



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID
“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”
ISSN: 2238-8451

A TEORIA CRÍTICA E SUAS CONTRIBUIÇÕES PARA PENSAR A SOCIEDADE DO CONSUMISMO DA INDÚSTRIA CULTURAL

FERREIRA, Marilda de Lima Oliveira¹

Universidade Estadual de Goiás

Câmpus de Iporá

¹marilda.lima@ueg.br

RESUMO

Este artigo tem como objetivo pensar as contribuições da teoria crítica, nascida com a Escola de Frankfurt da Alemanha, para refletir a sociedade do consumismo gestada pela indústria cultural. Inicialmente é rememorado o surgimento da teoria crítica e seus maiores expoentes associados: Benjamin, Horkheimer, Marcuse, Adorno e Habermas. A seguir, discute-se o termo indústria cultural e são feitas considerações sobre a influência da mesma na vida das pessoas, tentando evidenciar tais ocorrências. Minhas suposições sobre o tema em estudo partem de uma intensa pesquisa bibliográfica às obras de Horkheimer e Adorno e também aos escritos de outros estudiosos da teoria crítica. Associada a isso agrego minha experiência nos espaços sociais, sobretudo as vivências da profissão de professora de educação básica e superior da rede pública de ensino do Estado de Goiás por 26 anos. Por meio dessas discussões, podemos perceber que, além de fazer uso da arte como mercadoria, a indústria cultural consegue impor nas pessoas, a ideologia dominante da sociedade capitalista. Esperamos com esse texto contribuir para a análise de comportamentos consumistas e quiçá para mudança desse tipo de conduta.

Palavras-chave: Teoria Crítica – Indústria Cultural– Consumismo

TEORIA CRÍTICA: SURGIMENTO E CONTRIBUIÇÕES

Na formação da Escola de Frankfurt e do Instituto de Pesquisas Sociais, sediados na Universidade de Frankfurt am Main, da Alemanha, surge a denominada Teoria Crítica em 1924. Walter Benjamin (1892-1940), bolsista do Instituto nos anos 1933-1940, Theodor Adorno (1903-1969) que ingressou no Instituto no final dos anos



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID
“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”
ISSN: 2238-8451

1930 e dirigiu-o de 1967 a 1969, Max Horkheimer (1895-1973) coordenador da Escola de 1930 até 1967, Jürgen Habermas (1929) filósofo e sociólogo, ainda vivo, mas aposentado e Herbert Marcuse (1898-1979) mais conhecido no Brasil nos anos 1970, por seus livros aqui publicados, compõem a primeira geração de cientistas sociais alemães de esquerda que integrou a Escola de Frankfurt e que muito contribuiu para o renascimento intelectual da Alemanha, após a segunda guerra mundial (SLATER, 1978).

De forma geral a teoria crítica, fundamenta-se numa interpretação e/ou abordagem materialista de caráter marxista e multidisciplinar, já que ela soma contribuições de outras ciências: Sociologia, Filosofia, Psicologia Social, Psicanálise e ainda da sociedade industrial e dos fenômenos sociais contemporâneos. A principal publicação da Escola de Frankfurt foi a Revista de Pesquisa Social, espaço em que era exposto o pensamento crítico dos seus filósofos associados, que tinham em comum o direcionamento de suas críticas à ordem política e econômica do “mundo administrado”. Foram responsáveis pela disseminação de expressões como “indústria cultural” e “cultura de massa” (SANTANA, 2011).

Mesmo com a proximidade de pensamento dos filósofos, podemos ressaltar aspectos que foram mais enfatizados por cada um deles em suas obras. De Walter Benjamin pode-se “destacar reflexões sobre as técnicas físicas de reprodução da obra de arte, particularmente do cinema, e as consequências sociais e políticas resultantes”; de Theodor Adorno, “o conceito de indústria cultural e a função da obra de arte”; de Max Horkheimer, “os fundamentos epistemológicos da posição filosófica de todo o grupo de Frankfurt, tal como se encontram formulados em sua teoria crítica”; de Herbert Marcuse, “a esperança em novas formas de libertação da Razão e emancipação do ser humano através da arte e do prazer”; e de Jürgen Habermas, “as ideias sobre a ciência e a técnica como ideologia” (KELLY, 2010).

