

Adorno: Ideologia, cultura de massa e crise da subjetividade

Adorno: Ideology, mass culture and subjectivity crisis

Prof. Dr. Francisco Fianco (UFMG-Gravataí-RS)

fcofianco@hotmail.com.br

Resumo: Tomando como ponto de partida as reflexões adornianas sobre o mundo administrado constantes em *Mínima Moralia*, traçaremos os reflexos da dominação e da opressão dos seres humanos pelas estruturas da sociedade em que vive através da ideologia que, propagada pelas campanhas publicitárias e pelos bens culturais de consumo massivo, lentamente é introjetada pelos seus receptores e propicia que eles tenham como verdadeiros e inabaláveis os valores que recebem passiva e subliminarmente sem notar que eles pertencem a uma estrutura psicológica maliciosamente projetada para mantê-los em tal estado de submissão. Para tanto, nos valeremos igualmente de uma breve análise das produções culturais e dos fenômenos artísticos igualmente abordados por Adorno em outros textos com o mesmo enfoque, para demonstrar como a hegemonia de tal estrutura, ainda que não exercite uma dominação calcada na violência física enquanto ameaça de um estado totalitário contra o indivíduo, exerce uma opressão psicológica, uma dominação a partir de dentro, o que descamba em um esvaziamento da subjetividade e elimina com ela qualquer possibilidade de atitude crítica que possa barrar ou amenizar este processo de coisificação do mundo e das relações humanas e avaliação de todo o existente a partir do ponto de vista da quantificação monetária e da possibilidade de lucro ou de expansão de mercado consumidor.

Palavras-Chave: Cultura de Massa; Ideologia; Alienação.

Abstract: Taking as a starting point from Adorno's reflections on the administered world contained in *Minima Moralia*, draw the consequences of domination and oppression of humans by the structures of society that lives by that ideology, propagated by advertising and the cultural consumption, slowly inered to its receptors and that provides that they have to be true and steadfast values that receive passive and subliminally without noticing that they belong to a psychological structure maliciously designed to keep them in such a state of submission. To this end, we shall use also a brief analysis of cultural production and artistic phenomena also discussed by Adorno in other texts with the same approach to show how the hegemony of such structure can exercise a domination based not on violence as a physical threat against the individual, but through a psychological oppression, domination from within, which descends into a dissection of subjectivity and with it eliminates any possibility of critical attitude that can stop or mitigate this process of alienation of the world and human relations and evaluation of all existing from the point of view of the possibility of profit or expansion of the consumer market.

Key words: Mass Culture; Ideology; Alienation.

1. Considerações iniciais

A seguinte exposição tem sua raiz sobre uma pesquisa a respeito da massificação e do empobrecimento da vida humana ocasionados pelos fenômenos de comunicação em massa estudados por Adorno em particular e pela Escola de Frankfurt em geral. Tomando

como ponto de partida as reflexões adornianas sobre o mundo administrado constantes em *Mínima Moralia*, traçaremos os reflexos da dominação e da opressão dos seres humanos pelas estruturas da sociedade em que vive através da ideologia que, propagada pelas campanhas publicitárias e pelos bens culturais de consumo massivo, lentamente é introjetada pelos seus receptores e propicia que eles tenham como verdadeiros e inabaláveis os valores que recebem passiva e subliminarmente sem notar que eles pertencem a uma estrutura psicológica maliciosamente projetada para mantê-los em tal estado de submissão. Para tanto, nos valeremos igualmente de uma breve análise das produções culturais e dos fenômenos artísticos igualmente abordados por Adorno em outros textos com o mesmo enfoque, para demonstrar como a hegemonia de tal estrutura, ainda que não exercite uma dominação calcada na violência física enquanto ameaça de um estado totalitário contra o indivíduo, exerce uma opressão psicológica, uma dominação a partir de dentro, o que descamba em um esvaziamento da subjetividade e elimina com ela qualquer possibilidade de atitude crítica que possa barrar ou amenizar este processo de coisificação do mundo e das relações humanas e avaliação de todo o existente a partir do ponto de vista da quantificação monetária e da possibilidade de lucro ou de expansão de mercado consumidor. Outros textos de Adorno que irão subsidiar esta reflexão e proporcionar um embasamento para a análise dos demais aspectos da dominação ideológica a partir das produções artísticas massificadas no contexto da sociedade de consumo dominada pelo capitalismo tardio são o capítulo sobre Indústria Cultural constante em *Dialética do Esclarecimento*, alguns aforismos específicos de *Dialética Negativa*, textos sociológicos como os que descrevem os fenômeno da televisão, do rádio e do cinema e suas vinculações com a ideologia, as análises a respeito do fenômeno de empobrecimento da produção artística que se encontram em diversas partes de *Teoria Estética* bem como o trabalho respeitado de comentadores brasileiros da Escola de Frankfurt como Rodrigo Duarte, entre outros.

