pela recepção do discurso reproduzido na obra, podendo ser compreendida como a expressão de um mundo melhorado ou como a racionalização radical dos princípios que a fundamentam, a exemplo de *Fahrenheit 451*. Na obra de Bradbury, assim como em outras do gênero, as promessas de felicidade resultariam

num “igualitarismo extremo, vingativo, capaz de um derramamento de sangue” (CLAEYS, 2013, p. 10).

No que se refere à ficção científica, cabe ressaltar a presença daquilo que Suvin chama de *novum*. O *novum* (ou inovação) pode ser definido como “[...] um fenômeno ou relação totalizante que se desvia da norma de realidade do autor e do leitor implícito” (SUVIN, 2010, p. 68, tradução nossa) e que precisa ser validado pela “lógica cognitiva” [*cognitive logic*] (SUVIN, 2010, p. 67). Sobre essa definição, duas observações importantes devem ser feitas. A primeira se refere à dimensão totalizante do *novum*, o fato de que sua presença implicaria uma mudança global no microcosmo produzido pelo texto. Sob essa perspectiva, o que caracterizaria a ficção científica seria exatamente a maneira como o *novum* específico de cada texto assume uma posição capaz de determinar toda a lógica narrativa – com efeito, muito da qualidade formal de uma determinada obra de ficção científica teria relação com a reverberação das consequências desse *novum* por todas as camadas do texto. Em contraste, o autor defende que as inovações tecnológicas empregadas nos contos de James Bond, por exemplo, não constituiriam um *novum*, uma vez que exercem uma função acessória, secundária. Suvin ainda acrescenta que “[...] a distinção entre um *novum* verdadeiro e falso é, curiosamente, não apenas uma chave para a qualidade estética na FC, mas também para suas qualidades ético-políticas libertadoras, sua relevância comunal” (SUVIN, 2010, p. 88, tradução nossa). Em resumo, o *novum* deve ser empregado de modo a ser determinante para o desenvolvimento da narrativa como um todo (a inversão do ofício dos bombeiros ou as técnicas de memorização utilizadas pelos homens-livro em *Fahrenheit 451* seriam um exemplo disso) e não como mero *gadget* (como a “mão metálica em forma de aranha” [BRADBURY, 2020a, p. 30] que ajuda a servir o café da manhã de Montag e Mildred).

Nesse sentido, é possível evidenciar como em *Fahrenheit 451* o “[...] conjunto de elementos do gênero, apesar de ter deformado seus referentes originais além do fácil reconhecimento, é por sua vez redirecionado para produzir uma nova meditação sobre o tema original” (BROWN, 2019, p. 159, tradução nossa). No caso, essa “nova meditação” diria respeito exatamente à posição que assume a ficção científica *pulp* enquanto ficção de gênero.

Fahrenheit 451, embora cumpra o contrato do gênero, reproduz um discurso contraditório em relação a essas mesmas convenções. O material da ficção científica *pulp*, caracterizada por “aventuras objetivas de ação, conflitos descritos de modo vigoroso envolvendo humanos do futuro ou invasores alienígenas”⁷ (ROBERTS, 2018, p. 360), seria redirecionado (nesse caso por meio dos desdobramentos que levam à fuga de Montag da civilização) para, em outro nível narrativo, problematizar a própria constituição do gênero, seu barateamento e padrões estéticos.

Na obra, isso pode ser evidenciado pela maneira como a indústria cultural serve ao ideal utópico de homogeneidade. Como defendem Adorno e Horkheimer, a vida no capitalismo tardio seria “[...] um contínuo rito de iniciação. Todos têm de mostrar que se identificam integralmente com o poder de quem não cessam de receber pancadas” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 127). Nesse sentido, seria exatamente o mundo reificado do capitalismo tardio que constitui a promessa da utopia bradburiana; os objetos da indústria cultural sendo responsáveis por reforçar o sentimento de pertencimento à sociedade de consumo. “As pessoas dizem sim à cultura de massas pois sabem, ou pressentem, que aqui se ensinam normas de conduta de que precisam como salvo-conduto para a vida monopolizada [...]. Por isto, e não devido à ‘estupidificação’ das massas [...] a cultura de massas é tão irresistível” (ADORNO, 2003b, p. 91). *Fahrenheit 451*, entretanto, relativiza essa *irresistibilidade* da cultura de massas, da qual a própria obra seria uma expressão; seja em sua alegoria do sujeito autômato, o *Sabujo Mecânico*, seja no comportamento dissonante de Clarisse: “Eu raramente assisto aos ‘telões’, nem vou a corridas ou parques de diversão. Acho que é por isso que tenho tempo de sobra para ideias malucas” (BRADBURY, 2020a, p. 21).