Benjamin, Adorno, Horkheimer, Marcuse e Habermas, no tempo específico de cada um, contribuíram para disseminar as ideias inerentes a teoria crítica e tiveram ênfase em seus escritos.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID
“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”
ISSN: 2238-8451

Na Teoria Crítica, a orientação teórica estava ligada à tendência marxista não ortodoxa e a uma percepção de pesquisa social engajada, em que os temas prioritários de pesquisa perpassam pela história do movimento operário, os movimentos sociais de vanguarda e o estudo sistemático de novas tendências para explicação das relações do homem com a sociedade. A Teoria Crítica objetiva apreender a sociedade e suas instituições na totalidade da vida social concreta, ou seja, a totalidade sob a tradição do marxismo e do hegelianismo e ainda das bases epistemológicas da psicanálise de Freud. Tal teoria visa então desenredar as relações dos acontecimentos sociais na dialética das relações sociais historicamente fixadas (VILELA, 2005).

Viabilizar o esclarecimento do homem mediante sua condição de agente histórico de produção, de sua situação de vida e das relações sociais a que está submetido, buscando produzir as condições que possibilite a mobilização para uma ação transformadora é o que os frankfurtianos objetivam. Para a Escola de Frankfurt, esse desejo não seria mais um projeto, mas uma tarefa com fins de diagnosticar a realidade social, negar o instituído pela sua injustiça e criar uma procedente práxis social, capaz de incorrer na sua mudança (VILELA, 2005).

De acordo com Ribeiro (2007), a Teoria Crítica relacionou-se essencialmente com as questões de seu tempo e, conseqüentemente, proporcionou um forte impacto na compreensão do conhecimento e da racionalidade ocidental. O autor ressalta ainda que a formação cultural no mundo ocidental foi de maneira histórica obscurecida, mas não eliminada.

A INDÚSTRIA CULTURAL E SUAS IMBRICAÇÕES NA SOCIEDADE

O termo indústria cultural é utilizado de forma inédita por Adorno e Horkheimer, dois dos maiores expoentes da teoria crítica, a partir de textos publicados em 1942. De forma mais precisa no ensaio “Dialética do Esclarecimento”, no capítulo denominado “O iluminismo como mistificação das massas”, escrito em 1942, mas publicado somente em 1947. Para os autores, essa expressão, criada para substituir a



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID
“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”
ISSN: 2238-8451

expressão cultura de massa, que carregava a ideia de que a cultura surge espontaneamente das próprias massas, significa a sistemática política e econômica que tem por finalidade produzir bens de cultura: músicas populares, livros, filmes, programas de TV, entre outros, como mercadorias e estratégias de controle social. A televisão, por ser um meio de comunicação de massa muito eficaz, auxilia a indústria cultural a ter sucesso, de maneira imediata, através da harmonização da palavra, da imagem e da música. Esse é o triunfo do capital designado na publicidade pelos meios de comunicação social. Por ter sido ordenadamente antecipado e organizado no processo de produção da mercadoria pela mídia, o consumidor recebe tudo pronto. Assim, a arte sem aspiração, que é dirigida aos indivíduos, alcança seus objetivos ao torná-los incapaz para a crítica. “As canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espetáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência. Os detalhes tornam-se fungíveis” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 60).

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”. Ao adaptar seus produtos e definir o próprio consumo, a indústria cultural está preocupada com as pessoas apenas como consumidoras, restringindo a humanidade às condições que concebem os seus interesses. “A indústria cultural impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente” (idem, ibidem, p.8). 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 parecida. Por ser considerado um simples negócio usado para legitimar o que é produzido propositalmente, o cinema, a televisão e o rádio, por exemplo, não necessitam mais se expor como arte, mas sim como indústria. Buscando a satisfação de suas necessidades, as pessoas participam dessa indústria por meio daquilo que lhes é oferecido como peça



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID
“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”
ISSN: 2238-8451

padronizada. É notório que a racionalidade técnica da dominação conseguiu toda essa influência sobre a sociedade. Esse poder é o que os economicamente mais fortes exercem sobre toda a sociedade industrial. Refletindo a respeito dessa mesma questão, Matos (1993, p. 71), afirma 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”.

