

## **Comunicando a unidimensionalização: Herbert Marcuse e a reflexão das práticas midiáticas**

**RAFAEL DUARTE OLIVEIRA VENANCIO\***

### **Resumo:**

O presente artigo apresenta um retrospecto teórico das temáticas da Cultura e Identidade – essa tomada também como identificação e individualização – dentro das principais obras de Herbert Marcuse, em especial *Razão e Revolução* e *A Ideologia da Sociedade Industrial*. Após traçar esse arcabouço, pretendemos ilustrar os conceitos filosóficos utilizando exemplos midiáticos presentes nas práticas midiáticas atuais, buscando demonstrar a pregnância que um pensamento da época da contracultura pode ter no século XXI.

**Palavras-chave:** Contracultura; Comunicação Social; Mídia; Reificação.

### **Abstract:**

This article presents a theoretical retrospect of Herbert Marcuse's ideas on Culture and Identity – also seen as identification and individualization – at his main works, specially *Reason and Revolution* and *One-Dimensional Man*. After this framework's construction, we intend illustrate the philosophical concepts using present mediatic examples, aiming to show how fruitful a counter-culture thought may be at the 21<sup>st</sup> century.

**Key words:** Counter-culture; Social Communication; Media; Reification.



\* **RAFAEL DUARTE OLIVEIRA VENANCIO** é Doutor em Meios e Processos Audiovisuais pela Universidade de São Paulo (USP) e Professor do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação na Universidade Federal de Uberlândia (UFU).



Criticado ou celebrado, Herbert Marcuse não pode deixar de ter um papel de destaque no pensamento filosófico do século XX. No perfil escrito para a revista *Playboy* de setembro de 1970, o jornalista Michael G. Horowitz (1970, p. 228) não exagerou ao afirmar que, em 1968, “a insurreição dos estudantes e dos operários na França o canonizou como o Karl Marx do século XX”.

O interessante é que esse reconhecimento, muitas vezes, chegou a Marcuse tal como foi exemplificado acima, ou seja, pelos meios de comunicação de massa e por outras instituições de *mainstream* da época. É algo que se torna conflituoso por si só, já que ele, considerado um dos membros mais conhecidos da chamada Escola de Frankfurt, foi autor de ferrenhas críticas a esse âmbito da comunicação. Chegou até mesmo cogitar as benesses da “mera ausência de toda propaganda e de todos os meios doutrinários de informação e diversão” (MARCUSE, 1967, p. 226).

Tal como Rolf Wiggershaus (2006, p. 127) afirma, “os dois grandes filósofos da alienação, da reificação e da inautenticidade que atingiram a glória nos anos 20, Georg Lukács e Martin Heidegger, foram os dois grandes inspiradores de Herbert Marcuse”. Dessa forma, a temática da cultura e de identidade – tomada também como identificação e individualização – possuem um forte papel no contexto geral de seu pensamento.

A intenção do presente artigo é fazer, de modo sintético e didático, um retrospecto pelas duas temáticas dentro das principais obras de Herbert Marcuse, em especial *Razão e Revolução* e *A Ideologia da Sociedade Industrial*. Após traçar esses caminhos de pensamento, pretendemos ilustrar, já à guisa de conclusão, os conceitos utilizando exemplos midiáticos que nos são próximos.

**Influência marxista: trabalho alienado**

Em 1940, Marcuse publicou *Razão e Revolução*, ápice nos seus estudos sobre Teoria Social na fronteira entre idealismo alemão e marxismo. Publicado em inglês, é considerado um dos livros do Instituto de Pesquisa Social exilado na Universidade de Columbia, NY. É dividido em 3 partes – *Os Fundamentos da Filosofia de Hegel*, *O Advento da Teoria Social* e *O fim do Hegelianismo* – e busca traçar um amplo cenário da filosofia hegeliana e sua força na criação posterior de uma teoria social.

Dentro desse escopo, Marcuse faz uma ampla explicação do conceito de alienação em Marx na primeira metade da segunda parte, onde busca retratar não apenas o movimento Jovem Hegeliano, mas também a crítica de Kierkegaard a Hegel e a construção da dialética marxista.

