



Indústria Cultural: diferenças e semelhanças na visão de Morin, Adorno e Horkheimer¹

Rafaela MARTINS²

Tales TOMAZ³

Centro Universitário Adventista de São Paulo

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar as diferenças e semelhanças do termo “Indústria Cultural” para Edgar Morin, Max Horkheimer e Theodor Adorno. O primeiro acredita que o desenvolvimento tecnológico impulsionou a busca do lucro dentro deste meio, mas entende que há espaço para o novo. Os outros dois apresentam em seus estudos a arte industrial como produção estritamente comercial. O estudo é importante por ajudar a compreender melhor o termo que se tornou lugar comum nos estudos de comunicação. As duas principais obras a serem analisadas são *Cultura de massa no século 20*, de Edgar Morin, e o texto *A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas*, de Horkheimer e Adorno.

Palavras-chave: Indústria Cultural, Edgar Morin, Max Horkheimer e Theodor w. Adorno.

1. Introdução

O objetivo deste trabalho é identificar e analisar as diferenças e semelhanças do conceito de “Indústria Cultural” usado por teóricos que possuem visões diferenciadas. O primeiro vislumbre do termo vai ser dedicado ao sociólogo Edgar Morin, que acredita que o desenvolvimento tecnológico impulsionou a busca do lucro dentro deste meio. Mesmo assim, Morin entende que há espaço para o novo, e por isso mostra em sua obra, *Cultura de massa no século 20*, padrões idealizados pela própria indústria cultural para assumir os dois lados, criação e lucro, e agradar a todos. A segunda visão a ser apresentada é o olhar de Max Horkheimer e Theodor Adorno, através do texto *A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas*, cuja versão utilizada é a do livro *Teoria da cultura de massa*, organizado por Luiz Costa Lima. Pesquisadores contemporâneos e participantes da mesma escola de pensamento, Teoria Crítica, foram os primeiros a usar o termo Indústria Cultural, deixando de utilizar o termo Cultura de Massa. Para esses estudiosos, há uma grande diferença nesses jogos de palavras. Em seus estudos discorrem sobre a arte da Indústria Cultural como produção estritamente

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Estudante de graduação 5º semestre do curso de Jornalismo do UNASP- Centro Universitário Adventista de São Paulo. Email para contato: rafaela.martins1992@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do, UNASP- Centro Universitário Adventista de São Paulo. Email para contato: tales.tomaz@unasp.edu.br



comercial, o que, segundo Adorno e Horkheimer, não tem ligação com a ideia de Cultura de Massa, aquilo que é produzido espontaneamente.

Mesmo com ideias distintas, os dois grupos veem a técnica como a grande impulsionadora do comércio através da cultura, mas discordam no que se refere ao padrão usado nas criações. Ao analisar cada um desses teóricos, mesmo com escolas diferenciadas, épocas vividas distintas, olhares próprios, é importante entender: quais são as diferenças e semelhanças em suas formas de pensar? O que é a Indústria Cultural para cada um deles? Através dessas dúvidas é possível compreender melhor o conceito e usá-lo com mais propriedade. A importância do estudo e análise deste tema se remete a conhecer as ideias de cada teórico, os estudados, para compreender e identificar, na atualidade, a Indústria Cultural.

2. Indústria Cultural para Edgar Morin

Neste item do trabalho, vamos analisar a Indústria Cultural sob o aspecto do antropólogo, sociólogo e filósofo francês Edgar Morin. É neste espaço que estudamos o que é esse termo, para Morin.

