

CONTEMPORANEIDADES DA INDÚSTRIA CULTURAL PARA A SEMIFORMAÇÃO E MANIPULAÇÃO DAS MASSAS

Adelino Soares Santos Machado¹

RESUMO: Artigo resultante de reflexões críticas, focalizado no debate das consequências da influência da indústria cultural, trazidas para a contemporaneidade como estratégia principal para a manutenção do poder e da semiformação das massas. Identifica o consumo, a televisão e a religião como facetas que abastecem a estrutura dominante, manipula a consciência e aliena o indivíduo, tornando-o “sujeito sujeitado” ao sistema de produção capitalista, mantido por uma burguesia renovadamente equipada pela tecnologia. Tem como fundamentos o pensamento crítico de Adorno e Horkheimer, debatido por Duarte (2008), Cohn (1994), Chaves (2015), entre outros. Utiliza como metodologia, a apropriação de temas lidos e desenvolvidos nas aulas de *Cultura, Arte e Educação*. Conclui-se pela valorização e prática da ciência, contra a alienação religiosa e a esquematização perversa da indústria cultural, que provoca desemprego e adocece a sociedade, tornando-a refém do consumo, que beneficia a exploração capitalista ultraliberal.

Palavras-chave: Indústria cultural. Semiformação. Televisão. Alienação. Consumo.

ABSTRACT: Article resulting from critical reflections, focused on the debate of the consequences of the influence of the cultural industry, brought to contemporary times as the main strategy for maintaining power and the semi-formation of the masses. It identifies consumption, television and religion as facets that supply the dominant structure, manipulates the conscience and alienates the individual, making him a “subjected subject” to the capitalist production system, maintained by a bourgeoisie renewedly equipped by technology. It is based on the critical thinking of Adorno and Horkheimer, discussed by Duarte (2008), Cohn (1994), Chaves (2015), among others. It uses as a methodology, the appropriation of themes read and developed in Culture, Art and Education classes. It concludes by the valorization and practice of science, against religious alienation and the perverse schematization of the cultural industry, which causes unemployment and sickens society, making it hostage to consumption, which benefits ultra-liberal capitalist exploitation.

Keywords: Cultural industry. Semiformation. Television. Alienation. Consumption.

Introdução

Essa abordagem tem origem em leituras e reflexões das atividades oral-expositivas das aulas de *Cultura, arte e educação* do Programa de Pós-Graduação – PPGE strictu sensu da Faculdade de Educação da UFG, sob a regência da professora Juliana de Castro Chaves. Dentre os temas apresentados e discutidos na

¹ Pedagogo, mestre em Educação; estudante de doutorado do Programa de Pós-graduação em Direitos Humanos – PPGDH/CEAM/UnB; Professor efetivo da Universidade Estadual de Goiás – Unidade de Campos Belos – Goiás. E-mail: adelinosoares524@gmail.com

oportunidade de destaque o da indústria cultural, como o que parece construir um lastro ideológico, condizente com a perpetuação de uma classe social no poder, qual seja “uma burguesia”, que, em permanente metamorfose, incorpora novos mecanismos de controle do capital.

Estudiosos do pós 2ª guerra mundial, especialmente Adorno e Horkheimer apontam que a viabilização e renovação da indústria cultural retroalimentam a semiformação das massas. Por meio dela é possível manter arraigados costumes que sustentam práticas de torturas físicas e psicológicas da escravidão, justificadas pela superioridade do macho, do homem branco, do proprietário da terra e do capital. Ideologias políticas e religiosas garantem a “presença” de um ser superior invisível, capaz de punir os mais fracos e os que se posicionam contra os desígnios destas supremacias. Assim, regimes totalitários são mantidos, sob cumplicidade e vigilância de sujeitos considerados “homens de bem”, usados para castigar seus semelhantes, em defesa de certa moral e “bons costumes”.

Durante as aulas, citadas acima, Chaves (2021) denuncia a violação sofrida pelo sujeito historicamente, alienado à condição de objeto de sua própria opressão. Isso é compreendido no desenvolvimento das reflexões desta docente, que procura em Marx, Freud, Kant e Escola de Frankfurt, transformar a realidade, numa sociedade transitada entre primitiva e civilizada. Ao discutir essas bases teóricas, ela provoca o desvelamento de “segredos” da manutenção do poder, como a determinação do “todo” pela manipulação das partes, por determinados atores sociais. Essa é uma manobra que encontra suporte numa classe trabalhadora semiformada.

A disciplina desenvolvida focaliza ainda o “trabalho como principal mediação” e a educação, a ser elaborada, como chave para a libertação, da imposição do capital sobre o trabalho. Na confluência entre capital, trabalho e sociedade, encontra-se o sujeito determinante ou determinado, ou ainda, multiplamente determinado, na relação com seu contrário, que é o objeto. Este, ao ser reificado e aquele coisificado consolida-se amplamente a expansão daqueles que controlam os bens culturais, sociais e econômicos.

