

A HORA E A VEZ DA CULTURA DE MASSAS: EM BUSCA DA UTOPIA PERDIDA

Natália Rizzatti Ferreira¹

Resumo: O surgimento e ampliação da cultura de massas emerge no século XX, com a introdução de tecnologias nos meios de comunicação, o que altera substantivamente a sociabilidade moderno-capitalista. A Escola de Frankfurt, com a elaboração do conceito de indústria cultural, se torna paradigmática para os debates ulteriores. Edgar Morin e Frederic Jameson tentam compreender as ambivalências que percorrem as relações que sustentam a cultura industrial. Este artigo apresenta alguns momentos do debate acerca da cultura de massas contemporânea. Palavras-chave: Cultura de massas. Escola de Frankfurt. Frederic Jameson. Edgar Morin.

THE HOUR AND TURN OF MASS CULTURE: IN SEARCH OF THE LOST UTOPIA

Abstract: The emergence and expansion of mass culture emerges in the 20th century, with the introduction of technologies in the media, by changing substantially the modern-capitalist sociality. The Frankfurt School, with the elaboration of the concept of cultural industry, becomes paradigmatic for the subsequent discussions. Edgar Morin and Frederic Jameson try to understand the ambivalence which roam the relationships underpinning the industrial culture. This article presents a few moments of the debate about contemporary mass culture.

Keywords: Mass culture. Frankfurt School. Frederic Jameson. Edgar Morin.

¹ Graduada em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista (UNESP) — campus de Araraquara. Mestranda em Letras, área de concentração em Literatura e Vida Social pela UNESP — campus de Assis. E-mail: natrizz@hotmail.com.

O novo patamar de relações sociais, econômicas e políticas, no qual se insere a sociedade moderno-capitalista no alvorecer do século XX, com a introdução de tecnologias referentes os meios comunicacionais, é o eixo central do que se convencionou denominar de “cultura de massas”. Com a aceleração da produção tecnológica houve, concomitantemente, o aumento do consumo, estabelecendo o paradigma histórico, cuja lógica não é apenas econômica, senão também cultural, a ponto de torná-lo uma mediatização universalizante da vida social.

No âmbito da teoria dialético-crítica, novos estudos se descortinam, os quais mudam o eixo das proposições vigentes até então.² Em contraposição ao “marxismo clássico” — adepto das discussões vinculadas à política, ao Estado e à economia — o “marxismo ocidental”, mapeado por Perry Anderson em *Considerações sobre o Marxismo Ocidental*, passa a dar ênfase aos estudos da subjetividade, da cultura, da arte (estética), da epistemologia, e da filosofia, ou seja, aos aspectos superestruturais. De modo geral, as formulações dos intelectuais desta vertente tecem o diálogo contestatório a algumas das leis férreas do “marxismo reducionista”,³ cujo “problema da determinação” é o mote.

² “[o marxismo] é um fenômeno situado no tempo e no espaço, que reconhece as próprias categorias em que pensa. [...] como discurso emerge quando é tanto possível quanto necessário que o faça, na qualidade de ‘crítica imanente’ do capitalismo e, assim, como um produto da própria época que ele deseja ultrapassar.” (EAGLETON, 1999, p. 13).

³ Caudatário da leitura stalinista, o marxismo reducionista propõe a interpretação mecanicista e positivista do legado de Marx. Trata-se da leitura pragmática do livro *O Capital*, reconhecido como espécie de manual bíblico, e que se traduz por nomes tais como Kautsky e Plekhanov.

O “problema da determinação” refina o modo de assimilar a determinação da cultura pela base econômica, revisando a unilateralidade da premissa de que os aspectos superestruturais são reflexos diretos da infraestrutura, ou seja, da produção econômico-material. Conquanto o marxismo “[...] sublinha a interdependência dos elementos ditos superestruturais e a produção material da vida social [...]” (CEVASCO, 2003, p. 66) é necessário maior complexidade no tratamento da questão, pois a noção em Marx “[...] é muito mais sutil do que a acepção de leis inescapáveis.” (CEVASCO, 2003, p. 67). A frase do 18 de Brumário, “[...] os homens fazem sua história, mas não nas condições que escolheram [...]” exprime bem a “[...] dialética entre a ação humana e condições pré-dadas [...]” (CEVASCO, 2003, p. 67). A determinação não é algo inexorável, mas sim, o exercício de pressões e o estabelecimento de limites, em que há lugar para a agência humana. Restitui-se, assim, a conotação ambivalente do pensamento dialético, o qual compreende os fenômenos sociais no interior da dinâmica conflituosa e, sobretudo, processual.

