



REFLEXÕES SOBRE A INDÚSTRIA CULTURAL E O SABER TÉCNICO-OPERACIONAL EM ADORNO¹

Genilson da Conceição Oliveira

Mestrando em Filosofia (PPGFil/UVA), Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA)
genilsonolive15@gmail.com

Resumo: Este artigo analisa o conceito de indústria cultural no pensamento de Theodor W. Adorno em parceria com Max Horkheimer, sobretudo, na obra *Dialética do Esclarecimento* (1985), buscando compreender os impactos da mercantilização da cultura na formação social e cultural dos indivíduos. Para isso, investiga-se como a cultura, na sociedade capitalista deixa de exercer uma função crítica e emancipadora para transformar-se em produto voltado ao consumo das massas. Nesse contexto, a vida em sociedade é marcada por uma racionalidade instrumental que orienta a produção cultural para atender interesses econômicos do capitalismo tardio, tendo a indústria cultural como mecanismo de controle social, para padronizar o comportamento das pessoas na sociedade.

Palavras-chave: Cultura, Indústria Cultural, Mercadoria.

¹ Agradeço ao Projeto Inovação, Desenvolvimento e Sustentabilidade do Programa de Bolsa Institucional de Pós-Graduação (PBIPG) e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pelo financiamento da pesquisa, ao curso de Mestrado Acadêmico em Filosofia da Universidade Estadual Vale do Acaraú (PPGFIL/UVA) e ao Professor Dr. Ermínio de Sousa Nascimento pela dedicação às orientações. Parte deste artigo foi retirado do artigo de conclusão de curso de graduação em Filosofia pela Universidade Estadual Vale do Acaraú-UVA de Genilson da Conceição Oliveira, apresentado em 2022.

ABSTRACT: This article analyses the concept of culture industry in the thought of Theodor W. Adorno in collaboration with Max Horkheimer, particularly in the work *Dialectic of Enlightenment* (1985), seeking to understand the impacts of the commodification of culture on the social and cultural development of individuals. To this end, the study investigates how, in capitalist society, culture ceases to fulfil a critical and emancipatory function and instead becomes a product geared towards mass consumption. In this context, social life is characterised by an instrumental rationality that directs cultural production to serve the economic interests of late capitalism, with the culture industry acting as a mechanism of social control to standardise people's behaviour within society.

Keywords: Culture. Culture industry. Merchandise.

Introdução

A discussão acerca da indústria cultural ocupa lugar central no pensamento de Theodor W. Adorno², sobretudo em suas análises sobre a sociedade capitalista e os seus mecanismos de dominação das massas. Esse conceito, desenvolvido principalmente na obra, em parceria com Horkheimer, *Dialética do Esclarecimento* (1985), é analisado para criticar a transformação da cultura em mercadoria e a crescente submissão da produção artística e cultural à lógica do mercado. Para Adorno, a cultura, que anteriormente poderia desempenhar um papel formativo e emancipador, passa a ser produzida em larga escala, segundo critérios da lógica industrial. Os produtos culturais deixam de estimular a reflexão

² Filósofo alemão nascido em Frankfurt no ano de 1903. Graduiu-se em filosofia, mas também estudou música e sociologia. Foi um membro destacado da Escola de Frankfurt. O conceito de indústria cultural foi criado por ele para designar a exploração programada dos bens culturais com finalidade exclusivamente no lucro. Adorno permaneceu como professor na Universidade de Frankfurt até sua morte no ano de 1969.

crítica e passam a funcionar como instrumentos de manipulação das massas para a geração de lucro para os capitalistas.

A crítica desenvolvida pelos autores insere-se em um contexto marcado pelas transformações sociais e pelo fortalecimento da racionalidade instrumental. A modernidade, que inicialmente prometia a efetivação da emancipação das pessoas, por meio da razão, do progresso científico e do desenvolvimento técnico, revelou-se como uma contradição, uma vez que os mesmos instrumentos que são capazes de promover o progresso econômico estão a serviço da dominação das pessoas na sociedade por aqueles que detém o poder econômico e político da sociedade.

Adorno e Horkheimer denunciam que a racionalidade na modernidade se converteu em racionalidade instrumental, isto é, uma forma de pensamento orientada principalmente pela eficiência, pelo cálculo e pela utilidade, formando os indivíduos para a operacionalidade. O saber técnico-operacional é totalitário, no sentido de que tanto as coisas como os seres humanos são manipulados por ele. Para os autores, aquele saber é comparado ao modo como o ditador se comporta diante dos seres humanos, considerando que ele, o ditador, conhece os homens e mulheres “[...] na medida em que pode manipulá-los” (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 21). De forma similar, tem-se que “o homem de ciência conhece as coisas na medida em que pode fazê-las” (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 21). Diante do exposto, qual é o lugar da arte na formação humana?