Contemporaneidades da indústria cultural é desenvolvida a partir da abordagem de alguns aspectos políticos e históricos atuais que estão vinculados a ela e também da referência crítica ao consumo e seus sujeitos alcunhados de

“consumidores”. Trabalhamos tópicos que analisam a combinação entre televisão e religião, ambas, a serviço do fortalecimento e atualização de pleito da referida indústria, que tem relação intrínseca com manutenção dos processos semiformativos contemporâneos. Esses, como projeto, têm na mídia, na religião e na negação à ciência, álibis para implantação de regimes autoritários, de submissão de sujeitos e da sociedade em geral.

Alguns aspectos atuais da Indústria Cultural

Por indústria cultural é entendido o aparato “alegórico-tecnológico” que produz os vários simulacros indutores do consumo e promotores da distração da realidade. Ela é responsável direta pela exposição e vendas de produtos culturais objetivados pelo mercado sob patrocínio de controladores do capital. Neste artigo a indústria cultural é analisada a partir de sua contribuição para a manutenção do “projeto de semiformação” consubstanciado por narrativas que conspiram contra valores democráticos, a fim de manter o controle do poder, por parte do Estado Neoliberal, disfarçadamente autoritário.

A indústria cultural é a integração deliberada, a partir do alto de seus consumidores. Ela força a união dos domínios, separados há milênios, da arte superior e da arte inferior. Com prejuízo para ambos. A arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre o efeito; a inferior perde, através de sua domesticação civilizadora, o elemento de natureza resistente e rude, que lhe era inerente enquanto o controle social não era total. (COHN, 1994, p. 93).

Esse apelo temporal, utilizado por este autor para conceituar a indústria cultural nos remete a pensar nas várias notícias que temos de sociedades primitivas, também conhecidas como pré-históricas. Imaginamos que essas sociedades não distinguiam suas práticas entre objetivas ou subjetivas, nem seu trabalho entre intelectual ou laboral, tão pouco sua arte em superior ou inferior. Esse raciocínio indica que a fragmentação das atividades humanas tornou-se oportunidade para a manipulação das partes e conseqüentemente o predomínio e controle da totalidade do objeto, ou da realidade.

É perceptível que o senso comum tenha se apropriado disso e o repercute

como evolução das práticas, ou comportamentos. Trata-se no entanto, de involução, pois a totalidade, não só perde, mas é vilipendiada em suas partes, para ser controlada e alterada. Ao ser despedaçada a realidade é domesticada e vendida, como algo próprio que tem sua individualidade sequestrada por agentes externos à sua natureza. Além disso o objeto fragmentado é exposto em suas fragilidades, portanto desfigurado ou destituído de sua essência e tornado vulnerável à ações que lhe são desferidas de fora para dentro.

Entendemos então, que a fragmentação constitui-se de estratégia principal controlar o poder e manipular as massas, primeiro em seu estágio de formação, momento que é implantada a “empresa” da semiformação. Num segundo estágio estimula-se o consumo e promove a alienação. Como resultado tem-se a naturalização da miséria, que sustenta o império do lucro, sob a ordem do sujeito semiformado, incapaz de perceber tais artimanhas, mas convencido de sua “participação ativa”. Ao tornar-se informado de uma parte, mas estimulado ideologicamente ser o todo, o sujeito adulto assume-se como “protagonista” e, para exercer este “poder” fecha os olhos até mesmo para sua própria situação de oprimido e alijado das decisões dali oriundas. Como diz Cohn (1994 p. 98), “as elucubrações da indústria cultural não são nem regras para uma vida feliz, nem uma nova arte da responsabilidade moral, mas exortações a conformar-se naquilo atrás do qual estão os interesses dos poderosos”.

Soberana, “a indústria cultural hoje” Duarte (2008), tornou-se “Indústria cultural global” e se utiliza abertamente de mecanismos denunciados desde Kant e detalhados por Adorno e Horkheimer, na década de 1940. Esses autores nomearam “manipulação retroativa”, ao que daremos o nome de “estratégia de mercado”², aquela em que:

[...] os consumidores se convencem de que estão escolhendo o que verdadeiramente desejam, quando, na verdade, recebem o que ‘pensam’ que querem, de acordo com resultados de pesquisas de opinião previamente realizadas, a partir dos quais são detectadas tendências psicossociais latentes que norteiam a elaboração da oferta de mercadorias culturais de uma temporada.