Após a revolução industrial, as tecnologias ganharam seu espaço no mundo, fazendo com que cada pessoa utilizasse em diversos momentos suas invenções. Essa inovação permitiu o crescimento de várias áreas da sociedade, contribuindo com a ciência, medicina, cultura e diversos campos. Quando se fala em produções cinematográficas, as tecnologias têm um papel fundamental de permitir a qualidade e totalização do conteúdo, tornando-se algo possível para a cultura. Com isso, os filmes têm chegado com maior facilidade aos lares e participado de grande parte da vida do ser humano. Por esse motivo, as grandes produções cinematográficas têm visado o aumento de seu público-alvo para que o lucro seja cada vez maior. Ou seja, as produções culturais estão mais atentas ao dinheiro arrecadado do que à disseminação da arte e de suas ideologias. Segundo o teórico Edgar Morin, o interesse capitalista é encontrado com o avanço da tecnologia na cultura, priorizando o lucro recolhido com grande número de adeptos cinematográficos. “O vento que assim se arrasta em direção à cultura é o vento do lucro capitalista. É para e pelo lucro que se desenvolvem as novas artes técnicas” (MORIN, 1997, p. 22).



Mas isso não quer dizer que a utilização dessa tecnologia e sua produção em massa sejam estritamente negativas. Morin acredita que graças a esse impulso a grande maioria das pessoas pode ter acesso a cultura, mesmo que esta muitas vezes seja usada a favor do capitalismo. “Não há dúvida de que, sem o impulso prodigioso do espírito capitalista, essas invenções não teriam conhecido um desenvolvimento tão radical e maciçamente orientado” (MORIN, 1997, p. 22). Essa cultura, hoje disseminada por toda a sociedade, nem sempre alcançava as baixas classes sociais. A cultura da época era para aqueles que, segundo a classe elitizada, se referindo a si mesmos, entendiam o que esta dizia. Hoje qualquer um pode ter contato com filmes, obras literárias, pinturas, esculturas etc., pois através da tecnologia e do capitalismo, que impulsiona o desenvolvimento tecnológico, os filmes, por exemplo, podem atravessar o mundo através dos meios de comunicação de massa.

Esse pode ser um aspecto positivo da Indústria Cultural, mas o olhar sobre o assunto, de acordo com Morin, tem também aspectos negativos no que se refere aos padrões utilizados por essa indústria. Em geral, Morin acredita que a Indústria Cultural visa o consumo em grande escala de suas produções. Mas, para que cheguem a ser consumidas, as sociedades cinematográficas adotam padrões bem-sucedidos a serem seguidos. Nessa fórmula exigida são inseridas técnicas, aparelhos, que fazem parte de um agrupamento de itens julgados importantes para o objetivo desejado. Edgar Morin intitula esse padrão de “concentração técnico-burocrático”, sendo um termo importante para o melhor entendimento do trabalho. É nesse contexto que o teórico critica o uso da concentração técnico-burocrática, pois esse processo faz a arte perder sua identidade, se tornando um padrão que serve como um crivo de avaliação, onde o conteúdo sai das mãos de seu autor e se submete a uma avaliação de vários profissionais que sobrepõem interesses políticos e econômicos aos interesses culturais. É nesse contexto que a obra do autor perde sua característica pessoal e se encaixa na produção em grande escala. Edgar Morin declara:

A concentração técnico-burocrática pesa universalmente sobre a produção cultural de massa. Donde a tendência à despersonalização da criação, à predominância da organização racional da produção (técnica, comercial, política) sobre a invenção, à desintegração do poder cultural (MORIN, 1997, p. 25).



Mesmo com essa padronização imposta, as produções cinematográficas exigem, dentro desse modelo, um produto inédito, de forma que seja um romance individual com características próprias. Sendo assim, pode-se afirmar que esse modelo trata-se de um sistema contraditório, já que características opostas são exigidas na mesma obra?

Morin responde essa pergunta dizendo que “a indústria cultural precisa de unidades necessariamente individualizadas”. Mesmo assim, “um filme pode ser concebido em função de algumas receitas-padrão” (MORIN, 1997, p. 25).

