
A Indústria Cultural: considerações sobre a utilização da arte, pela mídia, como instrumento de alienação e massificação*

ADÃO APARECIDO MOLINA - UEM¹

CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Indústria Cultural é um termo utilizado por Adorno e Horkheimer (1985) para designar uma cultura comprometida com os mecanismos da sociedade industrial. Na visão desses autores, o objetivo dessa indústria é massificar a cultura, através da produção em série, destituindo da arte o seu caráter emancipatório, alienando os indivíduos, através de programas televisivos, do rádio e da música. Esses instrumentos de comunicação são sempre direcionados pela mídia, induzindo ao consumo de uma forma aliciadora e acrítica.

O objetivo deste texto é discorrer um pouco sobre esses argumentos, tentando evidenciar tais ocorrências. Para isso, fundamentamos alguns pressupostos sob a luz dos frankfurtianos Adorno e Horkheimer e apresentamos a letra da canção “Dormi na praça”. Essa canção é interpretada pela dupla sertaneja Bruno e Marroni e apresenta um alto índice de aceitação pela maioria da população brasileira, tornando-se um grande sucesso nacional, recorde de bilheteria em *shows* e vendagem de discos no ano de 2001.

A partir dessas discussões, podemos perceber que, além de utilizar a arte como mercadoria, a indústria cultural consegue inculcar nas pessoas, através dessa mercadoria, a ideologia dominante da sociedade capitalista. Percebemos, ainda, que a educação desempenha um papel importante no resgate e na humanização do sujeito. Para que isso aconteça, ela deve atentar para a consciência dos indivíduos desvendando aquilo que é disfarçado ou ocultado pela indústria cultural.

* Texto apresentado ao Programa de Pós-Graduação Mestrado em Educação da Universidade Estadual de Maringá para aprovação na disciplina “Arte, História e Educação”, ministrada pelo Prof. Dr. Luiz Hermenegildo Fabiano, no segundo semestre de 2001.

¹ Mestre em Fundamentos da Educação pela Universidade Estadual de Maringá - UEM . Professor de Metodologia e Técnica de Pesquisa.

1 A INDÚSTRIA CULTURAL

Para os frankfurtianos Adorno e Horkheimer (1985), a arte é uma forma de pensamento, de visão, de reflexão e serve de antídoto contra a barbárie. Por isso, para eles, pensar é o contrário de obedecer. O direito à cultura é o direito de acesso aos bens culturais, e a compreensão desses bens é o ponto de partida para a transformação das consciências.

Contudo, na visão desses autores, a indústria cultural é aquela que revela uma cultura comprometida com e cúmplice dos mecanismos adaptativos e instrumentais gerados pelo desenvolvimento da sociedade industrial. A cultura, nessa indústria, passa a ter um valor de massificação e perde o caráter de civilização e emancipação, exercendo uma função de adaptação ideológica do indivíduo ao contexto social, determinado a partir do modo de produção, de uma sociedade industrial historicamente definida pelo capitalismo.

O termo *indústria cultural* foi empregado pela primeira vez em 1947, quando da publicação da “Dialética do Iluminismo”, de Horkheimer e Adorno.² Esse termo substitui a expressão “cultura de massa”, diferenciando-a da idéia de que essa cultura surge espontaneamente das próprias massas. Para Adorno (1999, p. 8), “A indústria cultural, ao aspirar à integração vertical de seus consumidores, não apenas adapta seus produtos ao consumo de massas, mas, em larga medida, determina o próprio consumo”. Dessa forma, ao adaptar seus produtos e determinar o próprio consumo, a indústria cultural está interessada nas pessoas apenas como consumidoras, reduzindo a humanidade às condições que representam os seus interesses.

Segundo Adorno (1999, p. 8) “a indústria cultural impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente”. O próprio descanso é utilizado, pelo capitalismo, como forma de mecanizá-los, pois a própria diversão e o lazer transformam-se em prolongamento do trabalho.

Na indústria cultural, sob o poder do monopólio, toda cultura é idêntica. O cinema, a televisão e o rádio, por exemplo, não precisam mais se apresentar como arte, porque não passam de um mero negócio que utiliza uma ideologia destinada a legitimar aquilo que produzem propositalmente, definindo-se como indústria. Milhões de pessoas participam dessa indústria através daquilo que lhes é oferecido como mercadoria padronizada para a satisfação de suas necessidades. Na verdade, a racionalidade técnica da dominação conquistou seu poder sobre a sociedade. Esse poder é o que os economicamente mais fortes exercem sobre toda a sociedade industrial.