2. A caracterização do “mundo administrado”

As reflexões críticas mais agudas de Adorno sobre o mundo administrado e suas modalidades de dominação subjetiva, juntamente com reflexões sobre cultura, psicologia e estética, entre outros temas, se encontram no conjunto de aforismos intitulado *Mínima*

Moralia. (DUARTE, 2003, p. 102.) E isto se confirma já no início da obra, na dedicatória, quando discorre sobre a vida como uma mercadoria, tendo perdido sua substância própria, chamando atenção para o fato de que a vida conforme concebiam os filósofos, vai passando para a esfera privada e se esvaziando na medida em que é abarcada pelo mecanismo do consumo, cujos maiores esforços se concentram no sentido de fazer com que qualquer reflexão sobre a vida se encaixe nos moldes da ideologia, ‘que tenta nos iludir escondendo o fato de que não há mais vida’. (ADORNO, 1992, p. 7.) A anulação gradual do sujeito e sua substituição pela quimera maliciosa da objetividade apenas mantém uma imagem do sujeito pré-capitalista para ofuscar a descoberta de que a subjetividade não mais existe, restando apenas um espaço vazio daquele que ainda é para si, mas não mais em si, deixando entrever o quão absurda é a lógica de uma sociedade na qual vida e produtividade estão tão intimamente ligadas que um homem vale de acordo com o que ou quanto produz, em que um ser humano é valorizado de acordo com seu poder aquisitivo.

O traço característico desta época é que nenhum ser humano, sem exceção, é capaz de determinar sua vida num sentido até certo ponto transparente, tal como se dava antigamente na avaliação das relações de mercado. Em princípio, todos são objetos, mesmo os mais poderosos. (ADORNO, 1992, p. 31.)

Assim é que se finda a vida privada para mergulhar o sujeito na homogeneidade de pensamento, dominada pelo gosto imposto a uma multidão de consumidores que trazem consigo sempre, no pensamento, no vocabulário, no comportamento, resquícios de lógica comercial, operosidade e avidez de lucro. ‘(...) e logo não haverá mais nenhuma relação que não tenha em vista fazer relações, (...)’ (ADORNO, 1992, p. 17.) pois, ao contrário da separação burguesa entre vida privada e trabalho, tem-se hoje uma imperiosidade de perseguir fins quantificáveis ainda que nas mais insignificantes ações da vida privada. A objetificação das relações humanas tem o seu auge no processo realizado por quem ‘se dedica à prática de perseguir interesses, de quem tem planos a realizar’. (ADORNO, 1992, p. 114.) Estas pessoas, quando travam algum conhecimento com alguém, não estão interessadas nessa nova subjetividade, e sim em, imediatamente, poder rotulá-la, poder instrumentalizá-la de acordo com seus interesses mediante um critério de utilidade e

transformando-a em um objeto, de maneira a ocasionar um empobrecimento das relações humanas que não vai permitir considerar o outro enquanto tal, e sim como um mero instrumento ao sabor de sua vontade. Isto ocasiona, na esfera das relações interpessoais, um enfraquecimento infame da lealdade e da sinceridade, pois ensina a todos, ao longo de toda a vida, em cada dia um pouco e a cada dia mais, que é necessário saber mentir, fingir e manipular para poder ter o sucesso propagandeado pela ideologia de consumo. E as pessoas que usualmente possuem e fazem uso destas capacidades estão sempre sendo recompensadas, pois circulam em todas as esferas e sabem quando e de quem cobrar por sua amabilidade. Voltando a Adorno:

São espertas, bem-humoradas, sensíveis e capazes de reagir: elas poliram o velho espírito do negociante com as últimas novidades da Psicologia. De tudo são capazes, até mesmo de amar, conquanto sempre deslealmente. Elas não enganam por instinto, e sim por princípio: a si mesmas avaliam como lucro, que a nenhum outro concedem. (ADORNO, 1992, p. 18.)