Então pode-se afirmar que, mesmo passando por esses critérios, há espaço – e necessita de um espaço – para a criação, a individualidade da obra. Aquilo que é visivelmente clichê é rejeitado pelos consumidores. De acordo com a ideia defendida por Morin, em que há o molde da indústria cultural e mesmo assim deve haver a originalidade, o sistema tenta criar aquilo que agrade ao maior número de pessoas. Se limitarmos um filme para um grupo pequeno de possíveis consumidores, o valor arrecadado não equivale aos gastos da produção. Através desse argumento, as indústrias cinematográficas, por exemplo, unem várias características em uma única produção, alcançando grande massa e arrecadando receita suficiente para saldar o investimento, além do lucro dos produtores.

Pode-se dizer que, se há igualmente a preocupação de atingir o maior público possível no sistema privado (busca do máximo lucro), o sistema quer, antes de tudo, agradar ao consumidor. Ele fará tudo para recrear, divertir, dentro dos limites da censura. O sistema privado é vivo, porque divertido. Quer adaptar sua cultura ao público (MORIN, 1977, p. 23).

Além disso, a produção em massa alcança seu objetivo lucrativo criando mundos irreais que atraiam grande número de público. É preciso alcançar o consumo máximo, desenvolvendo produtos que agradem ao maior perfil de pessoas. Edgar Morin ainda acrescenta que para a produção ter um alvo universal é preciso apresentar informações variadas para que agrade diversos perfis. “A procura de um público variado implica a procura de variedade de informação ou no imaginário; a procura de um grande público implica a procura de um denominador comum” (MORIN, 1977, p. 35).

A problemática encontrada nesse aspecto é o fato de se descobrir um senso comum que abranja muitas pessoas. Para Umberto Eco, esse denominador comum resulta numa imposição de padrões da mídia, não só na burocratização da obra, mas símbolos que reduzem as experiências dos consumidores da Indústria Cultural. Ou seja,



esses moldes fazem com que os consumidores, que acompanham tais produções, acreditem apenas no padrão apresentado, diminuindo a individualidade de pensamento de cada espectador.

Os mass media tendem a impor símbolos e mitos pela fácil universalidade, criando "tipos" prontamente reconhecíveis e reduzem para isso, ao mínimo, a individualidade e o caráter concreto não só de nossas experiências como de nossas imagens, através das quais devemos realizar experiências. (ECO, 1991, p. 33).

Então podemos dizer que a visão de Indústria Cultural de Morin não é necessariamente positiva ou negativa. Ela passa por uma linha tênue, e se abriga no meio desse fogo cruzado. Critica os padrões de produção dos filmes, o que pode restringir a individualidade, mas não abre mão de mostrar que a técnica ajudou a cultura a se tornar ampla, além de, mesmo com seus padrões, abrir espaço para a individualidade do produtor.

3. Indústria Cultural Para Adorno e Horkheimer

Neste segundo item, vamos entender a visão do termo Indústria Cultural para dois pensadores da Escola de Frankfurt, Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. Primeiramente deve-se entender que a definição desse termo surgiu no final da década de 40, quando esses teóricos estavam refugiados nos EUA devido à Segunda Guerra Mundial. Então, publicaram em 1947 o clássico *Dialética do esclarecimento*. O uso do termo Indústria Cultural foi adotado a partir dessa publicação para substituir a expressão consagrada “cultura de massa”.

Adorno e Horkheimer dizem que o termo cultura de massa sugere um tipo de cultura espontânea, aquela cujo sistema não impõe padrões de consumo, ela simplesmente é produzida pelas massas, e não pela elite, de forma natural, sem nenhuma programação.

Para eles, não é essa a natureza da cultura produzida industrialmente. Segundo Adorno e Horkheimer, a Indústria Cultural é a vulgarização da arte, aquela que antes era restrita a um pequeno grupo, distribuída através de veículos de comunicação de massa manipuladores e aniquiladores da consciência e do pensamento crítico humano. De acordo com Armand e Michèle Mattelart (1999, p. 77), Adorno e Horkheimer “analisam



a produção industrial dos bens culturais como movimento global de produção da cultura como mercadoria”.