Na seção sobre Karl Marx e Trabalho Alienado, Marcuse (1969, p. 250) afirma que os escritos do Jovem Marx “consideram a forma do trabalho da sociedade moderna como constituindo a ‘alienação total’ do homem. O emprego desta categoria liga a análise econômica de Marx a uma categoria básica da filosofia hegeliana”. Ora, sabemos que Hegel e Marx utilizavam dois termos para definir alienação: *Entfremdung* e *Entäusserung*. Em Hegel,

sabemos que *Aeusserung* designa a simples saída de si de uma interioridade, sem que seja decidido se esta ‘saída’ conduzirá ou não a uma autêntica determinação reflexiva de si mesmo (neste caso se falará de *Entäusserung*) ou a uma perda de si sem retorno, em uma realidade definitivamente estrangeira (o que seria, no sentido próprio, uma *Entfremdung*, uma

‘alienação’) (JARCZYK, 1984, p. 118);

Já em Marx, há polêmica posterior se *Entfremdung* e *Entäusserung* significavam ou não a mesma coisa. Em português, normalmente há a distinção na tradução: *Entfremdung* vira estranhamento e *Entäusserung* vira alienação. Tal como Marcuse (1969, p. 252) lembra que “Marx apresenta a alienação do trabalho como exemplificada, primeiro, na relação do trabalhador ao produto do seu trabalho e, segundo, na relação do trabalhador à sua própria atividade”. Assim, lembrando a citação marcusiana dos *Manuscritos Econômico-Filosóficos*,

o objeto que o trabalho produz, o seu produto, é enfrentado como uma *entidade alheia*, como uma força que se torna *independente* do seu produtor. A realização do trabalho é sua objetificação. Sob as condições econômicas dominantes, esta realização do trabalho aparece como o seu oposto, como a negação do trabalhador. A objetificação aparece como a perda do objeto e a escravização pelo objeto e a apropriação como alienação e expropriação (MARCUSE, 1969, p.253).

A análise de *Razão e Revolução* passa pela ideia de que o processo de alienação afeta a todas as camadas da sociedade. “Os sentidos, as fontes primárias de liberdade e de felicidade segundo Feuerbach, são reduzidos a um ‘sentido de posse’. Eles consideram seu objeto somente como algo de que podem ou não tomar posse” (MARCUSE, 1969, p.254). Essa concepção feuerbachiana é relacionada ao Fetichismo das Mercadorias, exposto n’*O Capital*.

Na leitura de Marcuse (1969, p. 255) desse conceito marxista, o capitalismo “relaciona os homens uns com os outros

por meio das mercadorias que eles trocam. A condição social dos indivíduos, seu padrão de vida, a satisfação dos seus desejos, sua liberdade e seu poder são inteiramente determinados pelo valor de suas mercadorias”. Portanto, os indivíduos participam do processo social apenas como possuidores de mercadorias, sendo suas relações mútuas as de suas mercadorias.

Dessa forma, o trabalho alienado é a fonte da negatividade da sociedade e somente com a sua abolição poderá haver uma reversão das condições impostas pelo fetichismo. É essa análise do trabalho alienado feita por Marcuse que irá ecoar nos seus livros mais importantes – como *Eros e a Civilização* e *A Ideologia da Sociedade Industrial* (na construção do Homem Unidimensional) –, sendo um dos pilares de sua análise da identidade, da ideologia e da cultura do século XX.

### **Homem unidimensional e dessublimação repressiva**

Ora, a reflexão de Marcuse sobre o “Homem Unidimensional” passa por sua reflexão sobre a integração política da sociedade industrial desenvolvida – tese também analisada por Adorno (2008), com inspiração nos *Princípios de Sociologia*, de Herbert Spencer) – e pela conquista cada vez maior do homem e da natureza, tal como é feito na *Dialética do Esclarecimento*, de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer.

Assim, Marcuse (1967, p. 69) busca como

certas noções e imagens-chave da literatura e seu destino exemplificarão como o progresso da racionalidade tecnológica está liquidando os elementos de

oposição e transcendentais da “cultura superior”. Eles sucumbem, de fato, ao processo de *dessublimação* que predomina nas regiões avançadas da sociedade contemporânea (MARCUSE, 1967, p. 69).

A tese marcusiana se centra em afirmar que “o que está ocorrendo agora não é a deterioração da cultura superior numa cultura de massa, mas a refutação dessa cultura pela realidade” (MARCUSE, 1967, p. 69).

