

**INDÚSTRIA CULTURAL E O KITSCH:  
REFLEXÕES A PARTIR DE THEODOR ADORNO  
CULTURAL INDUSTRY AND KITSCH:  
REFLECTIONS FROM THEODOR ADORNO**

*Emanuelle Beserra de Oliveira<sup>1</sup>*

**RESUMO:** O presente artigo busca apresentar o conceito de Indústria Cultural elucidado por Theodor Adorno e Max Horkheimer (1947). A expressão indústria cultural não é sinônima de meios de comunicação. Tal expressão não se refere às empresas produtoras e nem às técnicas de difusão dos bens culturais, veio em substituição ao termo cultura de massa. Adorno alerta que a arte produzida por esta indústria da cultura passa a oferecer a arte mercadoria como forma de entretenimento aos indivíduos, denominada de *kitsch*, esta arte parodia a catarse e se converte em produto a ser consumido impedindo uma relação real entre sujeito e o objeto de arte.

**Palavras-chave:** Indústria cultural; Adorno; Kitsch; Mercadoria.

**ABSTRACT:** This article seeks to present the concept of Cultural Industry elucidated by Theodor Adorno and Max Horkheimer (1947). The expression cultural industry is not synonymous with the media. This expression does not refer to producing companies or techniques for the dissemination of cultural goods, it came to replace the term mass culture. Adorno warns that the art produced by this culture industry starts to offer commodity art as a form of entertainment to individuals, called kitsch, this art parodies catharsis and becomes a product to be consumed, preventing a real relationship between subject and object. of art.

**Keywords:** Cultural industry; Adorno; *Kitsch*; Merchandise.

---

<sup>1</sup> Doutora em Educação pela Universidade Federal do Ceará, na linha Filosofia e Sociologia da Educação. Mestre em Filosofia pela UECE. Pesquisadora do Grupo “Educação, Teoria Crítica e Filosofia Contemporânea” (Cnpq). Brasileira, residente em Fortaleza-CE. Email: [manubazik@hotmail.com](mailto:manubazik@hotmail.com). <http://lattes.cnpq.br/5586221598820867>.

## 1 INTRODUÇÃO

Inseridos em um mundo onde nada escapa à lógica do capital, se faz necessário pensar o poder que a Indústria Cultural possui. Partiremos da compreensão deste termo tão caro a Theodor Adorno, pois entendemos a Indústria Cultural para além da sua função de falsificadora das relações humanas, mas também enquanto conceito para a crítica de uma sociedade em transformação.

Podemos dizer, inicialmente, que *indústria cultural* significa a transformação da mercadoria em cultura e da cultura em mercadoria, ocorrida em um movimento histórico-universal que gerou o desenvolvimento do capital monopolista, dos princípios de administração e das novas tecnologias de reprodução, sobretudo a fotografia e o cinema. Em linhas gerais, a indústria cultural representa a expansão das relações mercantis a todas as instâncias da vida humana.

Com as novas técnicas de reprodução das obras de arte, que ampliam sua produção e disseminação, os objetos artísticos perderam o sentido de autenticidade<sup>2</sup>, contemplação, testemunho histórico. Os *mass media*, como conjunto de comunicação de massa (jornais, rádio, revista, televisão...), intensificam o controle através da disseminação dos produtos que precisam ser consumidos, produzindo elementos culturais segundo as regras do rendimento e da standardização próprias do capitalismo.

Não se pode atribuir um efeito real que possa proporcionar uma associação de ideias livres de condicionamentos através de uma arte que é mercadoria. Ela, enquanto produto de consumo, se torna objeto palpável, o que impossibilita o distanciamento entre sujeito e objeto. Tal fato impede uma experiência estética formativa, pois despotencializa a catarse<sup>3</sup>, pois aquilo que

---

<sup>2</sup> Podemos também inferir a análise de Walter Benjamin (2012) sobre a perda da aura na época da reprodutibilidade técnica. Esse processo é sintomático e seu significado vai muito além da esfera da arte. A aura em Benjamin pode ser compreendida como “uma teia singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja” (BENJAMIN, 2012, 184). A reprodução atinge a aura do objeto reproduzido. Contudo, a perda da aura não é vista de forma negativa por Benjamin. Com o fim do valor aurático, a obra-de-arte amplia os horizontes, cria expectativas de relacionamentos no mundo de imagens.