1 A Indústria Cultural e a padronização da cultura

Para tentar responder à questão acima, a partir do pensamento de Adorno e Horkheimer (1985), analisando a compreensão de que o ser humano, sendo guiado pela razão, na modernidade, seria capaz de se

livrar da tutela das divindades, sobretudo do Deus cristão, das mitologias e de toda crença. No entanto, o uso da razão pelos indivíduos, que deveria conduzi-los à emancipação, tendo o saber científico como a única forma válida de conhecimento, protagonizou uma nova forma de domínio. O conhecimento, enquanto sinônimo de esclarecimento, visto enquanto um casamento feliz entre o entendimento humano e a natureza, que objetiva superar a superstição, converteu-se em poder que

[...] não conhece barreira alguma, nem na escravidão da criatura, nem na complacência em face dos senhores do mundo, Do mesmo modo que está a serviço de todos os fins da economia burguesa na fábrica e no campo de batalhas, assim também está à disposição dos empresários, não importa a sua origem (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 18).

Com isso, o esclarecimento que congrega o saber e o poder, apesar de ter sido anunciado como projeto de emancipação da humanidade, no início da modernidade, converteu-se em instrumento de manipulação das coisas e dos seres humanos, por analogia ao comportamento do ditador e a caracterização do homem de ciência, citados na introdução deste artigo (Adorno; Horkheimer, 1985).

O esclarecimento, pela ótica dos autores, ao invés de libertar o homem, põe em dúvida a eficiência do poderio da razão, o que se percebe é que essa razão foi instrumentalizada, potencializando a sua dimensão técnica para produzir artefatos que contribuem para aumentar a produção de mercadoria para fortalecer o sistema capitalista (Nascimento, 2018). A repercussão disso na vida social se traduz pela redução da liberdade do homem na tomada de decisão. Mesmo sem a interferência do poder divino, de outrora, ele passou a ser guiado por influência da ideologia dominante, conforme afirma Adorno:

De maneira geral [...] a sociedade [...] 'é dirigida de fora', [...] as pessoas aceitam com maior ou menor resistência aquilo que a

existência dominante apresenta à sua vista e ainda por cima lhes inculca à força, como se aquilo que existe precisasse existir dessa forma (Adorno, 1995, p. 178).

Neste cenário, além do aspecto da compreensão da articulação entre o entendimento humano e a natureza das coisas, tem-se a indústria cultural, enquanto estratégia da sociedade capitalista, que se vincula ao processo formativo das pessoas, atuando para disseminar os interesses dos capitalistas, em forma de conteúdos veiculados nos diversos meios de comunicação de massas. Ela é confiada à função de fabricar consumidores para os produtos que serão disponibilizados no mercado. Com essa estratégia, o sistema capitalista passa a padronizar os comportamentos das pessoas, seja dos consumidores de mercadorias ou de ideias.

Nessa perspectiva, os meios de comunicação de massa passam a ser concebidos como empresas ou indústrias que precisam gerar lucros para os seus funcionamentos. A televisão, o cinema e o rádio, por exemplo, são canais que propiciam aos indivíduos a se apropriarem da cultura como mercadoria, conformando-os aos mecanismos de controle da sociedade capitalista. O entretenimento das pessoas em geral passa a ser vinculado aos interesses do capitalismo que, de sua maneira, usa este espaço para fazer propaganda dos produtos que produz. Neste sentido, Adorno e Horkheimer afirmam que:

Eis aí a doença incurável de toda diversão. O prazer acaba por congelar no aborrecimento, porquanto, para continuar a ser um prazer, não deve mais exigir esforço e, por isso, tem de se mover rigorosamente nos trilhos gastos das associações habituais. O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação: não por sua estrutura temática - que desmorona na medida em que exige o pensamento - mas através de sinais (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 113).

Adorno denuncia a contradição interna que corrompe toda experiência de diversão na indústria cultural, onde o prazer prometido torna-se, ele próprio, a fonte de seu próprio esgotamento, pois, ao não exigir nenhum esforço intelectual do espectador, recusa qualquer mediação subjetiva que seria necessária para mantê-lo vivo como experiência autêntica, diferentemente de uma obra de arte autêntica, que exige atenção, esforço e concentração por parte do receptor. Os produtos da indústria cultural são fabricados de tal modo que podem ser consumidos mesmo por quem está distraído, como coloca os autores:

Os produtos da indústria cultural podem ter a certeza de que até mesmo os distraídos vão consumi-los alertamente. Cada qual é um modelo da gigantesca maquinaria econômica que, desde o início, não dá folga a ninguém, tanto no trabalho quanto no descanso, que tanto se assemelha ao trabalho” (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 105).