É um movimento de aplanamento onde não há mais a crítica da realidade pela alta cultura (uma bidimensionalidade), mas a incorporação desses valores culturais à ordem estabelecida. (unidimensionalidade). Com esse aplanamento, há o desaparecimento das figuras artísticas “demolidoras”, altamente críticas perante a realidade social: “o artista, a adúltera, o grande criminoso e pária, o guerreiro, o poeta insubmisso, o demônio, o tolo: os que não ganham a vida – pelo menos de modo ordeiro e normal” (MARCUSE, 1967, p. 71).

Essas figuras são representantes da *alienação artística*, formas positivas e de crítica social. No entanto, essas “obras alienígenas e alienadoras da cultura intelectual se tornam mercadorias e serviços familiares”, esvaziando-se e perdendo sua consciência infeliz do mundo dividido (MARCUSE, 1967, p. 73).

Assim, com o fechamento da alienação artística, o movimento da Grande Recusa é, por sua vez, recusada, sendo absorvida pelo estado de coisas predominante, pelo “atual”. “As obras de alienação são, elas próprias, incorporadas nessa sociedade e circulam como parte e parcela do equipamento que adorna e psicanalisa o estado de coisas predominante. Tornam-se, assim,

anúncios – vendem, reconfortam, excitam” (MARCUSE, 1967, p. 75).

Esse movimento de derrota da alienação artística e da crítica se deve ao próprio processo de racionalidade tecnológica e ao processo sociopsicanalítico ordinário, onde “o psiquiatra cuida dos Don Juans, Romeus, Hamlets, Faustos da mesma forma como cuida de Édipo – ele os cura” (MARCUSE, 1967, p. 81). Dessa forma, “as prescrições para desumanidade e injustiça estão sendo administradas por uma burocracia racionalmente organizada, que é, contudo, invisível em seu centro vital” (MARCUSE, 1967, p. 81). Além disso, o funcionamento da racionalidade na presente configuração da sociedade tecnológica, busca

diminuindo a energia erótica e intensificando a energia sexual, a realidade tecnológica *limita o alcance da sublimação*. Reduz também a *necessidade* de sublimação. No mecanismo mental, a tensão entre o que é desejado e o que é permitido parece consideravelmente reduzida e o Princípio da Realidade não parece exigir uma transformação arrasadora e dolorosa das necessidades instintivas. O indivíduo deve adaptar-se a um mundo que não parece exigir a negação de suas necessidades mais íntimas – um mundo que não é essencialmente hostil (MARCUSE, 1967, p. 83).

Aqui, Herbert Marcuse revisita, assim, um dos temas fundadores da Teoria Crítica/Escola de Frankfurt, os estudos da formação da personalidade autoritária de Fromm e Horkheimer. Só que, o que antes eram tempos de nazi-fascismo, agora é a era da propaganda do “tudo pode”. Para ele, a extrema liberdade – a nova face da *mais repressão*, conceito desenvolvido em

*Eros e a Civilização* – “age mais a favor do que *contra* o *status quo* de repressão geral – pode-se falar de ‘dessublimação institucionalizada. Esta parece ser um fator vital na formação da personalidade autoritária de nossa época” (MARCUSE, 1967, p. 84).

Mas, como isso pode ser possível? Ora, em um funcionamento psicossocial normal,

o Superego, ao censurar o inconsciente e ao implantar a consciência, também censura o censor porque a consciência desenvolvida registra o mau ato proibido não apenas no indivíduo, mas também em sua sociedade. Inversamente, a perda da consciência em razão das liberdades satisfatórias concedida por uma sociedade sem liberdade favorece uma *consciência feliz* que facilita a aceitação dos malefícios dessa sociedade (MARCUSE, 1967, p. 85).

Após concluir a instauração da Consciência Feliz, Marcuse começa, ao longo dos próximos capítulos, a analisar a influência dela na linguagem e na formação do pensamento. No final do livro, Marcuse reafirma a sua esperança na saída:

Contudo, por baixo, da base conservadora popular está o substrato dos párias e estranhos, dos explorados e perseguidos de outras taças e de outras cores, os desempregados e os não-empregáveis. Eles existem fora do processo democrático; sua existência é a mais imediata e a mais real necessidade de por fim às condições e instituições intoleráveis. Assim, sua oposição atinge o sistema de fora para dentro, não sendo, portanto, desviada pelo sistema, é uma força elementar que viola as regras do jogo e, ao fazê-lo, revela-o como



um jogo trapaceado. Quando eles se reúnem e saem às ruas, sem armas, sem proteção, para reivindicar os mais primitivos direitos civis, sabem que enfrentam cães, pedras e bombas, cadeia, campos de concentração e até morte. Sua força está por trás de toda manifestação política para as vítimas da lei e da ordem. O fato de eles começarem a se recusar a jogar o jogo pode ser o fato que marca o começo do fim de um período (MARCUSE, 1967, p. 235).