Nesta perspectiva, tendem a escolha dos governantes, que transformados em

2 . Ou “merchandising” - mecanismo psicológico utilizado pela indústria cultural para manterem-se encantadas e acríticas as consciências dos consumidores.

mercadoria e coisificados pelo mercado, são previamente escolhidos, por ele, por meio de enquetes eleitorais. Esse fenômeno é medido pelo comportamento das bolsas de valores, termômetro dos desejos dos investidores que preferem determinados candidatos, em função de sua maior ou menor subserviência financeira. Estratégia infalível, classicamente adotada pela indústria cultural e destacada pelos autores acima citados é a

[...] expropriação do esquematismo, que tem sua origem na concepção gnosiológica da Crítica da razão pura, de Kant. De acordo com ele, o esquematismo é uma capacidade residente nos meandros do sujeito transcendental e tem a função de relacionar suas percepções à sua capacidade de raciocínio de modo a possibilitar o estabelecimento de leis que propiciem um conhecimento preciso da natureza, (DUARTE, 2008 p, 102).

Para serem atingidas as percepções, não apenas do sujeito, mas de uma coletividade complexa a indústria cultural recorre a vários “esquemas”, a maioria deles vinculados ao entretenimento, ou distração/distorção da realidade. A manipulação antecipada dos objetos, dos fatos, dos gostos e estilos permite regular os campos de visão e acesso, fazendo-se convencer da sensação de ter algo ou estar em algum lugar. Neste ínterim, o falso “conhecimento da natureza” reveste o sujeito de certa superioridade, que lhe faz destruir e apoiar a destruição sem o menor sentimento de culpa, ainda que o faça para o benefício de outrem.

Os esquemas orquestrados de manipulação das “consciências consumidoras” atuam principalmente no tempo livre dos trabalhadores. Quanto a isso, Adorno (1995 p. 70) diz que “o tempo livre é acorrentado ao seu oposto”, isto é, durante o tempo que poderia ser destinado ao “descanso”, o sujeito se sujeita a “comprar” nos “shopping centers” montados dentro de sua casa, ou na palma de sua mão. Esta situação é concebida e propagada pela mídia como liberdade e autonomia, mas “[...] as pessoas não percebem o quanto não são livres lá onde mais livres se sentem, porque a regra de tal ausência de liberdade, foi abstraída delas” (ADORNO, 1995 p. 74).

O consumo e os “sujeitos” consumidores

Os argumentos anteriores nos permite afirmar que a sociedade capitalista pós-revolução industrial tenha concebido “consumidores”, seguindo o padrão linguístico adotado para identificar grupos que se movimentam em sentido linear, como

“caçadores”, (que caçam) e “roedores”, (que roem). Consumidores, ou grupo de pessoas que consomem, são vistos como tais, e estimulados ao máximo, ocupando o lugar de objetos, por exemplo, para o aquecimento das vendas em determinados períodos comerciais, como observado às vésperas do Natal, momento em que as marcas antecipam os produtos, a quantidade a ser consumida, inclusive com faturamento previsto para a temporada.

Nesta oportunidade pensemos no que as grandes empresas realizam com o excedente das vultosas quantias de seus lucros anuais. Muitas delas patrocinam fábricas de armamentos de guerra e que alimentam o tráfico de drogas; fomentam governos autoritários responsáveis por genocídios, migrações em massa entre outras tragédias humanitárias; financiam viagens espaciais, que em sua maioria servem para estimular rivalidades entre nações que disputam o poder de controle do espaço, entre outros investimentos para destruição do meio ambiente. O “consumidor clássico”³ não está preocupado com isso, nem com o fato de que indiretamente, ele é o patrocinador da destruição da vida no planeta. Ao contrário disso, pressupõe-se que uma sociedade mais consciente contribuiria para amenizar ou quiçá evitar uma catástrofe ambiental causada pelo esgotamento de recursos naturais, sugado da terra, da água e do ar para alimentar a indústria de lucros obtidos continuamente por empresários e especuladores que exploram os cinco continentes.

O esquematismo Kantiano é entendido também como mecanismo psicológico que opera em dois campos importantes da psicologia humana, conforme explica Duarte (2008), qual seja a “sensibilidade e o entendimento”. Por meio desses dois “campos” a indústria cultural atinge a base da subjetividade do indivíduo, ao manipular seus desejos e ainda agir como protetora de seus interesses. Nesse estágio de dominação, *novelas, filmes, reality shows, programas esportivos e de auditórios* assumem a formação do indivíduo, ao retratarem “a realidade” perceptível desses sujeitos, então sujeitados ao império do consumo vigente.