A linha subterrânea sobre a querela é a preponderância da instância da cultura — enquanto lógica — que propulsa o “moderníssimo” sistema capitalista, com uma alteração relacionada à revolução trazida pelas novas tecnologias nos meios de comunicação. Aos fenômenos culturais configura-se um terreno fértil para novos estudos, onde a Escola de Frankfurt na Alemanha desponta como interessante capítulo da história.

A negatividade da Escola Frankfurt

Tornou-se célebre o famoso ensaio — redigido conjuntamente por Adorno e Horkheimer — sobre aquilo que eles, pioneiramente, chamavam de “indústria cultural”. A favor ou contra, não havia mais como adentrar no debate, sem levar

em conta as formulações promulgadas no texto que, diga-se de passagem, fora elaborado em linguagem laboriosa e exigente, tal qual a abrangência do conceito. Publicado em 1947, *Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*, almeja compreender a indústria cultural como o “sistema” cultural, mais ou menos homogêneo, inteiramente submetido às exigências do capital em seu estágio monopolista: “Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica” (ADORNO, 1991, p. 114).

De frente à extraordinária proporção com que canais de expressão e circulação informativas auferem aos preceitos intrépidos da lógica mercantilista, os autores sustentam a hipótese de que a indústria cultural constitui-se na engenhosa arquitetura de controle social, que abrangeria não só a esfera da objetividade (produção econômica), mas também da subjetividade. O “cálculo preciso” de que a mercantilização e sua sombra inseparável, o fetiche “[...] invadem todas as esferas da vida, colonizando os espaços antes relativamente imunes, incluindo aí [...] a própria natureza e o inconsciente”, é a especificidade do capitalismo moderno⁴.

Não basta produzir mercadorias; há que se produzir, igualmente, a necessidade do consumo: “O poder da indústria cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida” (ADORNO, 1991, p. 128). Na conjuntura, avulta o

⁴ A partir do mundo do trabalho, Marx expõe o “segredo” do fenômeno do fetichismo da mercadoria, que é desvendado na sua própria negatividade: a capacidade de se “ocultar o trabalho alienado na produção, e transformar os produtos em mercadorias” (CEVASCO, 2006, p. 130). Dentro do processo de produção do capital, camufla-se o tempo de trabalho necessário inscrito nos produtos e cria-se o valor baseado na relação social (o *valor de troca*), em detrimento da verdadeira custabilidade (o *valor de uso*). Da relação de subordinação do segundo em relação ao primeiro, advém o poder fantasmagórico exercido pelas mercadorias face aos homens: ela realiza uma inversão, na medida em que “as relações sociais, relações entre homens, aparecem como relações entre coisas” (NETTO, 2006, p. 92).

imperativo da publicidade, “[...] a produção econômica [se entrecruza] com o convencimento ideológico — mercadorias e propagandas são duas faces da mesma compulsão de criar novas necessidades” (CEVASCO, 2003, p. 12). Projeta-se, assim, o novo credo, centrado no indivíduo aquisitivo e na hipervalorização do cidadão consumidor, de forma que a indústria cultural realiza a sua face mais perversa, como se invadisse o ser social, o homem como ser genérico, como identidade absoluta, reificada.

Aliás, para os frankfurtianos, embora o *slogan* sirva para dar a ideia “[...] da concorrência e da possibilidade de escolha [...]” (ADORNO, 1991, p. 116), trata-se de uma perpétua ilusão, pois o esquematismo do procedimento revela os produtos culturais enquanto “[...] sempre a mesma coisa [...]” (ADORNO, 1991, p. 116). Do ponto de vista de quem os usufrue, não restaria alternativa que não o consumo dócil dos modelos pré-fabricados que lhe são oferecidos, com toda a violência simbólica ali embutida: “A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesmo” (ADORNO, 1991, p. 114).