Desde o início do filme, já se sabe como ele vai terminar, não encontrando nele nenhuma novidade. O mesmo ocorre com a música que causa a felicidade do ouvinte, já que o ouvido está adestrado para identificar, já nos compassos iniciais, o tema que será. A técnica desenvolvida pela indústria cultural faz com que esses efeitos prevaleçam no filme ou na música deposto deles as ideias que antes predominavam. Suas implicações aniquilaram, na música, a consciência do todo, na pintura a cor privada, no romance a trama. A indústria cultural extinguiu todos esses fatores:

Ultrapassando de longe o teatro de ilusões, o filme não deixa mais a fantasia e ao pensamento dos espectadores nenhuma dimensão na qual estes possam, sem perder o fio, passear e divagar no quadro da obra filmica permanecendo, no entanto, livres do controle de seus dados exatos, e é assim precisamente que o filme adestra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade. Atualmente, a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos [...] paralisam essas capacidades em virtude de sua própria constituição objetiva (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 59-60).

Por intermédio de uma análise dos meios de comunicação de massa, os autores acima concluíram que tudo isso funciona como uma indústria de produtos culturais visando o consumo. Para eles, a produção cultural passa a ser criada em função do consumo perdendo seu caráter único, a fim de fazer a população continuar no ritmo do capitalismo através do consumo cultural.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID
“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”
ISSN: 2238-8451

A esse fator, os dois autores nomeiam de reprodutibilidade da arte. Nele, os bens culturais ficam de fácil acesso a todos permitindo que as pessoas possam apropriar-se da obra de arte, não as deixando restritas a uma pequena parte da população. Como consequência, os bens culturais abrem mão de seu caráter único, tornando-se produtos de mercado para fins exclusivamente financeiros, enquadrando-se no sistema capitalista. É uma situação duplamente contraditória, pois se por um lado democratiza a arte, por outro a sujeita uma prática exclusivamente mercadológica e a um sistema de consumo massivo.

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.

Na indústria cultural, tudo se torna um negócio, sendo que seus fins comerciais são realizados por meio de uma sistemática e programada exploração de bens, considerados culturais. Um exemplo é o cinema. Antes visto como mecanismo de lazer, ou seja, uma arte tornou-se hoje, além de produto comercial, um meio de manipulação eficaz. Em síntese, podemos dizer que a indústria cultural traz consigo todos os elementos do mundo industrial moderno e nele exerce um papel específico de portadora da ideologia dominante (ADORNO e HORKHEIMER, 1985).

No geral, a indústria cultural continua sendo vista como a indústria da distração. Não raro procurada por quem quer se esquivar do trabalho mecanizado para se restaurar, para recobrar forças e regressar a ele no próximo dia ou na semana e enfrentá-lo, tornando-se natural descansar de uma forma automática, já que é isto que a indústria cultural proporciona: algo pronto, pertencente a um formato que defenda a própria ideologia dominadora do trabalho. Isso denota que o subterfúgio do cotidiano que ela assegura volta a proporcionar, como paraíso o próprio cotidiano. “O logro, pois,



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID
“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”
ISSN: 2238-8451

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. 68).

A restrição a um discurso vago e descompromissado da ideologia da indústria cultural é feita quase que de maneira espontânea, mecânica e circumspecta. Isso, porém, não evita que ela alcance seus objetivos, pois esses argumentos funcionam como aparelho da dominação capaz de bloquear a apreensão das pessoas. A partir das imagens, a mídia vende a ideia de um bem-estar social geral de tal modo que os trabalhadores que produzem as provisões, a alimentação para todos, são mantidos pelo poder do Estado, como embute a ideologia. Nessa perspectiva, as pessoas são induzidas a acreditar na solidariedade humana, na qual ninguém é esquecido; todos estão circundados de assistentes sociais, de pessoas de bom coração que interferem na vida de cada um com o fim de fazê-los superar a miséria social, em casos singulares que são perfeitamente curáveis. Nesse sentido, Adorno e Horkheimer (1985, p. 72) 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 permanece se reportando às ideias do dia a dia com o objetivo de fazer o indivíduo acreditar que é possível permanecer vivendo dessa forma. Todos necessitam mostrar que creem no poder e na ordem que está posta, mesmo que não deixem de ganhar bordoadas. Assim, podem tornar-se felizes desde que não pensem em felicidade.