Forma-se assim, um sujeito acrítico, artificial, prostituído, desumanizado e despolitizado, incapaz de reagir aos desmandos superiores e empobrecido culturalmente. Esse sujeito é capaz de debochar dos valores estabelecidos, da

3 Aquele que é bajulado pela mídia patrocinada, a serviço do capital financeiro, como desprendido, desapegado, dotado de bom gosto, espiritualmente solidário, etc.

realidade, dos interesses de sua comunidade, de sua própria desgraça ou da desgraça de seus pares. Sem consciência e desligado das questões reais, que de fato interessa, ele torna presa fácil, aderente a movimentos políticos autoritários e violentos. Neste contexto,

[...] pobreza, moral, ética, maioria penal, porte de armas são trazidos à cena por pessoas que se dizem especialistas no assunto. [e] Nesse conjunto, se confundem educação, ética e etiqueta, relações horizontalizadas no capitalismo flexível com democracia e igualdade e desigualdade com diferenças ou diversidades (...) tentando reunir coisas distintas e já existentes com um traço de novidade. (CHAVES, 2015 p. 82).

Ética e moralmente deteriorado, o sujeito torna-se instrumento ideal do jogo político autoritário praticado por grupos dominantes, que exploram riquezas naturais de colônias e ex-colônias, como é o caso do Brasil. A confusão e a distorção de realidades denunciadas pela autora citada, vai ao encontro do observado e perceptível na sociedade contemporânea, qual seja a tentativa de negar o passado em favor de um presente obscuro, travestido de nova indumentária, para camuflar as feridas abertas pelas desigualdades sociais latentes.

Este contexto, torna-se terreno comum de verdades absolutas emplacadas no vale da ignorância reinante, com vantagem para mercenários e vendilhões que assaltam consciências vazias, tornadas massa de manobra. Assim, impõem tentativas de retorno ao passado de ditadura e escravidão, contextualmente assessorados pela mídia que também é uma das proprietárias da indústria cultural hodierna. Para isso há sujeitos vendidos, alienados, convencidos e instrumentalizados que dão suporte à barbárie contemporânea, aquela sustentada por pessoas informadas, mas incapazes de refletir sua própria decadência civilizatória. A esse estágio de “desenvolvimento” da humanidade, poderíamos identificar o aprofundamento e intensificação de um “projeto de semiformação” contemporâneo.

Seria esse o “sujeito sujeitado”, a que se refere Chaves (2015)? Esse sujeito ambíguo, obtuso, caolho, religioso, recalçado, que em nossos dias encontra refúgio em redes sociais, aonde aparentemente possa se esconder? Essa questão nos incumbe enveredar pelo caminho da semiformação atual, que tem como âncoras as TVs de plasmas e tela plana, capazes projetar o antigo cinema no interior de cada humilde residência. Isso atualiza Adorno, que faz a seguinte advertência, como se

estivesse falando hoje: “A formação cultural agora se converte em uma semiformação socializada, na onipresença do espírito alienado, que, segundo sua gênese e seu sentido, não antecede a formação cultural, mas a sucede” (PUCCI, 2010 p. 9).

Esta perspectiva indica adaptação a um emaranhado nexos de cabos e redes de fibra ótica que superam conceitualmente a burguesia tradicional e favorece a criação do “empresário ninja⁴” (grifo nosso) no comando da nave financeira que explora inclusive os vendilhões⁵, os mercenários, os telepastores, mas sobretudo o “sujeito sujeitado”, semiformado, que compreendemos aqui, como persona enquadrado em padrões controlados tecnologicamente. Neste contexto, acordamos sob a égide de uma nova “classe dominante”, capaz de explorar, até mesmo aqueles que tem como profissão, explorar. Esses,

[...] dominantes monopolizaram a formação cultural numa sociedade formalmente vazia. A desumanização implantada pelo processo capitalista de produção negou aos trabalhadores todos os pressupostos para a formação e, acima de tudo o ócio. As tentativas pedagógicas de remediar a situação transformaram-se em caricaturas. (PUCCI, 2010 p. 14).

Já é de domínio público, esforços da pedagogia crítica pelo desenvolvimento de escolas *libertadoras*, *libertárias* e *unitárias* nas quais prevaleçam o diálogo entre classes sociais e a indissociabilidade entre trabalho manual e intelectual. Do outro lado, para manter o controle do capital financeiro, por meio da manipulação política e midiática, as massas têm levado ao poder figuras caricatas que, ao banalizar a atividade política escondem a trágica perda de direitos desses trabalhadores, conquistados a duras penas pelos movimentos sociais. Elegem figuras alegóricas como Tiririca⁶ e Jair Bolsonaro,⁷ “emblemas” que resultam da delinquência da sociedade brasileira, sequestrada de sua dignidade, desde o início do século XVI,

4 Personagem que age estrategicamente, utilizando-se de movimentos furtivos e disfarçados, neste caso com pleno domínio de aparatos tecnológicos.

5 Personagens bíblicos, que segundo relatam os evangelhos, foram expulsos por Jesus de Nazaré, porque exploravam as pessoas num lugar sagrado de edificação; oportunistas, aproveitadores.