<sup>3</sup> O primeiro registro da catarse encontra-se em “A Poética”, na qual Aristóteles (2004) a define como a purificação das almas pela descarga emocional provocada na tragédia. As obras de arte provocam essa descarga quando da relação sujeito e objeto.

é provocado pelos produtos da indústria cultural se limita a servir apenas como fonte de entretenimento, sendo desprovida de capacidade formativa, servindo para mascarar os problemas da vida danificada. Conseqüentemente, o indivíduo já domesticado se acostuma a esse tipo de efeito catártico, uma descarga que proporciona um alívio imediato, falseando sensações de bem-estar.

Para Adorno, a arte perde seu potencial formativo quando transformada em simples objeto de fruição instantânea, visto que a arte produzida pela indústria da cultura (*Kitsch*) “parodia a catarse”. Esta arte industrial leva o homem ao ciclo vicioso do consumo, represando no objeto de arte a sua paixão pelo palpável (*Leidenschaft zum Antasten*), como para compensar o vazio afetivo das relações partidas pelo mesmo capital. É quando a crítica de Adorno condena a utilização da reprodução técnica para a pura comercialização.

Embora muitas pesquisas trabalhem o conceito de Indústria Cultural, em Theodor Adorno tomamos como paralelo evidenciar o termo *Kitsch*, por compreender que este ainda é pouco explorado. Localizado no seio da indústria cultural e da produção de massa, retrata a arte vulgar, designando o mau gosto artístico e as produções inferiores que estão à serviço da ideologia dominante e da manutenção de uma consciência coletiva.

Percebendo-o como um efeito que mascara a relação sujeito e objeto de arte, este fenômeno requer uma atenção por atuar nos sentidos e sentimentos dos indivíduos que consomem os produtos de arte.

## 2 INDÚSTRIA CULTURAL

O conceito de *indústria cultural*<sup>4</sup>, sem dúvida, é o mais tradicional e discutido pelos autores frankfurtianos. Tal expressão é largamente explorada na *Dialética do*

---

<sup>4</sup> Por volta de novembro de 1941, inicia-se a produção da obra *Dialética do Esclarecimento*. Com a colaboração de Horkheimer, Adorno elaborou o conceito de *indústria cultural*, identificando a exploração comercial e a vulgarização da cultura, como também a ideologia da dominação da natureza pela técnica, que tem como consequência a dominação do próprio homem. Vale ressaltar que, neste período, os intelectuais se encontravam exilados nos Estados Unidos e envoltos por toda essa cultura massificada que o mercado estava possibilitando por meio dos novos produtos de vinculação da comunicação, o que proporcionou uma análise e incentivo para a sua teoria crítica acerca desta indústria.

*esclarecimento* (1947), escrita por Adorno e Horkheimer, e em outros pequenos ensaios em que Adorno trata do assunto, podendo destacar o texto *A indústria cultural* (1967) que traz uma avaliação curta e densa sobre essa expressão, crucial para compreender a crítica desse autor em relação ao cinema.

A expressão *indústria cultural* não é sinônima de meios de comunicação. Tal expressão não se refere às empresas produtoras e nem às técnicas de difusão dos bens culturais. Veio em substituição ao termo *cultura de massa*. Em essência, *indústria cultural* significa a transformação da mercadoria em cultura e da cultura em mercadoria, ocorrida em um movimento histórico-universal que gerou o desenvolvimento do capital monopolista, dos princípios de administração e das novas tecnologias de reprodução, sobretudo a fotografia e o cinema. Como sinaliza Duarte (2003), essa indústria é um negócio que tem seu êxito na fusão da arte, cultura e distração, tudo isso subordinado ao lucro e à conformidade do *status quo*. Enquanto falsificadora das relações humanas, a indústria cultural desperta em nós, de forma mais transparente, a regressão à violência física primitiva que é inerente aos indivíduos. Imersos em uma lógica que favorece a competição, concorrência e o ter, o indivíduo, ao não sublimar os desejos que são ofertados constantemente, desperta sentimentos de insatisfação que abalam o seu modo de agir. Tais ações são justificadas em nome da autoridade, em nome de poderes estabelecidos, sobre os quais a barbárie se reveste. Para Adorno, ninguém está livre dos traços da barbárie - violência primitiva, impulsividade - pois eles estão presentes em nós. Mas devemos orientá-los contra os princípios da violência extrema para impedir seu “curso em direção à desgraça” (ADORNO, 1995b, p. 158).