Da tendência da indústria cultural para a produção em série — acompanhando com louvor os avanços do progresso técnico — até a disseminação da cultura, ligada às destrezas mercadológicas, resultou a nivelação da arte aos produtos industriais. É como se, por exemplo, “[...] um filme ou um programa de rádio ou televisão são tanto uma formalização de significados e valores de um determinado tipo de sociedade como produtos que visam o ‘lucro’ em termos de audiência e de vendas a outros mercados” (CEVASCO, 2003, p. 141). Conforme diz a estudiosa do fenômeno Tânia Pellegrini (1995, p.82-83):

a técnica, na indústria cultural, é idêntica à técnica nas obras de arte, apenas no nome. Nesta, ela se refere à organização interna do próprio objeto, à sua

própria lógica. Já a técnica da indústria cultural é a da distribuição e reprodução mecânica, portanto, externa ao produto. Assim, o mercado assimila igualmente fins artísticos e tecnológicos, fetichizando a técnica, de maneira a elaborar produtos em série que sirvam a um gosto-padrão desenvolvido por ele próprio junto a um público considerado como massa.

Em linhas gerais, contribui-se para o aprofundamento da alienação mercantil na própria estrutura da obra de arte, para o “triunfo final da reificação” (ADORNO, 1991, p. 130). Por isso, a indústria cultural “[...] não sublima, mas reprime [...]” (ADORNO, 1991, p. 131), atribuindo o ar de divertimento ao que não passa de prolongamento do trabalho mecanizado. E, como sugerem Adorno e Horkheimer, “[...] divertir-se significa *estar deacordo*” (ADORNO, 1991, p. 135) com a ordem vigente. Derradeiramente, a indústria cultural

pode se ufanar de ter levada a cabo com energia e de ter erigido, em princípio, a transferência muitas vezes desajeitada da arte para a esfera do consumo, de ter despedido a diversão de suas ingenuidades inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitio das mercadorias (ADORNO, 1991, p. 125).

A estetização das imagens midiáticas, nas quais se inclui a lógica do *slogan*, da publicidade, da efemeridade dos produtos e estilos, aproxima a arte da vida cotidiana, o que implica estabelecer a contribuição para o que se vem chamando de “estética da comunicação”, na qual a mídia é estruturadora das definições da cultura e da arte contemporâneas. A fim de sedimentar a contraposição à instrumentalização da obra de arte⁵, ou ainda, à consolidação

⁵ Há, para Jameson, um valor estratégico no termo “instrumentalização”, significativamente utilizado pela Escola de Frankfurt, o que “coloca em primeiro plano a organização dos meios em si mesmos, contra qualquer uso ou valor particular que se atribua à sua prática” (JAMESON, 1994, p. 2).

da barbárie humana, os autores estabelecem parâmetros concretos em defesa daquilo que, a seus olhos, seria arte autônoma, séria, “arte verdadeira”, em contraposição à “arte leve”. Enquanto a primeira trata do depósito da verdade, conferida ao aparecimento dos fenômenos sociais, denunciando-os em sua essência; a segunda, trata da “[...] má consciência social da arte séria” (ADORNO, 1991, p. 127), não passando, assim, de suporte da cultura de massas. Segundo eles: “A pior maneira de reconciliar essa antítese é absorver a arte leve na arte séria, ou vice-versa. Mas é isso que tenta a indústria cultural” (ADORNO, 1991, p. 127).

Assim, a uniformização absoluta da indústria cultural sacrifica completamente qualquer possibilidade de manutenção da diferenciação entre a lógica da obra de arte e as exigências do sistema social — exceto no movimento modernista. Por modernismo entende-se o correspondente estético paralelo à modernidade (do final do século XIX a início do XX), cujo impulso criador atuou em amplas frentes, transgredindo em forma e conteúdo. No âmbito da formalização, incorporam-se à sua linguagem os dispositivos da maquinaria, “[...] contudo, a condição desse interesse residia em que as técnicas e os artefatos fossem abstraídos das relações sociais de produção” (ANDERSON, 1984, p. 9). Já no âmbito da temática, exerce-se o influxo dos valores estético-sociais, emblematicamente atestados por meio do escândalo e do insulto ao público burguês, sempre com feição “feia, dissonante, boêmia, sexualmente chocante” (JAMESON, 1985 p. 25).