6 Francisco Everardo Tiririca Oliveira Silva, palhaço de profissão, eleito várias vezes (2011, 2015, 2019), com quantidade de votos suficiente para eleger indiretamente diversos outros personagens, pela via do coeficiente eleitoral.

7 Ex-capitão expulso do exército, Jair Messias Bolsonaro tornou-se deputado federal pelo Rio de Janeiro, a partir de 1988, já foi filiado a 6 partidos diferentes, notabilizado por discursos agressivos e de apologia à ditadura e a torturadores.

quando os portugueses por aqui botaram os pés.

A inversão de valores democrático-republicanos que conduziram esta sociedade a tal estágio de deterioração é realizada com apoio explícito de complexos midiáticos liderados por canais de TV aberta. Os mesmos que abocanham grandes fortunas em contratos de publicidade estatal e de grandes empresas públicas e privatizadas, sob acusação de ineficiência, mas muito cobiçadas pelo mercado financeiro. A “Tele-Visão”, amplia ou reduz a visão do objeto ao seu bel prazer, possivelmente seu álibi mais eficaz para conquistar as massas, induzindo-as a decidir conforme seu interesse. Ao tele-espectador,

Tudo se apresenta como se lhe pertencesse, porque ele próprio não se pertence. Ele nem mesmo precisa deslocar-se para ir ao cinema, e aquilo que não lhe custa dinheiro nos EUA nem esforço em lugar algum, ele tanto mais subestimar. O mundo ameaçadoramente frio se lhe achega confiadamente, como se lhe fosse íntimo: ele se despreza nele. (CONH, 1971 p. 349).

A combinação entre televisão e religião

As figuras caricatas citadas, como exemplo da manipulação do poder atual, não existem, elas são projetadas. Na realidade elas não existem por si mesmas, mas são obras pintadas para justificar diversas anomalias sociais, utilizadas contra a transformação e conseqüente troca de comando do Estado. Compreendo que na ausência de discurso convincente e que venha contrapor e frear a tendência progressista da sociedade, a burguesia contemporânea investe na projeção dessas figuras, porque elas respondem a certos “anseios”, que decorrem, a meu ver, da falta de investimentos na educação da população.

A televisão e a religião tem papel relevante nisso, pois em relação à primeira, “Tornam-se quase nulas a formação e a difusão de procedimentos racionais verdadeiramente democráticos que acompanham a modernização, Souza (2017, p. 47), a segunda domina e massifica totalmente.

[...] ao impor igualmente a todos o seu caminho para conseguir felicidade e guardar-se do sofrimento. Sua técnica consiste em rebaixar o valor da vida e deformar delirantemente a imagem do mundo real, o que tem por pressuposto a intimidação da inteligência, Freud (2010 p. 29).

O resultado da combinação apresentada é o seguinte: concessão de canais de TV, que tornam palco de “telepregações”, de grande alcance na televisão brasileira. Padres e pastores constroem impérios midiáticos e políticos muito rapidamente, à custa da manipulação da fé, estendida ao controle político do voto da população. Principalmente os pastores pentecostais prestam serviço como “cabos eleitorais”, mantendo seus fiéis encabrestados pelo discurso da prosperidade, que lhes rendem retornos financeiros gigantescos. Mais que um “curral eleitoral”, com o grande alcance dos meios de comunicação, treinam exércitos de pessoas que combatem qualquer iniciativa de avanço na conquista de direitos das “minorias sociais”, LGBTQIA+, etc, mantidas à margem dos recursos produzidos no país.

No caso Bolsonaro, ele usa perfeitamente as duas facetas midiáticas: batiza-se nas águas do Rio Jordão, tudo filmado e exibido em rede nacional, pelos canais concedidos aos pastores e esses massificam aos fiéis, a ideia de ele ser mesmo “O Messias”, já que a Bíblia relata que Jesus de Nazaré foi batizado nessas mesmas águas. A partir de então ele personifica a figura “ungida” para liderar o povo no caminho de a “liberdade”. No governo ele trabalha para canalizar recursos, por meio de contratos milionários de propaganda para esses canais, ao mesmo tempo em que vai pessoalmente dar entrevistas, onde se sente “em casa”, para responder perguntas que lhes são selecionadas e sem réplicas, como seria de praxe na prática jornalística.

Consolida-se, dessa forma “o mito” personificado neste personagem, que se firma no poder e do outro lado aprofunda-se um processo elaborado e sistematicamente planejado capaz de ofuscar a realidade e manter o *status quo*, determinado de cima para baixo, da “pirâmide social”. Este processo, ainda que composto de início, meio e fim, consegue fazer-se “compreendido” por esse fragmento, o religioso, em que as massas se locupletam e contentam-se como se fosse o todo, ou a salvação. Numa visão marxista, a manipulação capaz de produzir essa condição, origina-se na dominação da técnica, pela televisão, que conseqüentemente aprimora a sobreposição da mercadoria a fé, pela religião, sobre

o sujeito real.