Na compreensão de Jay (1988, p. 110), “os produtos da indústria cultural não são obras de arte posteriormente transformadas em mercadoria; eles são na realidade, produzidos desde o início como itens fungíveis a ser vendidos no mercado”. A relação entre cultura e indivíduo é indissociável, pois um influencia na formação do outro. A formação do indivíduo, por meio dessa perspectiva cultural - redução da cultura à mercadoria -, seria propiciada não pelo desenvolvimento de uma interioridade, mas pela contínua exteriorização ou projeção, visto que a identificação forjada com as imagens da publicidade que não se distinguem mais das mercadorias é, no capitalismo, orientada para a reprodução do capital, ou como reprodução da força do trabalho ou como ampliação do lucro, não permitindo que o indivíduo preserve a sua diferença.

Dependência e servidão dos homens, objetivo último da indústria cultural, não poderiam ser mais fielmente caracterizadas do que por aquela pessoa estudada numa pesquisa norte-americana, que pensava que as angústias dos tempos presentes teriam fim se as pessoas se limitassem a seguir as personalidades preeminentes. A satisfação compensatória que a indústria cultural oferece às pessoas ao despertar nelas a sensação confortável de que o mundo está em ordem, frustra-as na própria felicidade que ela ilusoriamente lhes propicia. (ADORNO, 1986a, p. 99).

Se a *indústria cultural* visa, de acordo com Adorno (2006), a conformação do indivíduo com o existente e, com isso, a reprodução da sociedade atual, a formação desse indivíduo deve ser limitada na percepção, apreendendo somente o que a indústria apresenta; na cognição, impedindo a aquisição de conhecimento; e na sensibilidade, ao embrutecer e enrijecer nossos sentimentos. Numa sociedade na qual indivíduo e sujeito não coincidem, o indivíduo não pode ser sujeito, visto que este já se integrou à massa e por mais que a responsabilidade de seus atos recaia sobre si, a percepção, o pensamento e a sensibilidade são sempre restringidos. O ouvinte de uma música e o mero espectador perdem a capacidade de adquirir um conhecimento consciente dos sons (música) e das imagens ao recepcionar de forma entusiasmada as músicas de sucesso ou os filmes campeões de bilheteria, que logo são substituídos por outros, caindo no esquecimento e abrindo espaço para o novo que, na verdade, é a repetição do que já foi descartado.

Como identificar, na sociedade atual, uma verdadeira obra de arte que não se desvinculou de seu papel social? Ou seja, como identificar uma arte que não limite o pensamento e a sensibilidade? Os *mass media* (jornais, revistas, cinema...), no intuito de divulgar e tornar as obras de arte acessíveis, finda por corrompê-las. As obras de arte deveriam vir com seu caráter enigmático<sup>5</sup>, como algo que instigasse o indivíduo a questionar, se envolver e ultrapassar as limitações impostas.

Adorno (2003a, p. 49) mostra que o “conteúdo de verdade das obras de arte se funde com seu conteúdo crítico”, que se perde a partir do momento que os *mass media* se ligam à obra de arte. Tudo que a máquina capitalista deseja é divulgar seus produtos, mesmo que ao grande sacrifício do potencial crítico das obras de arte. Não interessa aos detentores do capital a obra transmitir seu papel social, pois o que

---

<sup>5</sup> As obras de arte seriam concebidas enquanto verdadeiras, não pelo que revelam na aparência, ou pelo que seria inapreensível, mas sim pelo seu caráter enigmático que desencadeia uma crise de compreensão que desafia nossa apreensão acerca do mundo (ADORNO, 2003).

interessa é sua comercialização. Através da pressão socioeconômica, as obras de arte são transformadas em mercadorias, visto que:

[...] no próprio cinema, os momentos industriais e estético-artesaniais divergem sob a pressão socioeconômica. A industrialização radical da arte, a sua adaptação integral aos padrões técnicos alcançados, colidem com o que na arte se recusa à integração. (ADORNO, 2003a, p. 244).