A jovem se nega a “[...] fazer de si mesmo um aparelho eficiente e que corresponda, mesmo nos mais profundos impulsos instintivos, ao modelo apresentado pela indústria cultural” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 138). Uma vez que ocupa um espaço à margem da sociedade representada na obra, uma sociedade de iguais absolutos mecanicamente reproduzidos, ela deixa de ser um membro da *família*. Clarisse, em resumo, simboliza o impulso humanizante que *Fahrenheit 451* propõe como contrapartida do mundo reificado, demonstrando que a ficção científica distópica, embora em sua vertente *pulp*, pode ter “[...] como verdadeiro objeto o conflito entre os homens vivos e as relações petrificadas” (ADORNO, 2003c, p. 58).

Considerações finais

Considerando o que foi exposto, seria possível afirmar, portanto, que a crítica do caráter mercantil não necessariamente impede ou mesmo esgota as possibilidades de se extrair sentido de objetos estéticos produzidos no contexto da indústria cultural⁸. Como afirma Jameson, nós “[...] suspendemos tão completamente nossas vidas reais e preocupações práticas imediatas, tanto quando assistimos ao *Poderoso Chefão*, quando como lemos *The Wings of the Dove* ou ouvimos uma sonata de Beethoven” (JAMESON, 1994, p. 3). As fronteiras que separam a “alta cultura” da cultura de massas não seriam determinantes para uma delimitação rígida de campos qualitativamente distintos e excludentes. Embora haja diferenças entre a arte *leve* e a arte *séria*, “[...] pode haver tanto a sublimação quanto a depravação da criatividade” em ambas (RÜDGER, 2004, p. 133). Em *Fahrenheit 451*, isso é simbolizado pela oposição entre os livros e as mídias de massa. Entretanto, a obra também não exclui a possibilidade de que essas últimas manifestem a *qualidade* atribuída aos primeiros. “Não é de livros que você precisa, é de algumas coisas que antigamente estavam nos livros. As mesmas coisas poderiam estar nas ‘famílias das paredes’. Os mesmos detalhes meticulosos, a mesma consciência poderiam ser transmitidos pelos rádios e televisores, mas não são (BRADBURY, 2020a, p. 96-97), explica Faber a Montag.

Além disso, a obra de Bradbury levanta uma importante questão acerca do consumo da arte, remontando ao argumento de que as “[...] mercadorias culturais mais baratas às vezes podem constituir um refúgio legítimo dos caracteres que a arte séria obrigou-se a renunciar para poder continuar sobrevivendo, especialmente a comunicação com o público e a pretensão de validade universal” (RÜDGER, 2004, p. 158). A própria sociedade distópica de *Fahrenheit 451* teria decorrido dessa capacidade comunicativa da cultura de massas. Como explica Beatty, “[...] o público, sabendo o que queria, com a cabeça no ar, deixou que as histórias em quadrinhos sobrevivessem. E as revistas de sexo em 3-D, é claro [...]. A coisa não veio do governo. Não houve nenhum decreto, nenhuma declaração, nenhuma censura como ponto de partida” (BRADBURY, 2020a, p. 70). De fato, a sociedade de consumo em si mesma, alimentada pela ideologia da indústria cultural, constituiria o regime totalitário que dá forma à utopia bradburiana. Não há na obra referências a uma figura política-messiânica, como o Grande Irmão de Orwell, ou uma organização global responsável pela estabilidade utópica, a exemplo dos administradores do *Admirável mundo novo* de Huxley, mas uma formação social autorregulada, baseada no sentimento de pertencimento ao mundo monopolizado, como demonstra o episódio da fuga de Montag, em que a polícia “[...] recomenda que toda a população da área de Elm Terrace faça o seguinte: cada pessoa em cada casa de cada rua deve abrir a porta da frente ou dos fundos ou olhar pelas janelas. O fugitivo não conseguirá escapar se todos no próximo minuto olharem de suas casas” (BRADBURY, 2020a, p. 154).