Adorno (1992, p. 19) vai ressaltar que a própria sociabilidade forçada já é por si só uma forma de injustiça, pois torna cada vez mais aceite o fingimento de que este mundo morto é um mundo habitável, no qual ainda é possível estabelecer algum diálogo, quando, na verdade, as pessoas permanecem tão insuladas que não é possível entabular nenhuma conversa que vá além do superficial e comum. Além destas frases soltas e ocasionais, reina o silêncio, e, junto a ele, a humilhação recíproca dos interlocutores que falam sem querer verdadeiramente escutar o que o outro tem a dizer. Esta é a base para a condenação do intelectual aos meios de comunicação em massa e a vacuidade do entretenimento que proporcionam. ‘É com o sofrimento dos homens que se deve ser solidário: o menor passo no sentido de diverti-los é um passo para enrijecer o sofrimento.’ (ADORNO, 1992, p. 20) Mas além do silêncio que subjaz à superficialidade das conversas, tem-se a mentira, à qual o sujeito vê-se obrigado se quiser sobreviver e com a qual estão diretamente relacionadas as pessoas de sucesso das quais tratamos recentemente acima. A mentira faz a experiência da indignidade do mundo através da afirmação da máxima de que ninguém acredita em ninguém, mas, ainda assim, todos dizem que mentir é proibido, embora o façam. Mas esta

mesma mentira poder ser usada em outro aspecto do que o do mero interesse, o da mentira indisfarçada, que desrespeita duas vezes o interlocutor, uma pela própria mentira, e uma segunda pelo descaso pela opinião daquele, por não importar se ele acredita ou não. A primeira pode ser um recurso dos mais fracos, mas a segunda o é apenas dos maldosos e arrogantes.

Só mentimos para dar a entender ao outro que nele nada nos importa, que não temos necessidade dele, que nos é indiferente o que ele pensa de nós. A mentira, antigamente um meio liberal de comunicação, tornou-se hoje uma técnica do descaramento, com cujo auxílio cada indivíduo espalha em seu redor a frieza, sob cuja proteção ele pode prosperar. (ADORNO, 1992, p. 24)

Além disso, a eliminação das distâncias, paradoxalmente, afasta os homens. Se antes eles eram isolados em seus mundos particulares, e tinham uma série de protocolos para o tratamento com os outros, agora a eliminação da vida privada faz com todos percam a cerimônia na hora de se dirigirem a outrem, de modo que a impessoalidade a informalidade seja um dos nomes da grosseria que pontua usualmente as relações interpessoais. Não se disfarça mais a falta de interesse no bem-estar alheio, qualquer diálogo é entabulado diretamente ao assunto que o motiva e interessa, pois não há um segundo sequer a perder na luta diária pela sobrevivência.

Ao invés disso, considera-se agora a reta como o vínculo mais curto entre duas pessoas, como se estas fossem pontos. Assim como nos dias de hoje as paredes de uma casa constituem-se de uma única peça moldada, do mesmo modo o cimento que unia os homens é substituído pela pressão que os mantém juntos. (ADORNO, 1992, p. 34.)

Adorno vai descrever as mudanças negativas que a existência sofre em meio a um mundo dominado pela técnica e pela sua aplicabilidade, a tecnologia. ‘A tecnificação torna, entretantes, precisos e rudes todos os gestos, e com isso, os homens.’ (ADORNO, 1992, p. 33.) Após elencar uma série de mudanças tecnológicas cotidianas, como as janelas de correr e as maçanetas giratórias das portas, nosso autor localiza a violência latente em cada um e que se desenvolve de sua relação com as máquinas que nos cercam, pois estas estão