A cultura, que outrora tinha potencial questionador na sociedade, passa a ser produzida de forma industrial, isto é, com os mesmos princípios de planejamento empresarial da racionalização do lucro que regem a produção industrial. Os autores observam que os filmes, músicas e obras de arte, por exemplo, seguem um modelo de repetição e homogeneização da cultura. O que seria a formação cultural é substituído pela satisfação imediata e superficial do consumo, o público, em vez de ser sujeito ativo, é reduzido à condição de consumidor de mercadorias e sua maior importância em consumir é a geração de lucro para os donos das empresas. Isso fica evidente quando os autores escrevem:

Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear. Os dirigentes não estão mais sequer muito interessados em encobri-lo, seu poder se fortalece quanto mais brutalmente ele se confessa de público. O cinema e o rádio não

precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos. (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 100)

2 Consumo, massificação e transformação da cultura em mercadoria

Na denúncia de Adorno e Horkheimer, a indústria cultural conduz as ações das pessoas pelo uso da razão técnico-instrumental associado aos interesses capitalistas, gerando a cultura da padronização, conferindo “um ar de semelhança” a tudo (Adorno; Horkheimer, 1985). A exemplo disto, os filósofos expõem a estética da padronização presente na arquitetura dos grandes centros urbanos ou do uso dos meios de comunicação enquanto expressão do planejamento da vida das pessoas pelos *modus operandi* da sociedade capitalista que vai sendo gradualmente controlada.

A passagem do telefone que garantia a interação intersubjetiva entre as pessoas na comunicação foi substituída pelo rádio, que, apesar de ser democrático transforma as pessoas em ouvintes. A programação radiofônica é pensada por uma equipe de profissionais para aumentar a audiência da emissora. Restando aos ouvintes consumirem tais programas. Com o advento da televisão, o ouvinte se tornou telespectador. Com essa nova forma de comunicação, o som e a imagem são unificadas na tela da TV que vai causar uma captura maior da atenção das pessoas que vão perdendo cada vez mais a sua capacidade de interagir com os apresentadores dos programas (Adorno; Horkheimer, 1985). Vão se tornando consumidores compulsivos de imagem e de som.

Assim, “[...] naufraga [a] [...] auto-reflexão do espírito que se opõe à paranoia” (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 162).

As pessoas renunciam à autonomia e liberdade e passam a ser formadas como mercadorias para exercer funções na sociedade que produza valor de troca para o sistema capitalista. Por exemplo, quando se pensa em criar um perfil em uma rede social, se pensa na aceitação que o perfil poderá ter pelos seus seguidores e a quantidade de seguidores que o perfil vai alcançar para gerar retornos financeiros, desse modo a pessoa se confunde com a personagem do perfil que possui valor de troca no mercado, se transformando assim em mercadoria (cf. Han, 2018). Assim:

A formação cultural que se fundamenta na concepção de uma humanidade sem exploração e injustiça social, [...] se põe a serviço da sociedade capitalista, padronizando o comportamento humano. (Nascimento, 2021, 78).

A cultura de massa, conforme o exposto, diz respeito a industrialização da cultura para ser consumida pelas massas. Esta cultura administrada pelo capitalismo tardio impõe sobre as pessoas a crença de “[...] que todas as necessidades sejam apresentadas como podendo ser satisfeitas pela indústria cultural” (Adorno; Horkheimer, 1985, p.117).

Através dos meios de comunicação de massa, a ideia das necessidades é espalhada em alta velocidade por todos os lugares até ficar o mais próximo possível das pessoas. Os meios de comunicação são os responsáveis pela criação de desejos e necessidades de consumo, as propagandas mostram, repetidamente, variados produtos e ofertas ligando-os a uma determinada imagem positiva e que desperte desejo em quem observa. A exemplo disto, pode-se destacar o cinema/televisão e suas produções de sucesso, onde sempre são recrutados para papéis de destaque artistas famosos e que possuem influência sobre uma camada da sociedade. Os personagens representados por essas pessoas no filme vivem vidas “perfeitas”, despertando o desejo dos espectadores de

viverem da mesma forma. São vinculados a estes personagens músicas, carros, roupas, objetos, comidas e outros produtos que se destacam.