No seio da população, essa manipulação cria monstros insensíveis à realidade política de sua comunidade, que se autodesprezam, vulneráveis a assédios, ora do tráfico de drogas, ora do tráfico ideológico de movimentos religiosos fundamentalistas alicerçados em interesses políticos de determinados personagens, que se auto denominam “iluminados” por Deus. Não raro, nas periferias ou outras localidades que hospedam massa de pessoas simples, são vistos copos com água, colocados em cima do aparelho de TV, para ser abençoado por um determinado guru geralmente proprietário de grande fortuna. Na opinião de Adorno e Horkheimer (1985 p. 118), “Hoje a fé é de novo espiritualizada; ela se torna tão sutil que perde de vista todo o objetivo e se reduz agora ao fundo dourado projetado por trás da realidade”.

Indústria cultural, semiformação e consumo

Além de constituir-se num “exército”, para defender o mito e mantê-lo no poder, quem de fato governa que é o mercado, mantém o sujeito fiel consumidor e reproduz a ideologia dominante e seus padrões. Para isso é necessário que seja adaptado para aderir ao modus operante da indústria cultural basicamente pela manipulação do seu subconsciente, que é responsável pela intuição de consumo (CONH, 1971). Ao aderir esse “sujeito sujeitado” desenvolve laços de pertencimento com as mercadorias. A partir dos “provadores” inicia seu processo de identificação com os produtos expostos nas telas, gôndolas e vitrines, geralmente ilustrada por belas propagandas, inclusive veiculadas dos canais e utilizadas pelos seus ídolos, sejam artistas ou religiosos.

Pressuponho que essas situações de profunda alienação servem de conteúdos da semiformação, formatada para manter predominante o individualismo em detrimento da vida coletiva. Mas “a semiformação não se confina meramente ao espírito, adultera também a vida sensorial. E coloca a questão psicodinâmica de como pode o sujeito resistir a uma racionalidade que, na verdade, é em si mesma irracional”, diz Adorno (p. 25). Pela lógica do mercado consumidor, a essa irracionalidade, supõe a capacidade da mercadoria, de fazer-se vendida pelo cheiro, pelo cardápio (CHAVES, p. 88) ou pela imagem em terceira dimensão, completamente fora do

alcance de quem a deseja consumir.

Dessa forma, continua Adorno (p. 29), “O entendido e experimentado medianamente – semientendido e semiexperimentado – não constitui o grau elementar da formação, e sim seu inimigo mortal”. Isto é, a semiformação na forma mais escancarada e violenta, domina não somente o subconsciente, mas atinge a consciência, portanto o domínio completo do humano pelo desumano a naturalizar a barbárie. A esta altura de degradação confessa o “sujeito sujeitado”, já não é mais refém da indústria cultural, mas de sua própria incapacidade de reagir a tal processo.

As circunstâncias, discrepâncias e contradições da sociedade capitalista contemporânea, mantidas pelas manobras midiáticas da indústria cultural, na pós-modernidade, tem provocado estados depressivos herdados do passado sombrio e insuperável da humanidade. Para isso,

A experiência do sofrimento é substituída, na indústria cultural, por um tipo de entorpecimento que tem como objetivo imediato auxiliar na superação das dificuldades. (...) apesar da aludida despontencialização do sofrimento, torna-se necessária uma caricatura da tragédia para preencher o enorme vazio de conteúdo que, forçosamente, faz parte das mercadorias culturais. (DUARTE, 2010 p. 59).

A leitura de estudiosos, pensadores da primeira fase da Escola de Frankfurt, neste caso de Theodor Adorno, remete-nos à profunda reflexão do que é e como opera a indústria cultural para proteger o capital. A compreensão do texto acima, que é um estudo frankfurtiano honesto, permite-nos buscar na superficialidade empírica da vida cotidiana, uma comparação que traduza o pensamento expresso nesta citação. *Ao dar uma dosagem de droga para um indivíduo, com o objetivo de obter sua confissão sem sucesso, necessário se faz criar formas externas, gestos que colaborem para perceber a necessidade de repetir a dose ou esperar um pouco mais...*(grifos meus) Assim, pensamos, age a indústria cultural em favor de obter o melhor resultado de consumo de determinados produtos.