sujeitas a sua pura funcionalidade, pois lidar com elas não lidar com uma alteridade, e sim com uma coisa. A forma de tratamento e de relação interpessoal vai passando, então, das máquinas para os outros homens, e este processo resulta na eliminação da alteridade subjetiva e sua substituição por uma coisificação dos semelhantes. A violência latente que não seria aceita se fosse direcionada a um ser humano, pode ser aceita em relação a uma máquina, ou a um ser humano visto enquanto coisa. ‘E qual o motorista que já não foi tentado pela potência do motor de seu veículo a atropelar a piolhada da rua, pedestres, crianças e ciclistas?’ (ADORNO, 1992, p. 33.) Somada à pressa onipresente do nosso mundo contemporâneo, a coisificação denuncia o quão pouco nós estamos inclinados a nos importarmos uns com os outros. ‘A pressa, o nervosismo, a instabilidade, observados desde o surgimento das grandes cidades, alastram-se nos dias de hoje de uma forma tão epidêmica quanto outrora a peste e o cólera.’ (ADORNO, 1992, p. 121.) E a freneticidade atual é o que sucede o gosto do séc. XIX pelo flunar (ADORNO, 1992, p. 142.), pelo andar a passos lentos como sinal de uma sabedoria prática na arte de aproveitar a vida, resquício do passeio medieval que demonstrava que, a passos lentos, se estava livre do medo que impele a correr para fugir dos perigos e ameaças. Andar lentamente sugere a soberania que se faz ausente da vida cotidiana atual, e isso simboliza a submissão do indivíduo moderno ao todo sistêmico que lhe impõe inexoravelmente suas regras e seus horários através da exatidão violenta do relógio, desrespeito da objetividade contra o ritmo natural do corpo e da disposição humanas e sua relação outrora harmoniosa com os ciclos e fenômenos da natureza.

Correr pela rua dá uma impressão de pavor. (...) Outrora, corria-se de perigos demasiadamente terríveis para que se lhes fizesse face e, sem o saber, disso ainda dá testemunho quem corre atrás do ônibus que se afasta velozmente. (...) Fica visível a verdade de que nada está direito no que se refere à segurança, de que, como sempre, é preciso fugir dos perigos desencadeados da vida, mesmo que se trate de simples veículos. (...) Mas quando se grita para alguém: ‘Corre!’, quer se trate da criança que deve apanhar para sua mãe a sacola esquecida no primeiro andar, ou do prisioneiro a quem a escolta manda fugir para ter um pretexto para assassiná-lo, faz-se ouvir a violência arcaica que de outro modo

guia imperceptivelmente cada passo. (ADORNO, 1992, p. 142.)

3. Massificação e Ideologia

Na sociedade de comunicação em massa e de pleno consumo, a propagação de valores morais manipulados se dá nos mais diversos âmbitos da vida cotidiana e a necessidade de sobrevivência suplanta completamente a possibilidade de resistência de uma subjetividade enfraquecida. É um dos maiores perigos ocasionados por tal esvaziamento do sujeito, por sua incapacidade de análise crítica, está no potencial político que a penetração estética e propagandística da cultura aceita sem reservas não apenas pode provocar como realmente, para tristeza e vergonha da humanidade, provocou, como Adorno recorda adequadamente (ADORNO, 1992, p. 49.) ao descrever como o nazismo se valeu de estruturas publicitárias, de uma estética que lhe era própria e de meios de comunicação em massa para instaurar na sociedade alemã a histeria coletiva do estado totalitário, ou seja, a dominação através da ignorância e de uma falsa aura de estabilidade e felicidade social.

Assim, através de um mecanismo psicológico que prefere uma mentira bem arquitetada a uma verdade contundente, a indústria cultural forma as verdades convenientes através dos meios de comunicação em massa e propaga a ideologia e o conjunto de valores que mais lhe interessa. A verdade, então transformada em um exercício de poder, serve com sua inverdade à dominação social mediante a propagação da ideologia, que é tão opressiva quanto os antigos sistemas despóticos e transforma em trabalho de Sísifo qualquer tentativa de uma verdade que se oponha a isso, pois ela porta consigo tanto o 'caráter do inverossímil como é, além disso, pobre demais para entrar em concorrência com o aparato de divulgação altamente concentrado'. (ADORNO, 1992, p. 94.)

Este processo se dá em pleno acordo com as transformações históricas da sociedade, na medida em que é nela que se desenvolvem estes produtos ideológicos, e também nela eles cumprem a sua finalidade, que é, a despeito de qualquer interesse particular ou respeito pelo indivíduo, fazer jus à utilidade que lhe foi incumbida no ato de sua criação. Adorno traça, aqui, o percurso histórico do termo *ideologia* para poder demonstrar como este se separa em dois âmbitos, o da filosofia, que continua a considerá-lo uma forma de abordagem da idéia, uma via de acesso às essências eternas e imutáveis, e, por outro lado,

da sociologia, na qual encaixa sua reflexão, que trata esta ideologia por uma via de dominação subliminar através da qual os poderosos propagam preconceitos que melhor sirvam a seus propósitos de dominação social, o que imiscui o percurso histórico do termo ideologia não às essências, mas definitivamente ao mundo reificado, ao mundo das coisas.