Ainda sobre a capacidade comunicativa da cultura de massas, seria possível afirmar enfim que, enquanto a recepção da arte *comercial* “[...] é mais ou menos independente do nível de instrução dos receptores, as obras de arte ‘puras’ são acessíveis apenas aos consumidores dotados da disposição e da competência que são a condição necessária de sua apreciação”

(BOURDIEU, 1996, p. 169). Nesse sentido, *Fahrenheit 451* se coloca também como objeto dessa discussão. Embora o discurso que reproduz atribua à literatura (canônica) um valor *superior* em relação a formas estéticas da indústria cultural, a obra, enquanto ficção de gênero, já seria um exemplo de como subverter o apelo popular da cultura de massas para tentar comunicar algo significativo, antes como talvez agora: em suma, a “crescente mecanização da esfera social” (ROBERTS, 2018, p. 321).

CULTURE INDUSTRY AND AESTHETICIZATION OF GENRE IN *FAHRENHEIT 451*

ABSTRACT: This work aims to investigate the possibilities of the aestheticization of genre in dystopian science fiction. To this end, the notions of culture industry and aestheticization of genre are explored. Furthermore, the position occupied by science fiction as genre fiction are discussed. The arguments developed in the theoretical sections, in turn, are developed through a critical reading of *Fahrenheit 451*, by Ray Bradbury, a work selected due to the centrality that mass culture assumes in the shaping of the society that is represented.

Keywords: Culture industry. Aestheticization of genre. Dystopian science fiction. Fahrenheit 451.

¹ Jameson argumenta no mesmo sentido ao afirmar que “[...] a produção de mercadorias da cultura de massa contemporânea ou industrial não tem nada a ver, ou qualquer coisa em comum, com formas mais antigas de arte *folk* ou popular” (JAMESON, 1994, p. 7).

² Roberts (2018), por exemplo, divide a discussão sobre o assunto em dois capítulos: *O início do século XX, 1: ficção científica do alto modernismo* e *O início do século XX, 2: as revistas pulp*.

³ Para ser mais preciso, a *Galaxy Science Fiction* estaria na categoria *digest-size magazine*, uma forma derivada das *pulp magazines*.

⁴ Adorno, contudo, problematiza essa posição, ao afirmar que, nos romances de crítica social, “[...] que são alimentados pela engrenagem do *best-seller*, já não é possível distinguir em que medida os horrores neles descritos servem para denunciar a sociedade e quanto se destina ao divertimento daqueles que, à espera de *panem et circenses*, ainda não os têm à sua disposição” (ADORNO, 2003b, p. 64).

⁵ O espetáculo da *família de Fahrenheit 451* estaria relacionado, de certa maneira, a um tipo de sensibilidade que o crítico de arte Michael Fried – cujos argumentos são recorrentes no texto de Brown – chama de literalista, e que implica uma noção especial de teatralidade. “A sensibilidade literalista é teatral porque, para começar, está interessada nas circunstâncias factuais em que se dá o encontro do observador com o trabalho literalista” (FRIED, 2002, p. 134). O sentido da programação dos *telões*, portanto, se esgota em sua capacidade de invocar e manter o interesse do espectador.

⁶ “[...] a literary genre or verbal construction whose necessary and sufficient conditions are the *presence of a particular quasi-human community where socio-political institutions, norms and individual relationships are organized on a more perfect principle than in the author's community, this construction being based on estrangement arising out of an alternative historical hypothesis*”.

⁷ Essas aventuras retomam, de certa maneira, a noção de “heroificação do indivíduo mediano” a que Adorno e Horkheimer se referem, uma vez que tentam se aproximar da realidade apelando para o sentimento de identificação entre personagem e leitor.

⁸ Panofsky chega a afirmar que se a arte comercial for definida como “[...] toda aquela que não seja fundamentalmente produzida para satisfazer o impulso criador do seu autor e sim fundamentalmente destinada a atender as exigências de um freguês ou público comprador, deve-se dizer que a arte não comercial é a exceção, ao invés da regra, sendo bastante recente mas nem sempre bem-sucedida” (PANOFSKY, 2011, p. 393).

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. Breves considerações acerca da indústria da cultura. Tradução Maria Antónia Amarante. In: _____. *Sobre a indústria da cultura*. Coimbra: Angelus Novus, 2003a. p. 97-106.