6

Uma obra de arte só se torna viva a partir do momento em que se estabelece a relação processual entre sujeito contemplador e objeto contemplado, preservando suas diferenças. “A experiência estética é viva a partir do objeto, no instante em que as obras-de-arte, sob o seu olhar, se tornam vivas” (ADORNO, 2003a, p. 199). É somente através da imersão contemplativa que o caráter imanente da obra é libertado. As obras falam, e é através dessa fala que elas se movimentam, pois elas não são um ser, mas sim um devir que só se realiza nas experiências individuais do contemplador, que deve realizar um processo de relação do todo com as partes responsável pelo caráter de devir da obra de arte<sup>6</sup>. O objeto proveniente da arte não é algo definitivo, mas sim algo em movimento e que a todo o momento estabelece comunicação entre suas partes e seu todo. No interior da sociedade atual, essa relação entre particular e universal (parte/todo) é privada de existir. Tal relação é essencial para que a obra seja considerada como autêntica.

A cegueira da obra-de-arte não só é um correlativo do universal que domina a natureza, mas o seu correlato, como também sempre o cego e o vazio se pertencem abstratamente um ao outro. Nenhum elemento particular é legítimo na obra-de-arte que, mediante a sua particularização, não se torne também universal. (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 132).

O que se percebe hoje, com o avanço da *indústria cultural*, é que tudo tem a pretensão de ser arte. Segundo Adorno, uma autêntica obra de arte é comportamento,

---

<sup>6</sup> Pensar a arte nesse jogo de movimento, aponta para o que o autor considera como arte autêntica, uma arte que desperta reflexão naquele que a contempla. Um novo olhar do autor pode ser identificado em escritos poucos explorados, sendo os principais *Composições para o filme* (1944) e o ensaio *Notas sobre o filme* (1966), nos quais podemos ver um Adorno, senão otimista, um tanto mais perspectivista para com as produções fílmicas. Nestes textos, podemos vislumbrar um espectador que pode sair da passividade ao se confrontar com o que está exposto diante de seus olhos.



ela se realiza através da historicidade em que se encontra, devendo possuir a marca de quem a faz e, ao mesmo tempo, deve abrir diversas interpretações para quem a contempla. A recepção/interpretação concede a capacidade da arte se transformar em obra de arte com seu devido êxito. Mas devido a toda essa racionalidade técnica que se impõe sobre elas, como reconhecer uma verdadeira obra de arte nos dias atuais, já que a sociedade manipulada recebe como arte aquilo que a ideologia denomina como tal?

A técnica<sup>7</sup> invade a produção do artista que se entrega a ela a fim de obter o real objetivo de sua obra no mundo contemporâneo: a comercialização do que é produzido. Para Adorno (1986a), o conceito de técnica na indústria cultural diz respeito à sua organização imanente da coisa, relacionado com a sua distribuição e reprodução mecânica e, dessa forma, permanece externa ao seu objeto.

Nesse contexto, os *mass media* atuam sobre a obra de arte, classificando como objeto de arte aquele capaz de ser comercializado. Desse modo, não se preocupando mais com a relação que o objeto contemplado deve estabelecer com o sujeito contemplador. Para Adorno (2003a), em uma sociedade em que a arte perde seu lugar e que possui a sua realização abalada, a arte se converte em propriedade cultural coisificada e entorpecida. A preocupação agora é com o produto gerado e o consumidor que o deseja. As obras de arte perdem sua qualidade ao passo que é produzida em quantidades, pois todos as querem possuir para obter a felicidade prometida. Porém, esse prazer subjetivo que a obra de arte fornece, sob esses *moldes*, é um tipo de fruição que deveria ser descartado, já que “a felicidade produzida pelas obras de arte é uma fuga precipitada e não um fragmento daquilo a que a arte se subtraiu; é sempre acidental, mais inessencial para a arte do que a felicidade do seu conhecimento” (ADORNO, 2003a, p. 27).

---

<sup>7</sup> Ao falar sobre a relação entre técnica e obra de arte, Adorno mostra que “A técnica não surgiu de nenhum modo como tapa-buracos a partir de fora, embora a história da arte conheça momentos que se assemelham às revoluções técnicas da produção material. A tecnificação impõe a disponibilidade como princípio. Para se legitimar, pode apelar para o fato de que as grandes obras de arte tradicionais, que desde Palladio apenas intermitentemente estavam ligadas ao conhecimento dos processos técnicos, recebem, no entanto, a sua autenticidade do critério da sua perfeição técnica, até que a tecnologia faça explodir os processos tradicionais. É retrospectivamente que a técnica se deve reconhecer como constituinte da arte, mesmo para o passado, de um modo incomparavelmente muito mais agudo do que o admite a ideologia cultural que, segundo ela afirma, imagina a era técnica da arte como posteridade e declínio do que outrora foi espontaneamente humano” (ADORNO, 2003a, p. 75).