Nos estudos e ideias disseminadas em sua escola de pensamento, Adorno e Horkheimer acreditavam que o emissor e a mensagem eram as partes manipuladoras da comunicação, e que a vítima do processo era o receptor, aquele que quase obrigatoriamente recebia e acompanhava as produções. Para ele, os filmes e programas radiofônicos não trazem contribuição sociocultural alguma. “Filme e rádio se autodefinem como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores-gerais tiram qualquer dúvida sobre a necessidade social de seus produtos” (HORKHEIMER; ADORNO, 1990, p. 170).

Sob a visão de Adorno e Horkheimer, pode-se afirmar que toda a cultura de massa é idêntica, demonstrando que a indústria cultural, ao receber financiamento daqueles que detêm o poder, rejeitou o compromisso com a produção artística. Ou seja, através dessa ação, legitimou tal produção como negócio, no qual a arte passou a valer mais pelo efeito do mercado consumidor do que pelos valores estético e poético. Uma vez industrializada, a cultura tornou-se padronizada, e seus produtos, uma série de reproduções idênticas.

Por ora a técnica da indústria cultural só chegou à estandardização e à produção em série, sacrificando aquilo pelo qual a lógica da obra se distinguiu da lógica do sistema social. Mas isso não vai imputada a uma lei de desenvolvimento da técnica enquanto tal, mas à sua função na atual sociedade econômica (HORKHEIMER; ADORNO, 1990, p. 170).

Além disso, a arte, que antes se distinguiu do sistema social funcionando como um indicador dos aspectos duvidosos, agora foi unido a ele. Aquele que tinha um papel importante na sociedade, apontando possíveis erros do sistema, agora faz parte desse sistema. Mas, de acordo com Adorno e Horkheimer, essa culpa não deve ser imputada a técnica e sim ao sistema que a uniu, através do divertimento. Tendo como principal função, sacrificando aquilo pela qual a arte era usada, alcançar grande parte das pessoas, mesmo que para isso seja utilizada a padronização de seus produtos.

Adorno e Horkheimer acrescentam à sua ideia geral de Indústria Cultural o fato de as produções buscarem mostrar, ou iludir, que aquilo que se vê em filmes, por exemplo, é parte do que se vive na realidade. O imaginário se torna apenas uma representação do que pode ser vivido pela sociedade. A técnica permite que a experiência que a sociedade



poderia viver no seu dia a dia seja identificada pelas produções e então reduzida, diminuindo o contato para com a realidade. “Quanto mais densa e integral a duplicação dos objetos empíricos por parte de suas técnicas, tanto mais fácil fazer crer que o mundo de fora é o simples prolongamento daquele que se acaba de ver no cinema” (HORKHEIMER; ADORNO, 1990, p. 175).

Além de se tornarem participantes do possível espetáculo que se estende na vida cotidiana, as produções tendem a fazer conteúdos que atrofiem as faculdades intelectuais. Os filmes, segundo os teóricos, exigem cada dia mais atenção para que o conteúdo seja entendido. Dessa forma não há espaço para que o espectador analise a produção de maneira crítica e observe todos os mecanismos apresentados. Sendo assim, para Adorno e Horkheimer (1990, p. 175) o uso da rapidez e intensidade das informações apresentadas nas produções faz com que a atividade mental do espectador seja vetada. Este se acostuma com a intensidade de tal maneira que passa a não se preocupar com os efeitos particulares da fita, se tornando tão familiarizado que sua avaliação crítica, que cada cidadão deveria desenvolver, passa a ser apenas uma análise comparando a diferença que a obra de arte teve em relação a outras apreciadas. Mas a própria crítica não faz parte do vocabulário dos espectadores ‘vítimas’ apresentados por Adorno.

Assim como Adorno e Horkheimer, Lazarsfeld e Merton acreditam que os produtos apresentados para os seus espectadores possuem conteúdos preocupantes, pois pode levar o público a se acomodar e perder seu censo crítico.