Adorno e Horkheimer ao proclamarem — aliás, com mérito — a aplicabilidade da teoria da reificação às obras de artes, vislumbra algumas das tendências que, posteriormente, tornaram-se um quase lugar-comum nos debates acerca da cultura de massas contemporânea. No entanto, as próprias reconfigurações do sistema cultural nas últimas décadas, sobretudo a partir de 1980, transformaram a valorização da alta cultura modernista (“ponto fixo”) — a partir do qual eles

criticavam o estado “degradado” da cultura de massas — em algo, se não inadmissível, ao menos, parcialmente impossível.

Ponderações em Edgar Morin

Na contramão da concepção frankfurtiana, cujo monopólio da indústria cultural torna ilusório qualquer real possibilidade de escolha na recepção cultural, Edgar Morin sustenta a hipótese de que, no que tange ao consumo, a necessidade de variedade e de individualidade impõe limites à concentração tendencial da cultura de massas. Isso porque, operando por equilíbrios e desequilíbrios, a vitalidade da cultura de massas mira a adaptação ao público e vice-versa. Segundo o sociólogo francês: “Em determinado momento precisa-se de mais, precisa-se de *invenção*. É aqui que a produção não chega a abafar a criação, que a burocracia é obrigada a procurar a invenção” (MORIN, 1977, p. 26). A homogeneização dos artefatos artístico-culturais seria assim contrabalanceada pela exigência de um novo produto individualizado, inaugurando-se, “traíçoeiramente”, a dinâmica contradição entre “invenção e padronização”.

As análises de Morin se dão à luz da tentativa de compreender as ambivalências que percorrem a cultura industrial, sem, contudo, se desfazer das principais categorias de Adorno e Horkheimer. Para Barbero (2003, p. 93), a cultura de massas em Morin, seria “[...] não tanto a racionalidade que informa essa cultura quanto o modelo peculiar em que se organizam os novos processos de produção cultural”. Em outros termos, o arsenal teórico frankfurtiano, útil para produzir estudos tão renovadores quanto apocalípticos, continua servindo no que diz respeito ao fato de que cada vez mais bens culturais são gerados através de procedimentos técnicos. Mas o enfoque costuma dizer pouco sobre o que é produzido e o que acontece com os receptores. Nesta perspecti-

va, a cultura de massas se articula, não somente em torno da produção cultural, senão também em torno do consumo e da recepção dos indivíduos, até porque ela “[...] é o único grande terreno de comunicação entre as classes sociais” (BARBERO, 2003, p. 41).

Ainda que a cultura industrial seja marcada pela divisão social do trabalho, ela “[...] não é, de modo algum, incompatível com a individualização da obra” (MORIN, 1977, p. 31). Entre padronização e individuação, haveria então a tensão dialética, a qual “[...] tende frequentemente a se amortecer em uma espécie de termo médio” (MORIN, 1977, p. 31). Tal relação de tensionamento nunca é estável, nem parada. Longe disso, ela se modifica a cada obra nova, “[...] segundo relações de forças singulares e detalhadas” (MORIN, 1977, p. 33). É a liberdade que se pode notar, por exemplo, na cinematografia francesa da *nouvelle vague*.

Em cada caso, portanto, se estabelece uma relação específica entre a lógica industrial-burocrática-monopolista-centralizadora-padronizadora e a contralógica individualista-inventiva-concorrencial-autonomista-inovadora. Essa conexão complexa pode ser alterada por qualquer modificação que afete um só de seus aspectos. É uma relação de forças submetidas ao conjunto das forças sociais as quais mediatizam a relação entre o autor e o seu público; dessa conexão de forças depende, finalmente, a riqueza artística e humana da obra produzida (MORIN, 1977, p. 28).

A consequência histórica é a paulatina aproximação entre pólos, até então antagonísticos e incomunicáveis, mantenedores da barreira segura que hierarquicamente dividia a cultura erudita da cultura popular, e criadores de um subproduto homogêneo que descaracteriza ambas as formas de expressão estética. Há algum tempo a indústria cultural vem incorporando diversas manifestações artísticas de origem

popular, de forma que a vulgata estereotipada, tributária dos seus próprios padrões desprezados, revela-se hoje com nuances, de forma matizada. Segundo Morin: “E é justamente no momento em que elas parecem opostas ao máximo, que a ‘alta cultura’ e ‘cultura de massa’ se reúnem, uma pelo seu aristocratismo vulgar, outra pela sua vulgaridade, sedenta de *standing*” (MORIN, 1977, p. 19).