Portanto a ideologia é, inicialmente, a condição que propicia aos produtos espirituais a sua autonomia. (ADORNO, 1973, p. 184 et seq.) Ou seja, o produto espiritual imbuído de ideologia serve, antes de tudo, como instrumento de dominação de seus idealizadores sobre os seus consumidores e destinatários. A ideologia é, portanto, um preconceito que passa a ter o status de verdade. ‘Com efeito, a ideologia é *justificação*.’ (ADORNO, 1973, p. 191.)

Um aspecto importante da ideologia é o psicológico. (ADORNO, 1973, p. 201 et seq.) Assim, não cabe analisar especificamente o conteúdo da ideologia, pois este é vazio, carece de bases argumentativas sólidas para serem atacadas e prescindem totalmente de uma lógica, pois a ideologia age sobre a emoção humana. O que deve ser estudado é o ambiente social, que não apenas propicia a dominação por estes meios como os demanda. E mais, cumpre avaliar quais as intenções veladas destes discursos ideológicos subliminares e que nunca aparecem transparentemente. O estudo da ideologia está, portanto, não nos conteúdos dela, que nunca tiveram a pretensão de ser argumentos justificáveis senão como um arremedo, e sim o contexto e o processo nos quais se desenvolve, as necessidades que finge satisfazer e os objetivos que almeja.

A crítica da ideologia totalitária não se reduz a refutar teses que não pretendem, absolutamente, ou que só pretendem como ficções do pensamento, possuir uma autonomia e consistência internas. Será preferível analisar a que configurações psicológicas querem se referir, para servirem-se delas; que disposições desejam incutir nos homens com suas especulações, que são inteiramente distintas do que se apresenta nas declamações oficiais. (...) As modificações antropológicas a que a ideologia totalitária quer corresponder são conseqüências de transformações na estrutura da sociedade e nisso – e não nos seus enunciados – encontramos a realidade substancial dessas ideologias. (ADORNO, 1973, p. 192.)

E no âmbito da produção espiritual esta transformação profunda e irreversível se demonstra mais facilmente, como na arte e na filosofia. Adorno aponta o enfraquecimento histórico da arte moderna simultaneamente ao isolamento do mundo intelectual em uma esfera de ‘caráter efêmero, pálido e impotente’ (ADORNO, 1973, p. 199.), e a arte em uma ‘torre de marfim’ (ADORNO, 1982, p. 123.) de maneira que a cultura em geral sofre um enfraquecimento de sua força criadora conjugada com sua entrega paulatina ao domínio da técnica científica. Claro que Adorno reconhece a possibilidade de uma boa ideologia (ADORNO, 1973, p. 199.), de uma ideologia verdadeira, mas apenas em contraste com a realidade. Ela pode ser verdadeira *em-si*, mas seria falsa se pretendesse estar já plenamente realizada. A validação de uma ideologia se dá em relação à realidade porque ela é verdadeira na medida em que não reconhece a sua realização plena, ao contrário, se coloca como um posicionamento furioso contra a ordem existente e se empenha, ainda que como reflexão ideal e a despeito de sua possível impotência ante os fatos, em exigir uma ordem melhor do que a já existente.

No entanto, o conteúdo de verdade pode afirmar-se mesmo nas obras de arte muito profundamente ligadas à ideologia. Enquanto aparência socialmente necessária, a ideologia constitui também sempre em tal necessidade a forma discordante do verdadeiro. (ADORNO, 1982, p. 261.)

4. O papel fundamental da arte

A produção artística pode cumprir este papel de boa ideologia, ou seja, de oposição à ideologia dominante, mas não enquanto permanecer fiel aos antigos processos de criação como se o mundo do espírito já não estivesse dominado em sua quase totalidade, pois assim estaria condenando sua produção a uma futilidade estéril. A produção deve estar imiscuída dialeticamente aos processos sociais, nem totalmente subserviente a eles, nem completamente isolada, só assim poderá realizar-se plenamente como obra de arte, como produto do espírito, e criticar, assim, a ideologia e a estruturação opressiva que a sustenta.