Neste contexto, os *modus operandi* da indústria cultural, enquanto estratégia do sistema capitalista é de transformar as coisas em mercadorias: o valor dos indivíduos é medido por aquilo que ele faz em sociedade que tem um valor de troca no sistema e pela sua capacidade de consumo da mercadoria. Nesta sociedade os indivíduos são apenas operadores do saber. Tudo que é produzido se converte em mercadoria, “Com isso significamos que o homem passa a ser concebido univocamente, em uma dimensão meramente operacional” (cf. Nascimento; Lima Filho, 2020, p. 98). O valor do saber se dá pela sua utilidade na produção de artefatos. A formação do portador desse saber se efetiva na medida em que ele é capaz de converter tal conhecimento em mercadoria, de forma eficaz, cumprindo as metas de produção, para a manutenção das demandas da sociedade capitalista (cf. Nascimento; Lima Filho, 2020). Com isto o indivíduo é massificado pela sua especialização para gerar bens de consumo, seja ele um cientista, um artista ou um profissional autônomo, ele perde a sua individualidade e passa a ser visto como um operador do saber para produzir mercadorias. Sendo ele um especialista, tem-se que ele próprio é uma mercadoria, pois seu saber “[...] parece permanecer restrito ao universo da produção de mercadorias no sistema capitalista” (Nascimento; Lima Filho, 2020, p. 98).

Com isto, pela ótica de Adorno e Horkheimer, “A indústria cultural perfidamente realizou o homem como um ser genérico. Cada um é apenas aquilo que qualquer outro pode substituir: coisa fungível, um exemplar” (Adorno; Horkheimer, 2021, p. 39). As pessoas são manipuladas pelo sistema capitalista a seguir um modelo padronizado no qual todos se assemelham e fazem uso da racionalidade técnica, as pessoas perdem sua autonomia e se tornam reprodutores para a manutenção do sistema. Pois em uma sociedade padronizada todos os homens se tornam “iguais” para poderem ser substituídos. “A unidade da coletividade manipulada consiste

na negação de cada indivíduo; seria digna de escárnio a sociedade que conseguisse transformar os homens em indivíduos” (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 24).

Conclusão

Diante das reflexões apresentadas, percebe-se que a crítica acerca da indústria cultural permanece relevante pensar a transformação da cultura em mercadoria, evidencia-se como a racionalidade técnica e instrumental passou a organizar não apenas a produção econômica, mas também os modos de pensar, agir e consumir das pessoas, contribuindo para a manutenção das estruturas de dominação do capitalismo. Observa-se que a indústria cultural atua de maneira profunda na formação da subjetividade humana, produzindo indivíduos cada vez mais integrados à lógica do consumo. A massificação cultural não se limita apenas ao entretenimento, mas alcança a própria constituição da consciência social, produzindo sujeitos conformados, dependentes das dinâmicas de consumo e afastados de experiências formativas mais reflexivas e emancipatórias.

A análise da indústria cultural em Adorno e Horkheimer possibilita compreender que os processos de dominação na sociedade capitalista contemporânea não operam apenas pela coerção explícita, mas principalmente pela integração simbólica. A padronização cultural, a racionalidade instrumental e a mercantilização da vida social continuam presentes nas estruturas contemporâneas. Torna-se fundamental fortalecer práticas educacionais, culturais voltadas à formação crítica e à emancipação humana, possibilitando aos indivíduos desenvolver maior consciência sobre os mecanismos de manipulação e controle presentes em nossa sociedade.

Referências

- ADORNO, T. W. *Educação e emancipação*. Trad. Wolfgang Leo Maar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. *Indústria cultural: o Iluminismo como mistificação das massas*. In: ADORNO, T. Indústria cultural e sociedade. Seleção de textos Jorge M. B. de Almeida. São Paulo: Paz e Terra, 2021.
- HAN, Byung-Chul. *No enxame: perspectivas do digital*. Trad. Lucas Machado. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.
- NASCIMENTO, E. S. Ensaio sobre a formação e adaptação em Adorno. *Aufklärung*, João Pessoa, v.8, n.3, Set., Dez., 2021, p. 77-90.
- NASCIMENTO, E. S.; LIMA FILHO, J. E. Para um debate entre subjetividade e pensamento técnico-científico em diálogo com Adorno e Horkheimer. *Revista Dialectus*, Fortaleza, Mai0 – Agosto 2020, Ano 9, n. 17, p. 96-111.
- OLIVEIRA, G. C. NASCIMENTO, E. S. Cultura de massa e dominação no contexto da indústria cultural segundo Adorno e Horkheimer. *Revista Docentes*, Fortaleza, 2023, v.8 n.dossiê v2, 107-114.