Matos (1993, p. 71), discutindo sobre essa mesma questão, postula que “[...] as imagens publicitárias, televisivas, a música e outras, em seu acúmulo acrítico, nos impedem de imaginar. Elas convertem tudo em entretenimento: guerras, genocídios, greves, cerimônias religiosas, catástrofes naturais e das cidades, obras de arte, obras de pensamento”.

Para Adorno e Horkheimer (1985), a técnica na indústria cultural levou à produção em série eliminando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social. Essa função atribuída à técnica é o próprio papel que ela exerce na economia atual de uma sociedade industrial, historicamente definida pelo modo de produção capitalista.

² Cf. ADORNO, Theodor W. **Textos Escolhidos**. Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1999. p. 7-8.

O fornecimento diversificado de produtos oferecidos pela indústria cultural serve apenas para mostrar que cada indivíduo deve escolher a categoria do produto fabricado para seu tipo. Desse modo, os consumidores são reduzidos a números estatísticos pelos institutos de pesquisa que transformam tudo em propaganda, dando a ilusão da concorrência e proporcionando a possibilidade da escolha pelos consumidores.

A televisão, por ser um meio de comunicação de massa muito eficaz, ajuda a indústria cultural a encontrar êxito, rapidamente, através da harmonização da palavra, da imagem e da música. Esse é o triunfo do capital investido na propaganda pela mídia. Para o consumidor está tudo pronto, porque tudo foi esquematicamente antecipado e elaborado no processo de produção da mercadoria, pela mídia. Assim, a arte sem sonho, que é dirigida aos indivíduos, realiza seus idealismos incapacitando-os para a crítica³. “Dessa forma as canções de sucesso, os astros e as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espetáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 117).

O filme não apresenta mais novidades porque desde o seu início já se sabe como ele vai terminar. Da mesma forma acontece com a música: o ouvido está treinado para identificar, já nos primeiros compassos, o tema que será desenvolvido e quando isso ocorre o ouvinte sente-se muito feliz. A técnica desenvolvida pela indústria cultural faz com que esses efeitos predominem no filme ou na música destituindo deles as idéias que antes predominavam. Seus efeitos apagaram na música a consciência do todo, na pintura a cor particular, no romance a trama. A todos esses fatores a indústria cultural destruiu.

“O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 118). Para esses autores, quanto melhor reproduzidos, mais perfeitos e desenvolvidos pela técnica da indústria cultural no cinema e na música, os problemas empíricos se transformam, mais facilmente, na ilusão de que o mundo real é o mesmo mundo que se apresenta nas telas e nas melodias. Dessa forma, a indústria cultural atrofia a imaginação e a espontaneidade do consumidor, pois os próprios produtos diminuem ou não necessitam dessas capacidades por conta de sua formação objetiva.

A violência da sociedade industrial instalou-se nos homens de uma vez por todas. 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 (Id., Ibid., p.119).

Assim, a indústria cultural reproduz as pessoas da mesma maneira como elas são consideradas pela indústria em geral, para serem apenas trabalhadoras e consumistas, sem raciocínio reflexivo, alienando-as e impedindo que compreendam a própria realidade. A comunhão entre o individual e o particular que dá estilo à obra de arte é retirada pela indústria cultural para dar lugar a um aparente estilo autêntico típico da dominação.

³ Crítica, nesse sentido, refere-se à compreensão da própria realidade ocasionada pelo modo de produção capitalista e ocultada ou disfarçada pela indústria cultural.

Adorno e Horkheimer (1985, p. 122), explicam que “[...] os grandes artistas jamais foram aqueles que encarnaram o estilo da maneira mais íntegra e mais perfeita, mas aqueles que acolheram o estilo em sua obra como atitude dura contra a expressão caótica do sofrimento, como verdade negativa”. Segundo eles, o elemento pelo qual a obra de arte ultrapassa a realidade, realmente é inseparável de estilo. Porém, ele não consiste no desenvolvimento da harmonia, mas nos traços onde aparece a discordância do fracasso em busca da identidade.

A indústria cultural, através da imitação, coloca suas mercadorias como absolutas impondo aos indivíduos aquilo que devem fazer até mesmo nos seus momentos de descanso. O sistema dessa indústria provém dos países liberais sendo que o seu projeto teve origem nas leis universais do capital. Os consumidores são os trabalhadores e empregados que mantidos presos em corpo e alma sucumbem, sem resistência, ao que lhes é oferecido para o consumo.