Palavras finais

Notadamente, a indústria cultural ao longo de seu desenvolvimento, adapta-se ao contexto histórico e às ferramentas tecnológicas em favor da manutenção do *status*

Revista Científica FacMais – Faculdade de Inhumas, Volume XIX, Número 1. Dezembro. Ano 2022/2º Semestre. ISSN 2238-8427. Artigo recebido no dia 25.11.2022 e aprovado em 30.11.2022.

quo de grupos dominantes e, “Quem resiste só pode sobreviver integrando-se”, Adorno e Horkheimer (1985 p. 108). Resistir ao contínuo ditame da indústria cultural poderá ser: desenvolver e humanizar a educação, colocando-a a serviço da humanização e desbarbarização da sociedade, caminhos indicados por esses estudiosos, como forma eficiente de evitar o genocídio, como foi o pior deles ocorrido na segunda guerra mundial, principalmente no maior campo de concentração e morte de pessoas inocentes, o trágico inferno de Auschwitz.

Num contexto de radicalidade de sistemas industriais da cultura de massa consideramos a educação ferramenta essencial para a formação de sujeitos, não mais sujeitados, mas conscientes. É provável que a interação do homem com esses sistemas o tenha mais que desumanizado, mas o tenha colocado a serviço da tecnologia, tornado seu escravo, ou “coisa contra si”⁸. Em sua previsão infalível Adorno (1995 p 132) diz:

Um mundo em que a técnica ocupa uma posição tão decisiva como acontece atualmente, gera pessoas tecnológicas, afinadas com a técnica. (...) Os homens inclinam-se a considerar a técnica como sendo algo em si mesma, um fim em si mesmo, uma força própria, esquecendo que ela é extensão do braço dos homens.

Passado o terror das guerras mundiais das primeiras décadas do século XX, seus efeitos continuam rodando e o sonho da emancipação parece escapar pelos dedos quando atualizamos “pessoas tecnológicas” de Adorno, para “pessoas conectadas” às redes sociais contemporâneas. Total deslocamento, agonias e estados depressivos são visíveis, ao lado do tráfico e consumo de drogas que provocam diversos tipos de dependência, como a química, psicológica, religiosa, etc. Isso tem aproximado pessoas de robôs, avatares e drones programados, capazes de realizar muitas atividades que excluem a necessidade da qualificação das pessoas. Percebe-se profunda e sistemática tendência de investimento em máquinas, sendo de muito interesse, por exemplo, adquirir computadores, ou qualquer outro aparato tecnológico para instalar na escola, ao passo em que haja campanhas estratégicas, pagas com dinheiro do erário, para combater o funcionalismo público e a realização

8 Ele produz a arma para seu próprio assassinato, a agrotóxico para sua própria intoxicação, a mentira para sua própria dominação e a guerra para sua autodestruição.

de concursos para efetivação de profissionais.

Contemporaneamente, desde que em “a empresa japonesa anunciou em 2005 seu primeiro celular que capta sinais de TV”, Duarte, (2008 p. 101), a tecnologia se encontra acoplada ao corpo dos indivíduos, instalada não mais nos lares, ou empresas, mas nos quadris, punhos e ouvidos, inclusive de crianças, num aparente adoecimento individual e acirrado distanciamento entre seres humanos. Os sujeitos sujeitados, egoistas e solitários transformaram-se em ilhas receptoras de tudo que sobra de conteúdos, resumidos em pequenas frases e palavras abreviadas, bem próxima da esquizofrenia social, marcada pela ignorância do essencial e pelo endeusamento do imediato.

Uma nova, mas já conhecida categoria torna-se mais relevante ainda na configuração da sociedade: *o consumidor*. No século XXI, estes passaram a ter maior protagonismo, a lotar ruas, avenidas, shopping centers e fazer filas em lojas até esgotar os estoques, em várias datas do calendário comercial. Tanto a “manipulação retroativa” quanto a “usurpação do esquematismo”, deixaram de ser “teorias”, para tornarem-se estratégias atualizadas para atrair o maior número de consumidores, além das mercadorias tornarem-se cada dia mais descartáveis, portanto sendo afastada a noção de apego, ou fetichização da mercadoria, que precisa ceder lugar a novas e outras em ritmo frenético, ainda que seja para encher rios e oceanos com toneladas de lixo.

A indústria cultural hodierna sustenta-se dos vários segmentos da comunicação e ideologias, mas combina dois pilares que, na opinião impressa neste artigo, lhes confere maior eficácia, na consecução dos objetivos. Trata-se do pragmatismo da TV, herdeira do som do rádio, da imagem da fotografia, da interatividade do teatro e da popularização do cinema. Na mesma medida a religião também se utiliza do pragmatismo ideológico sofisticado pela presença do “não presente”, capaz de transitar do consciente para o inconsciente, do discurso apolítico, para o político acriticamente interessado.