-
- ADORNO, Theodor W. Crítica cultural e sociedade. In: _____. *Prismas: crítica cultural e sociedade*. Tradução Augustin Wernet e Jorge M. B. de Almeida. São Paulo: Ática, 1998. p. 7-26.
- ADORNO, Theodor W. O esquema da cultura de massas. Tradução Maria Antónia Amarante. In: _____. *Sobre a indústria da cultura*. Coimbra: Angelus Novus, 2003b. p. 57-95.
- ADORNO, Theodor W. Posição do narrador no romance contemporâneo. In: _____. *Notas de literatura I*. Tradução Jorge de Almeida. São Paulo: Duas Cidades; 34, 2003c. p. 55-63.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: _____. *Dialética do esclarecimento*. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. p. 99-138.
- BOURDIEU, Pierre. O mercado dos bens simbólicos. In: _____. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p. 162-99.
- BRADBURY, Ray. *Fahrenheit 451: a temperatura em que o papel do livro pega fogo e queima*. Tradução Cid Knipel. 4. ed. Rio de Janeiro: Biblioteca Azul, 2020a.
- BRADBURY, Ray. Investindo uns trocados: Fahrenheit 451. In: _____. *Zen na arte da escrita*. Tradução Petê Rissatti. Rio de Janeiro: Biblioteca Azul, 2020b. p. 73-79.
- BROWN, Nicholas. A obra de arte na era da sua subsunção real ao capital. Tradução Matheus de Brito. In: DURÃO, Fábio Akcelrud; MUSSI, Daniela; MARANHÃO, Andréia Pagani (orgs.). *Marxismo: cultura e educação: contribuições do VII Colóquio Internacional Marx Engels*. São Paulo: Nankin, 2015. p. 11-31.
- BROWN, Nicholas. Modernism on TV. In: _____. *Autonomy: the social ontology of art under capitalism*. Durham and London: Duke University, 2019. p. 152-77.
- CLAEYS, Gregory. *Utopia: a história de uma ideia*. Tradução Pedro Barros. São Paulo: SESC SP, 2013.
- DE KOSTER, Katie (ed.). *Readings on Fahrenheit 451*. San Diego: Greenhaven, 2000.
- FRIED, Michael. Arte e objetividade. Tradução Milton Machado. *Arte & Ensaios*, UFRJ, Rio de Janeiro, ano 9, n. 9, 2002, p. 131-47.
- HULLOT-KENTOR, Robert. Em que sentido exatamente a indústria cultural não mais existe. In: DURÃO, Fábio Akcelrud; ZUIN, Antônio; VAZ, Alexandre Fernandez. *A indústria cultural hoje*. São Paulo: Boitempo, 2008. p. 17-27.
- JAMESON, Fredric. “Fim da arte” ou “fim da história”? In: _____. *A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização*. Tradução Maria Elisa Cevalco e Marcos César de Paula Soares. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 73-93.

JAMESON, Fredric. Reificação e utopia na cultura de massas. Tradução João Roberto Martins Filho. *Crítica Marxista*, São Carlos, v. 1, p. 1-25, 1994.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. Tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

PANOFSKY, Erwin. Estilo e meio no filme. Tradução César Bloom. In: LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2011. p. 368-396.

PINTO, Manuel da Costa. Prefácio. In: BRADBURY, Ray. *Fahrenheit 451: a temperatura na qual o papel do livro pega fogo e queima*. Tradução Cid Knipel. 2.ed. São Paulo: Globo, 2012. p. 11-18.

ROBERTS, Adam. *A verdadeira história da ficção científica: do preconceito à conquista das massas*. Tradução Mário Molina. São Paulo: Seoman, 2018.

RÜDIGER, Francisco. A dialética da arte: utopia e tragédia. In: _____. *Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural: comunicação e teoria crítica da sociedade*. 3.ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004. p. 127-63.

SUVIN, Darko. Science fiction and the novum. In: _____. *Defined by a hollow: essays on utopia, science fiction and political epistemology*. Bern: Peter Lang, 2010. p. 67-92.

SUVIN, Darko. Science fiction and utopian fiction: degrees of kinship. In: _____. *Positions and presuppositions in science fiction*. London: Macmillan, 1988. p. 33-43.

Data de submissão: 14/07/2022

Data de aceite: 18/11/2022