Entretanto, a indústria cultural permanece sendo vista como a indústria da diversão. Mas sendo procurada por quem quer escapar do trabalho mecanizado para se renovar, para encontrar forças de voltar a ele no dia ou na semana seguinte e enfrentá-lo, acaba sendo natural descansar de uma maneira mecânica, pois é isto que a indústria cultural irá lhe proporcionar: algo pronto, reproduzido de uma forma que venha a sustentar a própria ideologia dominante do trabalho. Isso significa que a fuga do cotidiano que ela promete volta a oferecer como paraíso o mesmo cotidiano. “O logro, pois, não está em que a indústria cultural proponha diversões, mas no fato de que 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 e HORKHEIMER, 1985, p. 133-134).

Portanto, para a indústria cultural buscar a diversão significa estar de acordo com tudo o que ela produz, não ter que pensar, esquecer o sofrimento humano até mesmo onde ele é evidente. Dessa forma, a indústria cultural criou intencionalmente o homem como um ser genérico. Cada indivíduo é um mero exemplar, por isso é facilmente substituível.

A ideologia da indústria cultural é reduzida a um discurso vago e descompromissado, quase que de uma forma natural, mecânica e discreta. Isso, porém, não impede que ela atinja seus objetivos, pois esses argumentos funcionam como instrumento da dominação capaz de bloquear a compreensão das pessoas. Através das imagens, a mídia vende a idéia de um bem-estar social geral e assim os trabalhadores que constituem as provisões, a alimentação para todos, são alimentados pelo poder do Estado, como prega a ideologia. Nessa perspectiva, as pessoas são levadas a acreditar na solidariedade humana. Ninguém é esquecido; todos estão cercados de assistentes sociais, pessoas de bom coração que intervêm a cada um para transformar a miséria social em casos particulares que são perfeitamente curáveis.

Adorno e Horkheimer (1985, p. 141) afirmam:

Essa insistência sobre a bondade é a maneira pela qual a sociedade confessa o sofrimento que ela causa: todos sabem que não podem mais, neste sistema, ajudar-se a si mesmos, e é isso que a ideologia deve levar em conta. Muito longe de simplesmente encobrir o sofrimento sob o véu de uma camaradagem improvisada, a indústria cultural põe toda a honra da firma em encará-lo virilmente nos olhos e admiti-lo com uma fleuma difícil de manter.

Por isso a indústria cultural continua reproduzindo as idéias desesperadas do dia-a-dia no intuito de levar o indivíduo a acreditar que é possível continuar vivendo dessa forma. Todos precisam mostrar que acreditam no poder e na ordem estabelecida, mesmo que não parem de receber bordoadas. Assim, podem tornar-se felizes desde que não pensem em felicidade.

“Na indústria, o indivíduo é ilusório não apenas por causa da padronização do modo de produção. Ele só é tolerado na medida em que sua identidade incondicional com o universal está fora de questão” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 144). Na indústria cultural a crítica e o respeito desaparecem, transformam-se na produção mecânica e na falta de personalidade, pois para os consumidores tudo é acessível. Porém, quanto menos vale a mercadoria para o público em geral, menos ela lhes é dada de presente. Dessa forma, a cultura é submetida à lei de troca, confundindo-se com o uso e misturando-se com a publicidade.

“A publicidade é seu elixir da vida. Mas como seu produto reduz incessantemente o prazer que promete como mercadoria a uma simples promessa, ele acaba por coincidir com a publicidade de que precisa, por ser intragável” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p.151). A publicidade tem por objetivo subjugar o cliente consumidor ligando-o às grandes corporações que a utilizam como forma de dominação através do capital hegemônico, financeiro e industrial, que vende seus produtos no mercado em geral. Dessa forma, a indústria cultural educa os indivíduos para a submissão, para a ideologia da sociedade industrial historicamente determinada pelo modo de produção capitalista. Mas, e a educação, como pensa isso?

A educação não pode ser compreendida à margem da história e sim no contexto em que os homens desenvolvem entre si as relações de produção de sua própria existência. Nesse sentido, é impossível separar a educação do poder porque ela não é neutra e se encontra envolvida com a economia e com a política de seu tempo. Por isso a escola deve atentar para a consciência, deixando claro o que a indústria cultural, juntamente com o sistema, faz com os indivíduos, massificando-os, tirando-lhes, inclusive, o direito à liberdade de expressão, transformando-os, apenas, em mais uma peça que compõe a imensa estrutura do sistema na sociedade capitalista.