Isso é reforçado em “telepregações” legendadas com os números das contas bancárias e “maquininhas” de cartão, para recolhimento de dízimos e ofertas dos presentes. Concomitantemente os aplicativos de compras via internet eliminam empregos, reclamações e devoluções. Combinação perfeita para o sucesso da

racionalidade tecnológica em rede, onde o humano torna-se consumidor passivo, compulsivamente alienado, não mais a mercadoria, mas ao consumo delas.

Os “consumidores de cultura”, pouco fazem filas em bilheteria de cinema, mas instalam em suas próprias casas, sua “pequenas telas”, que lhes proporcionam a falsa autonomia de assistirem o que quiser, ainda que os filmes já estejam devidamente selecionados pela *Amazon Prime Vídeo*, *Netflix*, *Google Play Store*, *NetMovies*, etc, cada uma a partir de seus interesses comerciais.

Como na Alemanha Nazista, na década de 1940, a liberdade dada, não conduziu a lugares desejáveis, mas a precipícios, nunca antes imaginado. No Brasil contemporâneo, esse tipo de “liberdade” beira as mais sombrias previsões, quando o Governo Federal estimula “a liberdade” para a população se armar, ao mesmo tempo em que repudia sua imunização contra a pandemia de COVID-19, assustadora enfermidade dos nossos dias.

Concluo este artigo, inspirado nas aulas de *Cultura, arte e educação*, provocando pela liberdade crítica de escolha, a partir da dialética dos esclarecimentos e do respeito à ciência praticada com responsabilidade. Tipo de ciência assexuada, que trabalha em favor da raça humana, que não tem religião, nem partido, nem lado. Ciência que age como “Os animais mais evoluídos” de Adorno e Horkheimer (2006 p. 2010): eles “devem o que são à sua liberdade; sua existência mostra que, outrora, suas antenas foram dirigidas em novas direções e não foram retiradas”, conforme sustentam e desejam defensores de teorias conspiratórias ultraliberais, bem-vestidos e fortemente presentes.

Referências

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **A Indústria cultural**: o esclarecimento como mistificação das Massas. A. Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, Versão digital, 2014. p. 99-138.

ADORNO, Theodor. **Teoria da semiformação**. In: Teoria Crítica e inconformismo: Novas perspectivas de pesquisa/ Bruno Pucci, Antonio A Zuin, Calmon Nabuco Lastória (orgs). -

Campinas, SP: Autores associados, 2010. (Coleção educação contemporânea).

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M.A. **Sobre a gênese da burrice**. A. Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Edição digital,

Revista Científica FacMais – Faculdade de Inhumas, Volume XIX, Número 1. Dezembro. Ano 2022/2º Semestre. ISSN 2238-8427. Artigo recebido no dia 25.11.2022 e aprovado em 30.11.2022.

2006. p. 210-211.

ADORNO, Theodor. **Televisão, consciência e indústria cultural**. In: COHN, Gabriel (org.) Comunicação e Indústria Cultural. Cla Ed. Nacional/ Ed. Universidade de São Paulo, 1971. p. 346 – 354.

CHAVES, J. de C. **Capitalismo dos monopólios e indústria cultural**: formação do sujeito sujeitado. In: CHAVES, J. de C.; BITTAR, M.; GEBRIM, V. S. Escritos de Psicologia, Educação e Cultura. Campinas, Mercado das Letras, 2015. p. 63-96.

CHAVES, J. de C. **Cultura, arte e educação**. Plano de ensino. Leitura, aprofundamento e discussões, realizados de 5 de agosto a 18 de novembro de 2021. UFG. Goiânia, 2021.

DUARTE, Rodrigo. **Indústria Cultural hoje**. In: VAZ, Alexandre Fernandes; ZUIN, Antonio & DURÃO, Fabio A. In. A indústria cultural hoje. São Paulo, Boitempo, 2008. p. 97 – 110.

Disponível em:
https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010173302003000200007&script=sci_abstract&lng=pt. Acesso em: 06/04/2021.

DUARTE, R. **Indústria cultural**: uma introdução. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2010.

DUARTE, R. **Esquematismo e semiformação**. In: EDUCAÇÃO E SOCIEDADE: revista de Ciência da Educação. Centro de Estudos de Educação e Sociedade – vol. 24, n. 83. 2003. p. 441-457.

MAAR, W. L. **Adorno, semiformação e educação**. In: EDUCAÇÃO E SOCIEDADE: revista de Ciência da Educação. Centro de Estudos Educação e Sociedade – vol. 24, n, 83. São Paulo: Campinas, 2003. pg. 459-475. Disponível em:
https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302003000200008
Acesso em: 06/04/2021. <https://doi.org/10.1590/S0101-73302003000200008>

FREUD, Sigmund. **O mal-estar da civilização, novas conferências**. Introdução à psicanálise e outros textos. Tradução Paulo César Souza. 10º reimpressão. - Companhia das Letras, 2010.