(...) Há uma preocupação com os efeitos atuais dos meios de comunicação sobre seus públicos extensos e, sobre tudo, a possibilidade de que o avanço contínuo destes meios possa levar à derrota incondicional de faculdades críticas e a um conformismo irrefletido (LAZARFELD; MERTON, 1977, p. 232).

Para os produtores dessa indústria, fazer um filme, um programa, não tem nada a ver com arte, mas com uma administração econômica. Tudo é dividido em setores responsáveis por fascículos da produção. No final, ao juntar todas as partes são encontradas obras que se tornam semelhantes. Segundo Mattelart, tudo isso acontece devido a grandes demandas. A busca por essas produções, não apenas cinematográficas, só aumentou devido à disseminação da técnica.



Os produtos culturais, os filmes, os programas radiofônicos, as revistas ilustram a mesma racionalidade técnica, o mesmo esquema de organização e de planejamento administrativo que a fabricação de automóveis em série ou os projetos de urbanismo. “Previu-se algo para cada um a fim de que ninguém possa escapar”. (MATTELART, 1999, p. 77).

Mas para Adorno e Horkheimer essas produções vão além de uma extensão do espetáculo. Para eles, as produções da Indústria Cultural se tornaram uma das facetas do entretenimento fornecido para a sociedade. A arte e o divertimento são usados, pela indústria, para eliminar itens que se tornam, aparentemente, grosseiros e espantariam o público consumidor. Mesmo que ainda existam essas características em algumas produções, o uso dessa foi amenizado com a junção dos elementos, arte e divertimento.

Adorno e Horkheimer (1990, p. 184) ainda acrescentam esse pensamento dizendo que aquilo que era inconciliável, agora se reúne afim de que seja formado um padrão que alcance a totalidade da Indústria Cultural, atingindo a maioria dos espectadores.

De uma visão geral, Adorno e Horkheimer veem a Indústria Cultural como produto da técnica usado para aumentar o ramo mercadológico. Em suma, eles acreditam que o receptor, ou seja, o espectador é mera vítima do mundo da técnica, manipulado pela elite.

4. Semelhanças e diferenças

Após apresentar o uso do termo Indústria Cultural para ambas as correntes teóricas, a de Morin e a de Adorno e Horkheimer, cabe agora fazer uma comparação em busca de traços semelhantes e também diferenças entre as duas perspectivas.

Em geral, ambas as visões acreditam que o principal interesse que move a produção da Indústria Cultural é a busca por altos lucros mercadológicos. É claro que Morin entende que essa indústria assume seus padrões para alcançar maior número de renda. Já Adorno e Horkheimer acreditam que, além do interesse financeiro, a busca pelo domínio do homem é maior, não só domínio econômico, mas ideológico. Mesmo com essa diferença, as duas visões compartilham da crença de que as produções visam primeiramente interesses socioeconômicos.

Outro aspecto que pode-se apontar como semelhante são os padrões que as produções possuem. Tanto Adorno quanto Morin afirmam que as produções passam por aspectos avaliativos que definem o que deve ou não ser distribuídos em seus produtos, padronizando os produtos culturais. Entretanto, Morin analisa de forma mais detalhista



os padrões burocráticos presentes em, por exemplo, uma produção cinematográfica, enfatizando os aspectos estéticos usados pela Indústria Cultural. Já Adorno e Horkheimer visualizam esses padrões de forma generalista e não parecem ter grande interesse nesse detalhamento. Entendem que em resumo essas normas não são leis, mas estão presentes e levam a um único objetivo, o lucro.

Além disso, quando tratam sobre o termo Cultura de Massa, as duas perspectivas divergem. Adorno e Horkheimer entendem que o uso desse termo deve ser empreendido para a cultura espontânea, aquela produzida pela massa. Mas Morin de vez em quando emprega o termo. Ele reconhece que essa cultura nem sempre é espontânea, pois dissemina ideias apresentadas por uma indústria que tem como principal ferramenta, a técnica, cujo instrumento impulsiona a disseminação de seus produtos. No entanto, Morin não vê problemas em associar isso ao termo Cultura de Massa. Ele parece usar os termos como sinônimos.