A utopia em Frederic Jameson

Afinado às transformações contemporâneas da cultura, Frederic Jameson propõe um novo modelo interpretativo. Segundo ele, a prioridade de tratamento, dada pela teoria de cultura de massas, definindo seu objeto em contraposição a “alta cultura”, é critério irrefletido, pois o embasamento está em juízos valorativos⁶. Se por um lado, os frankfurtianos estigmatizam a indústria da cultura de massas, por outro, a vertente militante a exalta:

Assim, o tema familiar do elitismo defende a prioridade da cultura de massa, com base na pura quantidade de pessoas a ela expostas; a busca da alta cultura, ou cultura hermética, é então estigmatizada como um passatempo típico do *status* de um reduzido grupo de intelectuais (JAMESON, 1994, p. 1).

Para o crítico norte-americano, o que é insatisfatório na posição da Escola de Frankfurt não é a dimensão crítica e negativa, mas, sim, o valor *positivo* (o “ponto fixo”) ao qual

⁶ Nas suas palavras: “se proponho adiante um modo um pouco diferente de observar o mesmo fenômeno, não é porque sinto que sua abordagem [da Escola de Frankfurt] tenha sido esgotada. Ao contrário, mal começamos a desvendar todas as consequências de tais descrições, sem mencionar a elaboração de um inventário exaustivo de modelos variantes e de outros traços além da reificação mercantil, em termos dos quais esses artefatos poderiam ser analisados” (JAMESON, 1994, p. 6).

ela se vincula: a valorização da alta cultura modernista — antevista como o lócus da produção estética genuína e autônoma, crítica e subversiva — a partir da qual se critica, com contundência, o estado “degradado” da cultura de massas. Em contraposição a esse juízo estético absoluto, Jameson afirma que no transcorrer da história “[...] tendências fragmentárias e — por ora — não desenvolvidas, na produção artística recente [...] sugerem uma crescente interpenetração de alta cultura e cultura de massa” (JAMESON, 1994, p. 6). A partir da dissolução das fronteiras que serviam de base para a “clássica dicotomia”, “[...] a obra-prima da alta cultura moderna — seja ela Schoenberg, Beckett ou mesmo o próprio Brecht — não pode servir como um ponto fixo ou um padrão eterno para aferir o estado ‘degradado’ da cultura de massa” (JAMESON, 1994, p. 6).

O modernismo também deve ser compreendido, a partir de suas relações com a estrutura mercantil que domina todo o espectro da cultura de massas: a diferença é que a sua vocação crítica o impelia para a formulação da linguagem estética, resistente à satisfação mercantil, à instrumentalização. Tanto o modernismo, quanto a cultura de massas se constituem em reações formais antitéticas em face de uma situação social comum, sendo caracterizadas por uma pressão para que se produza algo que resista à gravidade da repetição. Haveria, inclusive, certa ênfase estratégica da cultura de massas para a inovação e a novidade — como meta obrigatória para romper com estilos prévios. Deste ponto de vista, em tempos contemporâneos, o inter-relacionamento entre cultura de massas e alta cultura faz com que a ênfase analítica se centre na situação social e estética de cada objeto artístico-cultural.

Para Jameson (1994, p. 14), o dilema atual da arte política e engajada se “[...] constitui um problema, mais do que uma escolha ou opção pronta”. Até porque a “[...] criação cultural autêntica depende, para a sua existência da vida co-

letiva autêntica, da vitalidade do grupo social orgânico” (JAMESON, 1994, p. 14), não comportando, assim, crivar de antemão ao discurso artístico individual “[...] os signos políticos e de classe [...]” ou ainda formular “[...] um tipo de linguagem cultural em situações que ainda não existem” (JAMESON, 1994, p. 15).

A partir do diagnóstico da *fissura histórica* — na qual, “[...] pouca coisa restou da arte contemporânea, em forma ou conteúdo, que pareça intolerável e escandaloso à sociedade de nosso tempo” (JAMESON, 1985, p. 25) — subjacente ao descabimento da ideia da cultura de massas enquanto mera manipulação — “[...] pura lavagem cerebral e distração vazia, efetuado pelas corporações multinacionais que [supostamente] controlam atualmente cada característica de sua produção e distribuição [...]” (JAMESON, 1994, p. 6) — o crítico desenvolve a acepção de pós-modernidade. Eis algumas das suas características:

Novos tipos de consumo, obsolescência programada, um ritmo ainda mais rápido de mudanças na moda e no *styling*, a penetração da propaganda, da televisão e dos meios de comunicação em grau até agora sem precedentes e permeando a sociedade inteira, a substituição do velho conflito cidade e campo, centro e província, pela terciarização e pela padronização universal, o crescimento das grandes redes de autoestradas e o advento da cultura do automóvel — são vários os traços que pareciam demarcar uma ruptura radical com aquela sociedade antiquada de antes da guerra, na qual o modernismo era ainda uma força clandestina (JAMESON, 1985, p. 26).