A arte se torna esse bem que promete satisfação, mas devido à lógica do consumo, a produção constantemente lança ao mercado produtos que são descartados facilmente e o indivíduo fica novamente em busca de obter outro que atenda suas “falsas necessidades”. A indústria possibilita essa forçada aproximação das obras, tornando-as mais acessíveis aos indivíduos para que eles possam sentir que sua vida se completa com o produto conquistado.

Atualmente as obras de arte são apresentadas como os *slogans* políticos e, como eles, inculcadas a um público relutante a preços reduzidos. Elas tornaram-se tão acessíveis quanto os parques públicos. Mas isso não significa que, ao perderem o caráter de autêntica mercadoria, estariam preservadas na vida de uma sociedade livre, mas, ao contrário, que agora caiu também a última proteção contra sua degradação em bens culturais. (ADORNO, 2003a, p. 25).

Os filmes são a marca dessa produção que descartou a qualidade em prol da quantidade e que hoje atinge toda a massa. Eles conseguem invadir a vida de cada indivíduo através de sua força inovadora. O cinema, ao surgir, veio com a marca da inovação das imagens em movimento que transmitiam prazer aos espectadores. Caberia ao cinema, como obra de arte, instigar o indivíduo a refletir sobre os problemas do cotidiano. Desde a época de seu surgimento aos dias de hoje, o que se percebe é a produção em larga escala de filmes que são realizados com o intuito de gerar enriquecimento para a indústria cinematográfica e sem nenhum caráter libertador.

Ao vulgarizar a arte, a *Kulturindustrie* atinge os indivíduos diminuindo a sua capacidade de autorreflexão. Tendo sua consciência dominada pela comercialização e banalização dos bens culturais, o indivíduo não consegue se libertar desse sistema que dita regras e determina os padrões aceitos. A busca a todo custo para se enquadrar nos ditames dessa indústria favorece o aparecimento de seres genéricos, sem individualidade. Para Adorno (2003b, p. 14),

a vida modelada até suas últimas ramificações pelo princípio de equivalência, se esgota na reprodução de si mesma, na reiteração do sistema e suas exigências se descarregam sobre os indivíduos tão dura e despoticamente, que cada um deles não pode se manter firme contra elas como condutor de sua própria vida, nem incorporá-las como algo específico da condição humana.



A *indústria cultural*, configurada pelo imediatismo, faz uso das indústrias de publicidade e mídia de massa, que influenciam o julgamento do consumidor sobre a utilidade (ou “valor de uso”) das mercadorias. O que se elimina diante do avanço dos *mass media* são os traços de espontaneidade, pois tudo é dirigido ao público de maneira que este absorva sem questionar. Com efeito, enquanto no capitalismo do século XIX os consumidores escolhem os bens porque os consideram úteis, agora nossos próprios atos de escolha são construídos pelos produtores. Adorno (2006) alerta que a indústria fornece um esquematismo, aqui entendido como um controle, o qual não permite que o consumidor classifique mais nada, pois tudo já foi antecipado no esquematismo.<sup>8</sup> da produção. A arte, por sua vez, ao ser capturada por essa indústria, encontra-se em um estado de aporia, cuja possibilidade de existência passa a ser questionada pelo autor frankfurtiano, visto que esta, ao ser capturada pela indústria da cultura, passa a ser mais um mecanismo que atua na manutenção e dominação dos indivíduos.

### 3 KITSCH

Característico da arte de entretenimento, a arte como *kitsch* torna-se uma mercadoria útil para a manutenção do sistema. Apesar de uma fonte de prazer para um público de massa, o *kitsch* é normalmente considerado um produto negativo e usado como uma declaração pejorativa. É vista como um tipo de criação que reafirma mais do que desafia a norma coletiva, uma fonte de puro entretenimento em oposição à elevada percepção gerada pela arte autêntica.