Só se pode falar sensatamente de ideologia quando um produto espiritual surge do processo social como algo autônomo, substancial e dotado de legitimidade. A sua inverdade é o preço dessa separação, em que o espírito

pretende negar a sua própria base social. (ADORNO, 1973, p. 200.)

Mas o que se vê é o contrário, com as produções culturais por um lado alheando-se à realidade social, entesourando-se, e, por outro lado, integrando-se a administração planejada da indústria cultural que, imiscuída à ideologia, condiciona essas produções a se tornarem um conjunto de bens culturais confeccionados para, em primeiro lugar, atrair a atenção de uma massa humana composta de consumidores e, num segundo momento, auxiliar a fixar a consciência desses consumidores de acordo com os seus próprios interesses.

Quanto mais a sociedade se transforma sem vergonha naquela totalidade em que ela assinala também à arte, como a tudo, o seu valor posicional, tanto mais completamente a arte se polariza em ideologia e protesto; e esta polarização dificilmente se faz para seu bem. O protesto absoluto estreita-se e gira em torno de sua *raison d'être*, a ideologia reduz-se a uma cópia lamentável e autoritária da realidade. (ADORNO, 1982, p. 262.)

Os meios de veiculação desta dominação são cientificamente concebidos, elaborados e aplicados, não com elementos novos, e sim com fórmulas antigas de sucesso já petrificadas, de maneira que não se crie o novo, mas apenas se imite o que já funcionou certa vez, o que já agradou outrora.

Essa adaptação realiza-se mediante os produtos da indústria cultural; como o cinema, as revistas, os jornais ilustrados, rádio, televisão, literatura de best-seller dos mais variados tipos, dentro do qual desempenham um papel especial as biografias romanceadas. (ADORNO, 1973, p. 200.)

Adorno (1973, p. 201.) ressalva que a recorrência destes motivos ao longo de diversas obras e de diversos períodos culturais da história da humanidade não deve ser interpretada como uma demanda natural do espírito humano por esses temas, e sim como, ao contrário disso, uma exploração consciente e deliberada desses temas. E é exatamente esta deliberação, este esquematismo estratégico de exploração cultural o que é criticado em primeiro lugar na indústria cultural, e não exatamente os temas que ela reproduz. A subordinação dessas formas de manifestação cultural em um todo coeso não deixa espaço à

fuga, tampouco à oposição, uma vez que os próprios métodos de pesquisa da sociologia estejam já indissociavelmente imiscuídos de técnicas das pesquisas da comunicação, que por sua vez são indisfarçadamente originados das pesquisas de mercado, de maneira a demonstrar a profunda relação entre os seres humanos enquanto receptores estéticos e consumidores ávidos e a tendência crescente de impedir uma diferenciação entre um e outro desses estados. Além das reações específicas dos mercados consumidores, a ideologia, propagada através desses meios de comunicação em massa, influencia as relações diretas entre produtores e consumidores, como no exemplo do esporte como veículo de propagação dos valores de competitividade tão caros à sociedade capitalista, o que serve para ilustrar o quanto as massas se identificam com as normas e estruturas que regem anonimamente a indústria cultural e sua empatia para com os veículos que a propagam. Tal assimilação e identificação se devem, ainda seguindo as palavras de Adorno (1973, p. 202), à elaboração premeditada de bens culturais que se ajustem aos homens na mesma medida em que se dá o processo contrário, a adequação dos próprios homens e de suas subjetividades enfraquecidas aos bens que lhe são oferecidos para consumo.

Entretanto, precisamente porque a ideologia e a realidade correm uma para outra; porque a realidade dada, à falta de outra ideologia mais convincente, converte-se em ideologia de si mesma, bastaria ao espírito um pequeno esforço para se livrar do manto dessa aparência onipotente, quase sem sacrifício algum. Mas esse esforço parece ser o mais custoso de todos. (ADORNO, 1973, p. 203.)