Vivemos em um momento de globalização configurado por nações sem fronteiras de muitos intercâmbios, de era planetária, de problemas globais. Todos sabem de tudo, quase em tempo real. Isso significa que as culturas, os costumes, a moda, a



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID

*“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”*

ISSN: 2238-8451

culinária, as músicas, o cinema, dos mais diversos lugares estão acessíveis a todos devido ao advento das tecnologias de informação e comunicação. Por vivermos na lógica do capitalismo que permite a competição desleal entre aqueles que detêm o poder do capital, “o mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 118). Para esses autores, quanto melhor copiados, mais perfeitos e desenvolvidos pela técnica da indústria cultural no cinema e na música, os problemas empíricos se decompõem, mais facilmente, na fantasia de que o mundo real é o mesmo mundo que se oferece nas telas e nas músicas. Dessa forma, a indústria cultural atrofia a fantasia e a espontaneidade do consumidor, pois os próprios produtos amortecem ou não carecem dessas capacidades devido a sua concepção objetiva. Nesse sentido, os autores afirmam que:

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 (Idem, Ibidem, p.119).

Conforme Adorno e Horkheimer, a indústria cultural reproduz as pessoas da mesma maneira como 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 junção entre o individual e o particular que dão estilo à obra de arte é privada pela indústria cultural para dar lugar a um aparente caráter autêntico peculiar da dominação.

Toda essa exposição fez com que fosse criada a indústria cultural que tem como fim aumentar o consumo, moldar hábitos educar e informar ao cidadão, aquilo que as músicas, o comércio a partir da fé quer vender. Utiliza-se para essa tarefa a mídia, veículos comunicacionais massivos etc. Os produtos da indústria cultural paralisam a imaginação e a espontaneidade dos consumidores fazendo deles objetos e



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID

*“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”*

ISSN: 2238-8451

não sujeitos como querem se fazer crer (ADORNO e HORKHEIMER, 1985). Apregoam a todo tempo que tudo é pensado para atender ao gosto e às exigências e as necessidades dos consumidores. Ledo engano! Tudo é planejado para vender, gerar lucros e enriquecer os patrões. Os autores explicam esse processo humano como sendo um estágio intenso de alienação que impede a prática do exercício reflexivo em detrimento a aceitação do que lhe é imediato, vazio.

Os produtos da indústria cultural são pensados para atingir a massa, isto é, o maior número de pessoas possível. Estudam o que lhes agradam e o fazem de forma a despertar o desejo, a se interessar por adquiri-los. Não importando a renda mensal, as pessoas parcelam, se endividam, trabalham ainda mais, mas não deixam de comprar. Dessa forma, o homem vai perdendo a capacidade de raciocínio e razão, compra coisas sem precisar, de forma alienada e irracional, aumentando, assim, o lucro da indústria cultural. As pessoas nos mais diversos lugares acabam por consumir a mesma cultura, usar os mesmos produtos, estar na mesma moda de calçados, roupas, cabelos, acessórios, comer o mesmo tipo de comida. Com isso, as nações e pessoas mais ricas e, por conseguinte, mais poderosas, investem amplamente na divulgação de seus produtos despertando o desejo do consumidor, vendendo e lucrando mais e aumentando sobremaneira a sua riqueza. Assim, é como se a Indústria Cultural nos dissesse sempre obrigado por comprar, por beber, por fumar, por gastar e por nos enriquecer. Marcuse (1979), sociólogo e filósofo que se dedicou a estudar a sociedade industrializada, suscita em nós a pergunta: Será que precisamos realmente de tudo que compramos?