---

<sup>8</sup> No excuro II da *Dialética do Esclarecimento*, Adorno mostra a relação do esquematismo com a indústria cultural, especifica o papel assumido pelo esquematismo na sociedade industrial e chama a atenção para o modo como a percepção da realidade em geral é condicionada pela razão instrumental, que se coloca à serviço do capital industrial. Adorno salienta que “Kant antecipou de modo intuitivo o que somente Hollywood realizou conscientemente: as imagens são pré-censuradas, já em sua própria produção segundo os padrões do entendimento em cuja medida elas devem ser vistas posteriormente. A percepção, por meio da qual o juízo público se encontra confirmado, já era direcionada por aquele antes que ela aparecesse” (2006, p. 73).

Embora sua etimologia seja ambígua, os estudiosos geralmente concordam que a palavra *kitsch* entrou na língua alemã em meados do século XIX. Frequentemente sinônimo de “lixo”, como um termo descritivo, *kitsch* pode derivar da palavra alemã *kitschen*, que significa *den Strassenschlamm ausammenscharren* (para coletar lixo da rua). O verbo alemão *verkitschen* (para baratear) é outra fonte provável. Da mesma forma, o *Oxford English Dictionary* define *kitsch*, na forma verbal, como “tornar sem valor”, classificando esses tipos de objetos como aqueles “caracterizados por pretensão inútil”. Em seu pequeno ensaio intitulado *Kitsch*, Adorno (2020, p.45) atenta para que “se a interpretação que deriva essa palavra do inglês *sketch* é correta, então *kitsch* designaria, antes de tudo, aquilo que permanece irrealizado ou apenas indicado”.

Para Adorno (2020), todo *kitsch* é ideologia e, por ser assim, carrega e dissemina os valores que mantêm o *status quo*, contribuindo para a idealização da existência do burguês e do proletário. A sinalização para este aspecto que engloba a arte/mercadoria é uma forma do autor sinalizar o perigo que se encontra naquela arte que se pretende ser de “bom nível”. É contra esse tipo de arte que Adorno pretende lançar um olhar atento para o que ele chama de “*kitsch* com classe”. Este tipo de arte, com pretensão a ser sofisticada, mascara o processo de padronização ao qual está submetida; com enfeites de uma erudição falsa, que colabora para a semiformação do indivíduo, pois não passa de uma semicultura.

O processo de contemplação dessa arte “vulgar” acarreta diversos sintomas que podemos constatar no mundo atual, sendo um deles a liquidação do particular pelo universal. Isso se dá pelo fato de que o processo de catarse, proporcionado pelo que hoje denominamos *kitsch*, é uma catarse que regride o indivíduo, pois a indústria cultural não é capaz de promover uma verdadeira catarse que promova o desenvolvimento de uma sensibilidade estética, mas sim uma regressão dos sentidos do indivíduo. O propósito de uma catarse<sup>9</sup> puramente, no sentido emocional, focado no fruidor, visão que a tradição nos apresentou, foi rapidamente capturada pela indústria da cultura que não faz outra coisa senão fornecer aos seus consumidores o mais do mesmo, a fim de dominar e imobilizar os indivíduos diante das tensões sociais.

---

<sup>9</sup> Nesse contexto, é possível observar que a catarse é entendida habitualmente como a descarga emocional que acompanha a experiência de emoções angustiantes. Na arte, Aristóteles (2004) define, então, a tragédia como a imitação de uma ação de caráter elevado, completa e com uma certa extensão com uma linguagem ornamentada e que, gerando o terror e a piedade, tem como efeito a purificação das emoções.

O *kitsch*, assim como a obra de arte, é histórico, indexa os valores da cultura de massa em uma determinada época, ao mesmo tempo em que expõe a relação entre as massas e as forças que controlam a produção. Muda, mas permanece sempre o mesmo, atuando no processo de repressão e sufocamento. A catarse provocada por esse tipo de arte excita seus espectadores, mas nega a sua satisfação. Tal fato de insatisfação os fazem retornar essa frustração em forma de barbárie. Esse controle libidinal impede que os espectadores não vejam a liquidação de suas particularidades.

As particularidades do eu não passam de mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas por uma falsa inserção no universal. A indústria monopoliza e condiciona essas particularidades, fazendo passar por algo extremamente natural. Interfere nas particularidades em prol de uma massificação. Porém, atua não só no indivíduo, mas também em tudo que o cerca, em especial, na produção artística.