### **Identidade e cultura na reflexão das práticas midiáticas**

Sem sombra de dúvidas, a reflexão marcusiana foi de extrema importância e ainda encontra pregnância em reflexões atuais. Um bom exemplo disso, talvez, estejam nos chamados Estudos Pós-Coloniais, onde a principal figura é Homi K. Bhabha. Tanto antes, com Marcuse, como agora, a crença emancipadora naqueles que estão fora da ordem, fora do discurso, é a força motriz da crítica da situação atual da sociedade.

Essa solução benjaminiana de Herbert Marcuse – já que sua inspiração advém da famosa constatação do primeiro em uma “esperança nos desesperançados – encontra ecos nas correntes mais atuais do pensamento social através de referências distintas. Basta perceber a centralidade, no pensamento de Homi Bhabha, da frase de Franz Fanon proveniente de *Les damnés de la terre*: “O colonizado homem subdesenvolvido é a criatura política no sentido mais global do termo” (FANON *apud* BHABBA, 2004, p. vii)

Dessa forma, as práticas midiáticas, temática do presente artigo, operam não como manipuladoras do discurso, mas sim imersas no *status quo* discursivo

como *reapresentações* do mundo dominantes. Dessa forma, sua função, dentro do arcabouço teórico apresentado, é unidimensionalizar e dar visibilidade à racionalidade instrumental.

Ora, quando Marcuse (1969, p. 255) afirma que “a condição social dos indivíduos, seu padrão de vida, a satisfação dos seus desejos, sua liberdade e seu poder são inteiramente determinados pelo valor de suas mercadorias”, é impossível não relacionar com a velha fórmula de *quis* publicado nas revistas de comportamento.

Um exemplo breve estava em destaque no site da revista *NOVA* em maio de 2009. Em sua chamada, a reflexão marcusiana vem à tona: “O que suas roupas dizem de você? Autoconfiante ou dependente crônica das vitrines de loja? (...) Sim, garota, as roupas e os acessórios lá no seu armário dão pistas das suas preocupações e, principalmente, intenções”.

Muito mais que incentivar a reificação das relações sociais, as revistas modificam até mesmo as formas de expressar os sentimentos em sintagmas. Quantas vezes não vemos “Eu *tenho* felicidade”, ao invés “eu *sou* feliz”. As revistas, principalmente de comportamento, nos compelem à posse: “*Tenha* uma vida sexual melhor”, “*Tenha* uma vida mais saudável”. Assim, atividades que são feitas em âmbito relacional, viram meras questões de posse, muitas vezes mediadas por mercadorias, já que a diferença de um “sucesso” sexual, para essas revistas, pode estar no uso da sutiã X combinadas com três gotas de perfume Y.

Outro exemplo está na ascensão e queda das celebridades midiáticas. 14 de

setembro de 2011. Fotos nuas de Scarlett Johansson são “vazadas” na Internet. Uma das estrelas *sex symbol* do cinema contemporâneo, a loira fora votada como a mulher mais sexy viva pela revista *Esquire* em 2006 (seria escolhida pela segunda vez em 2013, se tornando a única a conquistar tal feito) e a celebridade mais sexy pela *Playboy*. Além disso, era notória sua recusa em aceitar trabalhos cinematográficos e fotográficos que envolviam qualquer forma de nu.

As fotos, tecnicamente hackeadas de seu celular, mostraram uma Scarlett em sua intimidade, tirando um *selfie* de nu diante de um espelho e um retrato com o seio esquerdo nu entre os lençóis digno de lembrança das fotos de Marilyn Monroe na primeira edição de *Playboy* em dezembro de 1953.

O frenesi provocado na Internet pelas fotos fez a estrela agir rápido e emitir tanto uma declaração quanto uma tentativa de proibição de veicular as fotos, quase que em vão. No entanto, sua aura sexy só se torna reforçada.