Dentre tantos pontos já discutidos, a ideia de prolongamento do espetáculo é semelhante em ambas as visões. É claro que cada um discorre de acordo com sua época, mas acreditam que o dia a dia se torna uma continuação daquilo que agradou o público nas telas, impulsionada pela publicidade e consumo. Para explicar isso, por exemplo, Morin usa o conceito de olimpianos usado para se referir a vedetes que se tornam ícones para os espectadores. Esses atuais semideuses que assumem papéis de seres humanos, mas estimulam a sociedade a se portarem como os tais, são uma forma de prolongar o espetáculo apresentado em um filme, por exemplo. Segundo Morin (1977) os olimpianos se tornam modelos de vida mostrando que aquilo que foi visto nos filmes pode acontecer no cotidiano. Já Adorno e Horkheimer visualizam esse prolongamento através da identificação de itens que existem tanto na ficção quanto na realidade próxima.

Dentre as visões apresentadas e interpretadas de Morin e Adorno e Horkheimer, existe uma diferença no que se refere a forma de abordar os padrões apresentados nas produções de cultura industrial. Para Adorno e Horkheimer, o foco de seu estudo é o receptor, e como esse é manipulado pela elite. Já Morin aborda um pouco do receptor, mas discute também o criador, o artista. Ele passa a ter que conviver com regras que o deixam “menos artista”. Mas ainda assim há um espaço para a criação.

5. Conclusão



Ao estudarmos cada visão apresentada neste trabalho, pode-se compreender e identificar as semelhanças e diferenças das ideias apresentadas através do termo Indústria Cultural, de acordo com Edgar Morin, Max Horkheimer e Theodor Adorno. Com o objetivo de conhecer essas teorias e assim compreender melhor a utilidade do conceito, é possível apontar um denominador comum para o uso do termo Indústria Cultural quando usado para se referir a busca por lucros através das produções culturais, padrões estabelecidos para maior número de espectadores e prolongamento do espetáculo. Quando usado o termo para se referir a tais ideias, não é necessário que a visão, por de trás do termo, apresentada pelos teóricos seja explícita, pois ambos os conceitos se assemelham.

Depois, é possível apontar os limites no uso do termo. Em alguns pontos, ficam evidentes algumas diferenças que obrigam a pessoa que for usar o termo a se alinhar teoricamente com uma ou outra perspectiva. Um exemplo disso é a utilização do termo como sinônimo de Cultura de Massa. Nesse aspecto, para que o significado não seja comprometido, o uso deve ser justificado e embasado com conceitos dos teóricos para melhor expressar seu ponto de vista. Sendo assim Adorno e Horkheimer não acreditam na existência desse sinônimo, já Morin, não vê problema na utilização. Outro aspecto que pode exemplificar a importância da contextualização dos conceitos antes da utilização do termo Indústria Cultural é a forma de abordagem de cada teórico referente aos padrões existentes dentro das produções. Se Morin acredita que mesmo com esses padrões há espaço para a criação e Adorno e Horkheimer, que esses padrões são formas de manipulação do receptor, então quando usado esse Indústria Cultural para se referir a essa linha de pensamento é necessário apresentar a raiz de suas ideias, mostrando em quais teóricos se inspira.

Entender a visão de indústria cultural para cada teórico, no caso Edgar Morin, Max Horkheimer e Theodor w. Adorno é importante, pois aprende-se a analisar cada um desses, como utilizar, da melhor maneira, o termo Indústria Cultural de acordo com cada visão.

Referências Bibliográficas

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Difel. 1991.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. “A Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação das massas”. In: LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.



LAZARFELD, Paul; MERTON, Robert. Comunicação de massa, gosto popular e ação social organizada. In: Cohn, Gabriel (Org.). *Comunicação e Indústria Cultural*. 3.ed. São Paulo: Nacional, 1977

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. 9. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

MORIN, Edgar. A indústria Cultural. *Cultura de Massa no Século 20*. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977.