O individual reduz-se à capacidade do universal de marcar tão integralmente o contingente que ele possa ser conservado como o mesmo. Assim, por exemplo, o ar de obstinada reserva ou a postura elegante do indivíduo exibido numa cena determinada é algo que se produz em série exatamente como as fechaduras Yale, que só por frações de milímetros se distingue uma das outras. (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 128).

Adorno atenta para o fato de que a indústria cultural se vangloria por uma duvidosa harmonia entre o universal e o particular. Duvidosa porque, ao mesmo tempo em que quer que o indivíduo participe dessa universalidade, ela o impede de possuir suas individualidades. A pseudoindividualidade “é um pressuposto para compreender e tirar da tragédia sua virulência: é só porque os indivíduos não são mais indivíduos, mas sim meras encruzilhadas das tendências do universal, que é possível reintegrá-los totalmente na universalidade” (ADORNO, HORKHEIMER, 2006, p. 128). O que falta no universal são referências sólidas para que o particular possa se amparar. A sociedade capitalista massacra essas referências e os valores individuais são transportados para o âmbito universal, no qual as características individuais são organizadas e ditadas conforme o desejo do todo capitalista. Para Adorno (2006), as particularidades do eu não passam de mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas, mas que todos são induzidos a pensar que é algo natural. Por mais que a sociedade totalmente administrada vise a falsa reconciliação entre universal e particular, devemos considerar que hoje essa relação está condenada à esfera particular, uma vez que estamos inseridos numa sociedade individualista.

Buscar uma identidade entre universal e particular é uma tarefa difícil. Segundo Adorno, a questão seria reestabelecer uma realização efetiva do universal na reconciliação das diferenças. O grande problema enfrentado atualmente é tratar a universalidade como sinônimo de igualdade. Tratar todos com igualdade é, para o autor, uma forma de discriminação, fato que ocorre frequentemente no mundo globalizado. É interessante, portanto,

que todos os homens sejam iguais uns aos outros, é precisamente o que viria a calhar para a sociedade. Ela considera as diferenças reais ou imaginárias como marcas ignominiosas, que atestam que não se avançou o bastante, que algo escapou da máquina e não está inteiramente determinado pela totalidade. (ADORNO, 1993, p. 89).

O que a indústria quer é a formação da identidade humana por “produtos” culturais que são totalmente padronizados, sempre o mesmo. A própria identidade, formada na imagem dos produtos da Indústria cultural, tende para o idêntico. Ela rouba do indivíduo sua função. O principal serviço oferecido ao cliente é entregar tudo esquematizado. Constantemente, oferecer e negar a plena satisfação aos seus consumidores é o objetivo dela, visando manter acesa a relação de dependência pelo descumprimento de sua promessa. Tal promessa de prazer permanece apenas como um espetáculo ilusório.

Uma vez que a indústria nega aquilo que promete, as pulsões libidinais recalçadas geram sentimento de insatisfação e a cultura de massa desqualifica o sujeito e impede que este mostre suas diferenças. Essa igualdade de todos forma “um ser genérico”, que busca a todo custo se enquadrar e pertencer a algum grupo e, para isso, se entrega facilmente à cultura dita “vulgar”, que “está misturado em toda a arte como um veneno; separar-se dela constitui hoje uma das tentativas mais desesperadas” (ADORNO, 2003b, p. 268).

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A teoria crítica, ao fazer uma avaliação da vida cotidiana e de seus entraves, tenta propor meios capazes de orientar os indivíduos a romper com esse estado de alienação e os conduzir para o caminho da emancipação, realizando uma retomada da autonomia<sup>10</sup> individual, essa que perde seu romantismo do século XVIII e ganha a realidade dura do século XX. Uma realidade que se configura em uma barbárie cultural, pois os mecanismos de formação cultural (*Bildung*) se encontram em crise, acarretando em uma semiformação (*Halbbildung*) generalizada. Sob a lógica da ideologia dominante capitalista que dificulta o surgimento de pensamento diferentes aos seus, Adorno salienta que alguns grupos de indivíduos, antes mesmo de formar sua consciência, são capturados e passam de um domínio a outro: “no lugar da autoridade da Bíblia, se instaura a do domínio dos esportes, da televisão e das ‘histórias reais’, que se apoiam na pretensão de literalidade e de facticidade aquém da imaginação produtiva” (ADORNO, 2005, p. 5). Por isso, a necessidade de uma retomada da consciência individual.