Abril de 2014. Scarlett Johansson aceita realizar um filme com cenas de nu, *Under the Skin* (no Brasil, *Sob a Pele*) dirigido por Jonathan Glazer. Antes da estreia do filme, fotos das cenas são “vazadas” na Internet. Finalmente a estrela, agora com cabelos negros, se revelaria. No entanto, ao invés de fascínio, a reação das mídias digitais sociais foi a oposta:

A nova polêmica começou quando Scarlett apareceu como veio ao mundo em cenas de seu novo filme (*Under The Skin*), e teve feedbacks dos mais variados. Dentre os mais absurdos, surgiram comentários nas redes sociais do tipo: “esperava mais dela”, “ela não é grandes coisas”, “tá fraquinha, hein?”, teve gente que até ousou chamá-la de

“gorda”. Por um outro lado, ela, mais uma vez, deu esperanças àqueles que, assim como eu, ainda preferem a beleza natural da mulher – aquela que, para ser alcançada, não exige o levantamento de toneladas no leg press ou a utilização do Photoshop, e que, apesar de causar enfartes e sonhos molhados, não é comumente vista em capas de revista, outdoors ou nas passarelas da Fashion Week (COIRO, 2014, s/n).

E tal repercussão não se ficou restrita à esfera masculina das redes sociais, mas também foi alvo de comentários femininos similares:

Dai que a Scarlett Johansson aparece completamente nua no filme *Under the Skin*, até ai tudo normal, muitas atrizes apareceram, aparecem e ainda vão aparecer nuas em filmes, publicidades, fotos, etc.

Mãããs rolou uma polêmica esdrúxula na internet por causa das fotos (pra quem não viu segue lendo que tem ai no post) o que apareceu de mulher criticando a atriz não tá escrito.

Ao postar meu comentário sobre a nudez dela no facebook fui surpreendida por alguns comentários que criticavam o corpo da atriz e diziam coisas como “os peitos delas são caídos”.

E é por isso que tô escrevendo este post, não sei qual é o padrão de beleza que as mulheres que tanto julgaram a Scarlett tem, sei menos ainda dá onde tiraram a ideia de que ela não é gostosa ou tem peito caído. Ela não é malhada, não é gorda, tem um corpo lindo, um corpo que muitas mulheres têm ou podem vir a ter, sem plásticas, silicoes e malhação.

O que me deixa intrigada é pensar que, talvez, as mesmas mulheres que tanto falaram mal são as que

recorrem a velha citação “o padrão de beleza que a mídia impõe é cruel” quando descobrem algo que não as agrada no próprio corpo.

Vamo acordar mulherada, porque só não tem peitos naturais como o da Scarlett quem não tem peito ou quem tem silicone e só não tem um corpo natural como o dela quem vira escravo do “padrão de beleza cruel que a mídia impõe” (ACID GIRL, 2014, s/n).

Como a mulher mais *sexy* viva pode se tornar a mulher menos desejada sem nenhuma mudança significativa em sua fisionomia? Mais um exemplo patente da unidimensionalização que transformam tudo que está na mídia em mercadoria, passível de “altas e baixas” sem mudança estrutural. Eis uma bolsa de valores dos afetos.

A unidimensionalização *reapresentada*, muitas vezes em marcha, pelas práticas midiáticas se utilizam de elementos da própria contracultura. Em junho de 2009, a rede brasileira de *fast food* árabe, *Habib's*, utilizava sócias de Fidel Castro e Ernesto Che Guevara, em sua publicidade televisiva, para falar que era “uma revolução” o fato de que sua esfiha de carne estava com o preço fixo de R\$ 0,49 (GIOVANNI, 2009). Tal como o pensamento do próprio Herbert Marcuse (1967, p. 70) anuncia: “As grandes palavras de liberdade e realização, ao serem pronunciadas por líderes e políticos em campanhas nas telas, no rádio e nos palcos, tornam-se sons sem significado algum que só adquirem significado no contexto da propaganda, dos negócios, da disciplina, do repouso”. Esse raciocínio pode ser levado muito além:

As críticas neoconservadoras à crítica esquerdista da cultura de massa ridicularizam o protesto contra o uso de Bach como música de fundo na cozinha, contra Platão

e Hegel, Shelley e Baudelaire, Marx e Freud na banca de jornais. Insistem os neoconservadores em que deve ser reconhecido o fato de os clássicos terem saído do mausoléu, voltando à vida, em que o povo está sendo mais educado. É verdade, mas voltando à vida como clássicos, eles voltam à vida diferentes de si mesmos; são privados de sua força antagônica, do alheamento que foi a própria dimensão de sua verdade. O intento e a dunação dessas obras foram, assim, fundamentalmente modificados. Se antes estavam em contradição com o *staus quo*, essa contradição se mostra hoje aplanada (MARCUSE, 1967, p. 76).