Para além da visão meramente intelectualista e, de certo modo, do “bom gostismo”, lança-se o olhar sob a cultura de massas, em que longe de tomá-la como gênero menor, submetida às injunções da esfera da reificação e da manipulação, torna-se agora significativa em seus próprios termos, o que não implica em uma despolitização, mas, sim, em aten-

40 | Políticas em movimento: culturas, narrativas e mobilizações sociais

tar-se para o fato de que a experiência do sujeito contemporâneo é indissociável da cultura midiática.

Considerações Finais

Imbuído da tentativa de ampliação da análise dialética acerca da cultura de massas, Frederic Jameson parece bastante próximo às análises de Edgar Morin. Há — em ambos — a disposição renovada em compreender os usos e sentidos da recepção cultural, tanto em suas misérias quanto em suas eventuais grandezas. Eles asseveram a necessidade de que a análise da cultura de massas, cada vez mais generalizada, seja capaz não só de desvendar os mecanismos de mistificação e dominação, senão também as possibilidades de resistência que se abrem no interior da recepção dos sujeitos, em sua vida social. Para Jameson, ademais, há a necessidade do novo método que abarque tanto as funções ideológicas negativas quanto as utópicas positivas.

Ora, imbricados às contradições e conflitos que a sociedade moderno-capitalista produz, há, inexoravelmente, a sombra antagônica, as formas de resistência social: “[...] o conflito é inevitável e responde pela convivência e pelo atrito do modo dominante com o alternativo” (CEVASCO, 2003, p. 127). A tarefa crítica da prática oposicionista na contemporaneidade se vislumbra, assim, na busca pelos elementos emergentes em seus objetos de análise: “[...] fazer ver os conteúdos utópicos das formas culturais, as tentativas de imaginar um outro tipo de relações sociais” (CEVASCO, 2003, p. 150).

Sob o predomínio completo da cultura de massas, a revitalização das possibilidades da análise dialética deposita naluta cultural umas das “frentes de batalha” e exige que se transcendam as polaridades do debate — ou *é alta cultura* e, portanto, elitista, ou *é cultura demassae*, portanto, lixo cultural” (CEVASCO, 2003, p. 142). Se a produção dos discursos e

das imagens contemporâneas são afinadas pelos meios de comunicação de massa, há a digníssima ressalva de que não pode se confundir *meios* com *mensagens*: “Não existe nenhum determinismo tecnológico que obrigue os meios de comunicação de massa a disseminar, como o fazem, o lixo cultural” (CEVASCO, 2003, p. 147).

Referências:

ADORNO, T. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1991.

ANDERSON, P. Modernidade e revolução. *Novos Estudos. Número 14*, 1984.

BARBERO, M. *Dos meios às mediações — comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

CEVASCO, M. E.E agora? O que ainda pode fazer a crítica cultural empenhada? In: *Crítica Marxista*. São Paulo: Revan, 2006.

CEVASCO, M. E. *Dez lições sobre estudos culturais*. São Paulo: Boitempo, 2003.

EAGLETON, T. *Marx e a liberdade*. São Paulo: Editora Unesp, 1999.

JAMESON, F. Pós-modernidade e sociedade de consumo. *Novos Estudos CEBRAP*. São Paulo, n. 12, p. 16-26, jun. 1985.

JAMESON, F. Reificação e utopia na cultura de massa. *Crítica Marxista*. São Paulo, n. 1, p. 1-25. 1994.

MORIN, E. *Cultura de massas no século XX*. O espírito do tempo: I Neurose. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.

NETTO, J. P. *Economia política: uma introdução crítica*. Cortez, 2006.

PELLEGRINI, T. Aspectos da produção cultural brasileira. In: *Crítica Marxista*. v. 2. São Paulo: Revan, 1995.