A inexorabilidade desta aceitação, a incapacidade de realizar este pequeno esforço, está proporcional ao terror com que a propaganda ameaça o sujeito através da exclusão da comunidade, de maneira que ele aceita esta estrutura por adequação fatalista à realidade inexorável e ameaçadora, pois sabe que deve se adaptar às condições de comportamento adequadas à situação vigente, pois é isto o que lhe ensina e exige dela a ideologia. Os sujeitos gozam, neste contexto, da tranqüilidade de não serem mais responsáveis por si, de não terem mais motivo nenhuma para resistir, padecem e gozam o desencanto. Ao mesmo tempo, os valores nocivos e desintegradores de uma obra de arte que rebaixa a humanidade

a um mercado consumidor passam despercebidos uma vez que essa obra seja considerada apenas um entretenimento pueril sem finalidade específica.

5. O conceito de alienação

Se remontarmos a outro texto de Adorno, *Sobre a situação social da música*, de 1932, podemos abordar o processo avesso e complementar ao uso da produção cultural como meio de propagação da ideologia, ou seja, o conceito de alienação (VALLS, 2002, p. 102 et seq.), que pode ser verificado tanto na produção, quanto na reprodução e no próprio consumo da música como mera mercadoria cultural. O curioso é notar que a alienação não se dá especificamente na cultura, e sim na sociedade que a produz e consome. De outra maneira, não seria possível algum tipo de produto cultural de caráter revolucionário e ainda assim completamente alheio aos mecanismos do consumo. Portanto, as causas da alienação estão na sociedade, na sua esfera econômico-social, e apenas uma transformação nessa sociedade poderá acarretar uma mudança significativa na esfera da cultura. Isso não equivale a dizer, contudo, que a arte é dependente da sociedade, pois ela é, na verdade, dentro da teoria adorniana, semelhante à teoria social, mais do que um reflexo, uma reflexão sobre essa estrutura social e seus processos. Isso justamente porque a única arte capaz de suprimir a alienação seja aquela que se disponha a, e seja efetivamente capaz de, expor da sociedade alienada as suas mais abissais antinomias, sendo cada vez mais autêntica na medida em que puder desvelar essas mazelas e o poder nefasto de suas conseqüências bem como a necessidade premente de superá-las, de suprassumí-las.

Porém, ainda que a tendência social dominante seja a da coisificação, Adorno ainda considera a possibilidade de alguns artistas seus contemporâneos poderem ser efetivamente sujeitos no processo de criação cultural, fugindo da mercantilização, o que ele exemplifica através da imagem de Arnold Schönberg, compositor que lhe é tão caro. Essa arte, apesar de autêntica e responsável, pois se guia por leis imanentes e não pelas leis do consumo ou pela manipulável categoria do gosto, permanece alheia, isolada para o vácuo, pois sua insurreição contra a mercantilização a deixa a mercê do ostracismo ocasionado pelo poder da coisificação massificada. Não apenas na produção, como na reprodução dessas mercadorias culturais se vê o reflexo da alienação entre música e sociedade, pois a

possibilidade de variação, de virtuosidade, interpretação, a amálgama entre produção, reprodução e improvisação que se viu até o séc. XVIII ficam submetidas ao processo artificial da reprodução racional e mecanizada, eliminando completamente a liberdade reprodutiva tradicional.

Essa produção não cumpre exclusivamente um papel econômico. A função ideológica da mercadoria cultural serve como apaziguamento obliterante dos espíritos, como via de esvaziamento da subjetividade de seus receptores e consumidores. ‘Em muitas pessoas já é um descaramento dizerem *Eu*.’ (ADORNO, 1992, p. 42.) A distribuição ilusória da satisfação catártica, no pior sentido, dos desejos e necessidades da massa e que não podem ser satisfeitos efetivamente, denotam a ideologia por trás do esforço de produção de uma falsa consciência.

As imagens ideais de plenitude vital e de impulso independente, de orgânica animada e interioridade imediata, não-coisificada, são espalhadas por ele [a figura do maestro] pessoalmente para aqueles a quem a economia capitalista recusa na realidade a satisfação de todos esses desejos. (ADORNO apud VALLS, 2002, p. 6.)