Dessa forma, visto sob o olhar do arcabouço teórico marcusiano, as questões de identidade e cultura na mídia são ecos do amplo movimento de individualizar os indivíduos através das mercadorias – dos modismos – ofertados. A mídia não nos manipula para nos tornar reificados, ela apenas nos dá objetos de desejo que completarão nossa transformação em bens de consumo. Bens esses consumidos não só pelo Capital, mas também pelo nosso mais terno amigo.

Não nos apaixonamos mais por pessoas, mas por embalagens que nos são vendidas pelos meios, ou seja, pelas práticas midiáticas. Se retornarmos a Marcuse, esse movimento está posto muito antes do surgimento do século XXI. Talvez seja esse o motivo que o faz pensar na salvação imposta pela impossível revogação dos meios de comunicação de massa:

Vejamos um exemplo (infelizmente fantástico): a mera ausência de toda propaganda e de todos os meios doutrinários de informação e diversão lançaria o indivíduo num vazio traumático no qual ele teria a oportunidade de cogitar e pensar, de



conhecer a si mesmo (ou antes, o negativo de si mesmo) e a sua sociedade. Privado de seus falsos pais, líderes, amigos e representantes, teria de novamente aprender o ABC. (...) O não-funcionamento da televisão e dos meios estranhos de informação pode, assim, começar a conseguir o que as contradições inerentes ao capitalismo não conseguiram – a desintegração do sistema (MARCUSE, 1967, p. 226).

As práticas midiáticas são a porta impossível para mais uma contradição sistêmica do Capital. No entanto, não haveria como, tal como é indicado acima, abri-la, deixando-a apenas como uma via de emancipação vista de longe. Dessa forma, tal como Marcuse constata, a esperança está naqueles que estão fora do jogo e, conseqüentemente, fora da movimentação *representacional* da mídia.

A esperança no lumpemproletariado de Marcuse é análogo à esperança nas vítimas do colonialismo posta pelos pensadores da vertente de Homi Bhabha. São os condenados da Terra a única porta possível de saída, pois somente aqueles que estão “fora do discurso” – sofrendo com jogo de opressão atual daqueles que estão dentro e suas relações sociais reificadas – podem ser a fronteira possível de crítica e mudança. A saída é pós-colonial e não nas *ecobags* que, curiosamente, são cada vez mais alvos temáticos das práticas midiáticas.

#### Referências

- ACID GIRL. “Scarlett Johansson nua em filme”. **Blog Acidez Feminina**, 22/04/2014. Disponível na Internet em: <<http://www.acidezfeminina.com.br/noticias/scarlett-johansson-nua-em-filme/>>. Acesso em 22/07/2014.
- ADORNO, T.W. **Introdução a Sociologia**. São Paulo: Ed. Unesp, 2008.
- BHABHA, H.K. “Framing Fanon”. In: FANON, F. **The Wretched of the Earth**. New York: Grove Press, p. vii-xli.
- COIRO, R. “O que podemos aprender com a nudez da Scarlett Johansson”. **Blog do Casal Sem Vergonha**, 29/04/2014. Disponível na Internet em: <<http://www.casalsemvergonha.com.br/2014/04/29/o-que-podemos-aprender-com-a-nudez-da-scarlett-johansson/>>. Acesso em 22/07/2014.
- GIOVANNI. “Revolução Habib’s” (spot de TV), 2009. Disponível na Internet em: <<https://www.youtube.com/watch?v=D12iN2iCQUA>>. Acesso em 25/03/2015.
- HOROWITZ, M. G. “Portrait of the marxist as an old trouper”. **Playboy Magazine**. Chicago: Playboy, p. 174-6, 228, 231-2, setembro de 1970.
- JARCZYK, G. “O conceito do trabalho e o trabalho do conceito”. **Filosofia Política**. Porto Alegre. 1: 115-129, 1984.
- MARCUSE, H. **A Ideologia da Sociedade Industrial**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- MARCUSE, H. **Razão e Revolução**. Rio de Janeiro: Saga, 1969.
- WIGGERSHAUS, R. **A Escola de Frankfurt**. Rio de Janeiro: Difel, 2006.

Recebido em 2014-12-18  
Publicado em 2016-01-15