As pessoas, nos mais simples e longínquos lugares, tomam conhecimento de como as coisas “devem” ser para elas serem consideradas atualizadas. As propagandas têm como objetivo explícito introjetar, de forma intensa na mente das pessoas, a necessidade de aquisição dos produtos. Como exemplo, uma criança que não consegue citar o nome de dez frutas ou verduras, se recorda facilmente de 10 produtos industrializados, para os quais se criou uma identidade visual e sonora que está presente em todas as mídias. “A publicidade é seu elixir da vida. Mas como seu produto reduz



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID

*“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”*

ISSN: 2238-8451

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 indústria da propaganda é tão forte e especializada que faz entranhar no comportamento humano qualquer ideia, por mais absurda que seja. Como exemplo, as propagandas de cerveja. Todas elas mostram gente bonita, bem vestida, divertindo, rodeadas de muitos amigos em lugares espetaculares. Esse ambiente ressaltado, em quase nada, corresponde às exigências do uso do álcool na vida das pessoas, das famílias, dos ambientes. Mas isso não importa, já que o objetivo maior da indústria cultural é o lucro, ganhar dinheiro, não importa a que custos. Vale tudo! Por todas as consequências do uso exagerado do álcool, que segundo pesquisas aumenta a cada dia, deveriam obrigar a pôr nos rótulos das bebidas alertas usados nos maços de cigarros. Quem sabe chocaria um pouco e faria repensar. As empresas utilizam-se de veículos de comunicação para comercialização da cultura produzida de forma técnica, com o intuito de lucrar. Nessa direção, Adorno e Horkheimer (1985), ressaltam que, na indústria cultural, a técnica gerou a produção em série, exterminando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social. Tal função atribuída à técnica é o próprio papel que ela ocupa na economia atual de uma sociedade industrial, historicamente definida pelo modo de produção capitalista.

Um forte investimento da indústria cultural é a música, que é produzida em grande escala, de uma forma técnica, fabricada para vender. A letra e a melodia vêm dotadas de conteúdo e ritmo determinados e os próprios cantores entram nessa roda, pois têm que compor e gravar constantemente, conforme determinam as gravadoras, para continuarem na mídia e no gosto da população. No entanto, o mercado oculta suas evidências, manejando o gosto singular pela cultura e majorando 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



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID
“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”
ISSN: 2238-8451

duração, que em uma determinada peça isolada nem sequer aparece uma forma específica” (HORKHEIMER e ADORNO, 1991, p. 96).

Nesse sentido, pela ótica do capitalismo, do modo de produção existente, a música deixa de ser um aparelho representativo da cultura, um veículo de expressão e emancipação do sujeito para tornar-se um artefato de alienação, uma semicultura. A indústria cultural utiliza-se da música manipulando-a, transformando em artigo de consumo, sendo transformada em 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.

Frente a esta situação apresentada, Adorno (1979) considera que a resistência à força da indústria cultural passa pela educação. Para o autor, ao ser formada uma consciência crítica e reflexiva, capaz de possibilitar às pessoas a compreensão das contradições da vida social, elas estarão habilitadas para uma operação de resistência da cultura humana autêntica em oposição a cultura banalizada oferecida pela indústria cultural. Para Vilela (2005), essa é uma tarefa que não deve ser assumida pela Educação, ela é tarefa da educação. Assim sendo, para Adorno (1979), a escola e a educação atuam como meio de superação da opressão inculcada pela razão instrumental, isto é, razão operacional, sem reflexão e crítica. Dessa forma, seus objetivos decorrem da emancipação, a reflexão crítica e a formação cultural dos indivíduos, almejando a transformação social para que Auschwitz, a barbárie contra a qual se dirige toda educação (ADORNO, 2003), por exemplo, nunca mais se repetisse.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Escola de Frankfurt por meio de seus seguidores, ao desenvolver a teoria crítica, para a qual, pensar e refletir é considerado um trabalho, muito contribuiu para a formação de um pensamento mais livre das ideias impostas pela classe dominante ao longo dos tempos. Nesse sentido, a teoria crítica, com a sua intenção de nos fazer pensar



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID
“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”
ISSN: 2238-8451

as coisas de uma maneira crítica, nos permite ver o tamanho de nossa impotência diante dos valores já impregnado pelas ideias de um mundo que vive movido pelo capital. Nesse sentido a indústria cultural, transforma as pessoas em consumidores de mercadorias culturais industrializadas, tirando toda acuidade da cultura erudita, assim como sua autenticidade.