2 A MASSIFICAÇÃO DA MÚSICA NA INDÚSTRIA CULTURAL

Conforme Horkheimer e Adorno (1991), a música, ao invés de entreter, contribui para a alienação, emudecendo os homens, empobrecendo a linguagem enquanto expressão e incapacitando a comunicação. Ela serve para preencher os vazios do silêncio que paira sobre as pessoas tomadas pelo medo, pelo cansaço e pela condição de trabalhador sem direitos e sem exigências.

Sobre a decadência do gosto pela música prevalece o sentimento degenerativo que auxilia na sua atual massificação, encantando os sentidos e incapacitando o indivíduo de qualquer atitude heróica. Nessa perspectiva, Horkheimer e Adorno (1991, p. 83), postulam:

A nova etapa da consciência musical das massas se define pela negação e rejeição do prazer no próprio prazer [...]. O fascínio da canção da moda, do que é melodioso, e de todas as variantes da banalidade exerce sua influência

desde o período inicial da burguesia. Em outros tempos este fascínio atacou o privilégio cultural das camadas sociais dominantes. Hoje, contudo, quando este poder da banalidade se estendeu a toda a sociedade, sua função se modificou. A modificação de função atinge todos os tipos de música.

A renúncia à individualidade que se estabelece naquilo que tem sucesso, assim como fazer o que é comum a todos são considerações que aparecem na produção em massa de bens de consumo que oferecem sempre os mesmos produtos a todos os cidadãos. Porém, o mercado oculta suas evidências, manipulando o gosto individual pela cultura e aumentando o processo de diminuição do sujeito. “Com efeito, as formas dos sucessos musicais são tão rapidamente normalizadas e padronizadas, até quanto ao número de compassos e à sua duração, que em uma determinada peça isolada nem sequer aparece uma forma específica” (HORKHEIMER e ADORNO, 1991, p. 96).

Os aspectos anteriormente apontados podem ser percebidos através da análise de uma música popular, transcrita abaixo, que foi escolhida, dentre muitas, por apresentar uma preferência acentuada pelo público brasileiro, sendo que seus cantores, tendo-a como carro-chefe de seus *shows*, são recordes de bilheteria e vendagem de discos:

Dormi na praça - (Bruno e Marroni - 2001)

Eu caminhei sozinho pela rua
Falei com as estrelas e com a lua
Sentei no banco da praça
tentando te esquecer
Adormeci e sonhei com você.
No sonho você vem provocante
Me deu um beijo doce e me abraçou
E bem na hora “H” no ponto alto do amor
Já era dia, o guarda me acordou.

Seu guarda eu não sou vagabundo
Eu não sou delinqüente
Sou um cara carente
Eu dormi na praça
Pensando nela.
Seu guarda seja meu amigo
Me bata, me prenda, faça tudo comigo
Mas não me deixe, ficar sem ela.

Essa canção de melodia simples e vocabulário comum retrata um cotidiano bastante peculiar na vida da maioria das pessoas. A condição a que se encontra submetida grande parte da população, em nosso país, faz com que as pessoas descubram uma semelhança com os seus dilemas nesse tipo de música. Pessoas comuns que são levadas pelo sistema a não ter sonhos, a não ser o de transformar um relacionamento afetivo num romance bem sucedido.

A idéia que a música apresenta, a princípio, é de alguém caminhando na noite, perdido pelas ruas, pensando na amada, até se deparar com um banco de praça que será seu consolo e o ajudará a encontrar êxito, para os seus anseios, através do sonho. O dia

vem e com ele uma nova realidade. Acordou para a vida; a lei está ali ao seu lado, mas não para ajudá-lo e, sim, para puni-lo, para impor a ordem.

O apelo - “seu guarda eu não sou vagabundo, eu não sou delinqüente” - mostra como os homens estão habituados a provar o tempo todo que são trabalhadores porque, se assim não forem, poderão ser chamados de delinqüentes. “Sou um cara carente, dormi na praça pensando nela”. A reação do policial e as penalidades por ele impostas são naturais porque dormir na praça implica em transpor uma ordem, infringir a lei, desestruturar a paz e a harmonia que estabelecem a ordem social. Dormir na praça não é permitido, mas, nesse caso, segundo o cantor, é explicável porque há uma história de amor, um sonho envolvido.