Adorno convida a pensar sobre uma arte capaz de ser autocrítica, capaz de eliminar o deleite artístico e abrir espaço para uma catarse que possa atuar na formação estético-cultural do indivíduo. A crítica do autor à racionalidade moderna se concentra na perda da capacidade de autorreflexão crítica, o que impossibilita uma experiência, de fato, formativa dialética, e tal experiência se configuraria na própria razão. O que prevalece, portanto, é uma semiformação que passa longe dessa experiência e se aproxima da vivência cerceada à lógica vigente. Formar indivíduos conscientes e capazes de julgar deve ser o propósito a ser alcançado pela sociedade, que deve ser buscado a partir da autocrítica, confrontando o existente e as problemáticas, amparado pela compreensão do duplo caráter que a arte possui: como fato social e autonomia. É, pois, na arte que a dialética mais radical encontra sua maior expressão, na qual a tensão entre produto social e autonomia serve de pano de fundo para Adorno desenvolver a sua teoria estética.

---

<sup>10</sup> O projeto para a autonomia, em Theodor Adorno, pode ser entendido quando o indivíduo preserva a integridade do eu e tem a capacidade de decidir por conta própria. Somente com a autonomia recuperada ele pode ir em busca da emancipação, entendida aqui como um processo que se desenvolve com a apropriação crítica da cultura. Seria, pois, a emancipação que poderia evitar a semiformação, sintoma este que conduz o homem à barbárie.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. A indústria cultural. *In*: COHN, G. (org.). **Theodor W. Adorno**. São Paulo: Ática, 1986a. p. 92-99.

\_\_\_\_\_. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

\_\_\_\_\_. **Educação e emancipação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995a.

\_\_\_\_\_. *Gesammelte Schriften*, Band 8. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1972-80. Tradução de Newton Ramos-de-Oliveira, Bruno Pucci e Cláudia B. M. de Abreu. A revisão definitiva, feita pelo mesmo grupo, contou também com a colaboração de Paula Ramos de Oliveira. Teoria da Semicultura. *In*: ADORNO, Theodor W. **Primeira Versão**. Porto Velho, 2005.

\_\_\_\_\_. **Indústria Cultural**. São Paulo: Editora Unesp, 2020.

\_\_\_\_\_. **Introdução à Sociologia**. São Paulo: UNESP, 2007.

\_\_\_\_\_. **Kierkegaard: construção do estético**. São Paulo: Editora da UNESP, 2010.

\_\_\_\_\_. **Minima Moralia: reflexões sobre a vida danificada**. São Paulo: Ática, 1993.

\_\_\_\_\_. Notas sobre o filme. *In*: COHN, G. (org.). **Theodor W. Adorno**. São Paulo: Ática, 1986b. p. 100-107.

\_\_\_\_\_. **Palavras e Sinais: modelos críticos 2**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995b.



\_\_\_\_\_. **Prismas: crítica cultural e sociedade**. São Paulo: Ática, 1998.

\_\_\_\_\_. **Teoria Estética**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2003a.

\_\_\_\_\_. **Teoria da Semiformação**. São Carlos: Grupo de Estudos e Pesquisa Teoria Crítica e Educação. 2003b.

15

ARISTÓTELES. **Poética**. Prefácio de Maria Helena da Rocha Pereira. Tradução e notas de Ana Maria Valente. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2004.

BENJAMIN, W. **Magia e Técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012.

DUARTE, R. A desartificação da arte segundo Adorno: antecedentes e ressonâncias. **Artefilosofia, Ouro Preto**, v. 2, n. 2, p. 19-34, jan. 2007.

DUARTE, R. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

ECO, U. A estrutura do mau gosto. In: \_\_ **Eco, Umberto. Apocalípticos e Integrados e MOLES, Abraham. Kitsch**. São Paulo, Perspectiva, 2001.

FREITAS, V. **Adorno e a arte contemporânea**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

JAY, M. **As idéias de Adorno**. São Paulo: Cultrix: Editora da Universidade de São Paulo, 1988.

OLIVEIRA, E. B. de. **Diálogo entre a filosofia crítica de Theodor Adorno e o cinema de Glauber Rocha: Formação e experiência estética**. 200 f. 2021. Tese (Doutorado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021. Disponível em:  
<http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/61701>. Acesso em 05 mai. 2022.