Adorno e Horkheimer ao escrever o prefácio da obra dialética do esclarecimento em 1947, fazem uma reflexão a cerca de suas pretensões ao escrever a obra. Afirmam que objetivavam apenas “descobrir por que a humanidade, em vez de entrar em um estado verdadeiramente humano, está se afundando em uma nova espécie de barbárie” (1985, p. 11). Percebe-se, a partir dos estudos da teoria crítica que o homem é cada dia menos sujeito humano, já que ele mata o outro para conseguir o que quer. Sendo que este querer está cada vez mais ligado ao desejo de “ter algo” vendido pela indústria cultural como condição fundamental para alcançar a felicidade. Se são alienados, não possuindo ideias próprias, vale tudo para se ter o que quer, até mesmo matar, roubar.

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 pacato, não possuindo desempenho psíquico em relação àquilo que ouve, lê ou vê. Nessa perspectiva, reconhecemos que uma das grandes tarefas da pedagogia, atual, é resgatar o sujeito, humanizando-o, fazendo com que a realidade ocultada pela indústria cultural venha à tona e seja transformada. Portanto, a arte deve ser resgatada e utilizada como instrumento para a expressão do pensamento e da cultura e como ponto de partida para a transformação das consciências.

Por meio das discussões aqui ampliadas, 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. Para isso, a indústria conta com um grande expediente tecnológico, por meio da mídia, nos veículos de comunicação



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID
“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”
ISSN: 2238-8451

como a televisão e o rádio, atingindo o seu público-alvo, submergindo as pessoas para que cada vez mais consumam algo pronto, preparado notadamente para consumidores anteriormente determinados por ela.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. Educação após Auschwitz. In: *Educação e Emancipação*. 3ª Ed. São Paulo: Paz e Terra. 2003. Tradução de Wolfgang Leo Maar p. 119-138.

_____. *Textos Escolhidos*. Os Pensadores. São Paulo: Nova cultural, 1999.

_____. Theorie der halbbildung. In: _____. *Soziologische Schriften I*. (93-121). Frankfurt: Suhrkamp Taschenbuch, 1979.

HORKHEIMER, M. & ADORNO, T. W. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

HORKHEIMER, Max. *Eclipse da razão*. Rio de janeiro: Editorial Labor do Brasil, 1976.

KELLY, Bárbara. *A escola de Frankfurt*. 2010. Disponível em: <http://barbaraengenhariaambiental.blogspot.com/2010/06/escola-de-frankfurt.html> acessado em 09/06/2011.

MARCUSE, H. O fechamento do universo da locução. In: *Ideologia da sociedade industrial*. Rio de Janeiro, Zahar, 1979.

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

RIBEIRO, Wallace Carvalho. *Teoria Crítica: contribuições para se pensar a educação ambiental*. Sinapse Ambiental, v.4 n.2. Dezembro de 2007.

SANTANA, Ana Lúcia. *Escola de Frankfurt*. Disponível em: <http://www.infoescola.com/filosofia/escola-de-frankfurt/> Acessado em: 03/03/2014.

SLATER, Phil. *Origem e significado da Escola de Frankfurt*. Zahar Editores: Rio de Janeiro, 1978.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS
CÂMPUS IPORÁ
IV CONGRESSO DE EDUCAÇÃO, V SEMINÁRIO DE ESTÁGIO E II ENCONTRO DO
PIBID

“NOVOS PARADIGMAS DE ENSINO: ADAPTAÇÕES CURRICULARES E O DIREITO AO
SABER”

ISSN: 2238-8451

VILELA, Rita Amélia Teixeira. Para uma sociologia crítica da educação em Adorno e Horkheimer: apontamentos. In: MAFRA, Leila de Alvarenga; TURA, Maria de Lourdes Rangel (Orgs.). *Sociologia para educadores 2: o debate sociológico da educação no século XX e as perspectivas atuais*. Rio de Janeiro: Quartet, 2005. cap. 3, p. 75-99.