A falsa consciência é a situação de ocultamento da situação social e da realidade econômica propiciada pelas obras de arte massificadas, pois essas trabalham para um fortalecimento da atitude de recepção passiva em detrimento de uma participação pensante, de uma fruição cognitiva, na tentativa de não deixar transparecer as antinomias da sociedade alienada. O achatamento qualitativo e a simplificação artística dessas obras, que beiram a idiotice e que chegam mesmo a pregar o esvaziamento intelectual como estilo de vida, propiciam a recepção acrítica, por meio de uma atenção desinteressada, que abre o caminho para o sugestionamento de consumo das propagandas e para o acomodamento passivo em troca da ilusão propiciada. Assim essa prole maldita cumpre seu acordo com a sociedade burguesa por meio de sua função ideológica, ou seja, usando a demanda social pela arte como um meio de mero consolo, de placebo para as necessidades espirituais que os sujeitos nunca chegam a sanar, fazendo da fuga da realidade um aspecto que reforce a estrutura social existente de acordo com os interesses das classes dominantes e a manutenção do *status quo*.

6. Considerações finais

A partir das reflexões de Adorno e do recurso a argumentos constantes em diversos de seus textos, parece-nos adequado que se encontra justamente no esquematismo e na deliberação estratégica um dos aspectos mais nocivos da estruturação da cultura de massas. Assim, esse esquematismo é o que pode ser primeiramente criticado na indústria cultural, e não exatamente os temas que ela reproduz, pois, ao passo que a pobreza dos temas faz com que pereça a qualidade artística dessas obras, a manipulação ideológica propiciada pela larga veiculação e incontestável aceitação destas obras causam um prejuízo direto à humanidade. Em termos adornianos, contraposta à arte séria, a mercadoria cultural é, então, uma atividade industrial que tem como finalidade primeira o lucro, e como consequência secundária o embotamento espiritual dos espectadores capaz de contribuir para o amortecimento das paixões humanas que sempre conservam um potencial abertamente subversivo da ordem institucionalizada.

Assim, mais do que qualquer outro aspecto da sociedade contemporânea, os meios de comunicação são o principal canal de veiculação da ideologia consumista. São eles os responsáveis pela criação artificial de necessidades supérfluas e do desejo de consumir. A propaganda sabe que só o que é visto é cobiçado e desejado, e se encarrega de mostrar suas ofertas repetidamente, até que as pessoas se convençam de que precisam do produto oferecido. Junto a isso, a propaganda explora as carências afetivas das pessoas, através de um mecanismo psicológico de projeção, que faz com que uma determinada imagem seja vinculada ao produto, de maneira que o consumidor não compra o objeto, e sim a imagem que ele passa, a promessa que ele faz, ou seja, não comercializa um produto enquanto tal, e sim uma promessa de felicidade baseada num contexto marcadamente ideológico.

Dessa forma, podemos intuir que a crise da sociedade em função de uma ideologia do consumo e do prazer imediato, se encontra diretamente relacionada a uma crise da própria subjetividade humana, de maneira que essa relação possa ser exemplificada através da imagem de um espelhamento, no qual a crise, as incertezas e o sofrimento de um único indivíduo possam ser vistas como a representação em menor escala dessas mesmas agruras no campo ampliado do grupo ao qual tal indivíduo pertence, ou seja, a sociedade. Com isso

estaremos aptos a perceber o fundo psicológico por trás dos mecanismos de consumo e da dominação ideológica que podem justificar a expressão “mundo administrado” empregada por Adorno para caracterizar um mundo no qual os mecanismos de dominação não precisam mais se justificar, pois já alcançaram um patamar que lhes permitiu um achatamento e um enfraquecimento tão amplo das subjetividades que, nem que despertasse dessa letargia da consciência, poderia a humanidade como um todo lhe fazer uma oposição crítica.

Referências:

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. *Filosofia da Nova Música*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

_____. *Minima Moralia*. São Paulo: Ática, 1992.

_____. *Palavras e Sinais*. Petrópolis: Vozes, 1995.

_____. *Prismas: Crítica cultural e sociedade*. São Paulo: Ática, 1998.

_____. *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

_____. HORKHEIMER, Max.(org) *Temas básicos da sociologia*. São Paulo: Cultrix, 1973.

_____. *Teoria Estética*. São Paulo: Martins Fontes, 1982.

DUARTE, Rodrigo. *Adorno/ Horkheimer & a dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

_____. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

VALLS, Álvaro. *Estudos de Estética e Filosofia da Arte numa perspectiva adorniana*. Porto Alegre: UFRG, 2002.

Data de registro: 28/10/2009

Data de aceite: 29/03/2010