Sabemos que vivemos hoje, no Brasil, um tempo de desesperança, onde não há qualidade de vida. Vivemos sob a influência da globalização⁴ e da hegemonia dos países dominantes no âmbito do capitalismo. Por isso, falta escola para os jovens, falta recreação, não há empregos, tudo isso é um incentivo às drogas e à marginalidade. Neste caso, a cultura padronizada, ou seja, a música, como esta que acabamos de analisar, além de vender como uma mercadoria perfeitamente moldada para a maioria da população, tem um papel importante na vida das pessoas. Este tipo de música consegue distrair, desviando os sentidos dos problemas, fazendo com que nosso cotidiano pareça perfeitamente normal, ajudando a esquecer a dura realidade imposta pelo capitalismo mundial nos nossos dias.

Fica evidente, portanto, que essa música caracteriza fielmente as categorias da indústria cultural porque oferece aos consumidores as idéias que representam os interesses do capital. A não reflexão que esse tipo de música propõe gera, relativamente sem esforço, a não emancipação das pessoas causando uma limitação e fazendo com que elas se adaptem facilmente ao sistema, contribuindo para a manutenção do *status* social existente e para a acumulação do capital das classes já favorecidas com a divisão social do trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através das discussões aqui desenvolvidas, pudemos perceber que a indústria cultural transforma a arte em mercadoria com um objetivo maior, que é inculcar nas pessoas a ideologia dominante da sociedade industrial. Além disso, a indústria conta com um grande recurso tecnológico, através da mídia, nos veículos de comunicação como a televisão e o rádio, atingindo o seu público-alvo, envolvendo as pessoas para que cada vez mais consumam algo pronto, preparado especialmente para consumidores anteriormente determinados por ela.

O que mais vem sendo explorado hoje pela indústria cultural é a música, que é produzida em grande escala, de uma forma técnica, fabricada para vender. A letra e a melodia já possuem conteúdo e ritmo determinados e os próprios cantores têm que

⁴ Neste texto, refere-se às influências que os países dominantes, no âmbito do capitalismo, através de órgãos internacionais como o fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial (Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento – BIRD), exercem na economia e nas políticas dos países em desenvolvimento que necessitam de recursos financeiros para investimentos nos mais diferentes setores da sociedade, como nos transportes, na saúde, na habitação e sobretudo na educação. (IANNI, 1997).

compor e gravar constantemente, conforme determinam as gravadoras, para continuarem na mídia e no gosto da população.

Assim sendo, pela ótica do capitalismo, modo de produção existente, a música deixa de ser um instrumento representativo da cultura, um veículo de expressão e emancipação do sujeito para tornar-se um objeto de alienação, uma semi-cultura. A música é utilizada pela indústria que a manipula, que a transforma em mercadoria de consumo, oferecendo-a como algo padrão, pronto para ser consumido, sem reflexão; inculcando, desse modo, a ideologia existente no sistema que a utiliza para manter o *status* do capitalismo.

O que a indústria cultural faz é tratar o homem de forma massificada, desumanizando e, coisificando-o, oferecendo a ele uma cultura pela metade que acaba não sendo nenhuma cultura. O homem funciona como um consumidor pacífico, não possuindo função psíquica em relação àquilo que ouve, lê ou vê. Nessa perspectiva, a grande tarefa da pedagogia, hoje, é resgatar o sujeito, humanizando-o, fazendo com que a realidade ocultada pela indústria cultural venha à tona e seja modificada. Portanto, a arte deve ser resgatada e utilizada como ferramenta para a expressão do pensamento e da cultura e como ponto de partida para a transformação das consciências.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Textos Escolhidos**. Os Pensadores. São Paulo: Nova cultural, 1999.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. p. 113-156.

DUARTE, Rodrigo. **Adornos**: nove ensaios sobre o filósofo frankfurtiano. Belo Horizonte: UFMG, 1997.

EAGLETON, Terry. **A ideologia da estética**. Tradução Mauro Sá Rego Costa. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. **Textos escolhidos**. 5. ed. Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1991. p. 79-105.

IANNI, Octávio. A Política mudou de lugar. In: **Revista da fundação SEAD**. São Paulo em Perspectiva. v.11, n. 3, jul./set. 1997.

MATOS, Olgária C. F. **A escola de Frankfurt**: Luzes e sombras do Iluminismo. 1. ed. São Paulo: Moderna, 1993.