

## RELEITURA DA SUBJETIVIDADE PELO CONTEXTO NA INDÚSTRIA CULTURAL

### REINTERPRETATION OF SUBJECTIVITY IN THE CONTEXT IN THE CULTURAL INDUSTRY.

<sup>1</sup>LOPES, Adriano.

<sup>1</sup>Departamento de Psicologia - Faculdades Integradas de Ourinhos-FIO/FEMM

#### RESUMO

O objetivo deste trabalho é o de relacionar brevemente em um releitura a subjetividade enquanto objeto de estudo científico da Psicologia inserida no contexto da Indústria Cultural, conceito criado pelos autores Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. O texto utiliza-se da explicação concisa dos conceitos básicos para uma compreensão facilitada e exposição didática e depois comunica a subjetividade com a noção de identidade por meio de uma breve interpretação. Tem como intenção também demonstrar implicitamente a ligação entre a Filosofia e a Psicologia através da dimensão do indivíduo em relação com a sua história e sociedade, pensando a cultura primeiramente como uma produção original até à sua caracterização de mercadoria comerciável.

**Palavras-chave:** Cultura. Indústria Cultural. Subjetividade.

#### ABSTRACT

The objective of this work is to relate briefly in a reread the subjectivity as object of scientific study of Psychology inserted in the context of Cultural Industry, concept created by the authors Theodor W. Adorno and Max Horkheimer. The text uses the concise explanation of the basic concepts for a facilitated understanding and didactic exposition and then communicates the subjectivity with the notion of identity through a brief interpretation. It also intends to demonstrate implicitly the connection between Philosophy and Psychology through the dimension of the individual in relation to its history and society, thinking culture first as an original production until its characterization of marketable commodity.

**Keywords:** Culture. Cultural Industry. Subjectivity.

#### INTRODUÇÃO

Por uma coordenação entre Marilena Chauí (2013, p. 222-224) e Silvio Gallo (2014, p. 88-90), eles retratam didaticamente uma conversão da natureza humana e da cultura, sendo esta um resultado obtido da equação. Demonstrando brevemente em uma síntese que cruza a história, como a sociedade se comporta e desenvolve tipos diferentes de cultura.

Definir a Psicologia é uma tarefa bem árdua e complicada (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2003, p.18-21), principalmente quando na sua história de constituição científica, houve uma notável confluência de conhecimentos, dos teóricos ao práticos. Ao mesmo tempo que necessitava se livrar formalmente do senso comum, também precisava se estruturar de um modo que não se confundisse com áreas distintas. Embora sua necessidade de fundamento teórico, a Psicologia precisava seguir em sua emancipação. A subjetividade determinada como objeto de estudo da Psicologia,

pois "é essa a sua forma particular, específica de contribuição para a compreensão da totalidade da vida humana" (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2003, p. 23). E é mais que isso, é também "maneira de sentir, pensar, fantasiar, sonhar, amar e fazer de cada um" (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2003, p. 23).

"Quanta violência foi necessária antes que as pessoas se acostumassem a uma coordenação tão simples como essa é impossível determinar." (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 30). Comunicando esse fragmento em *Dialética do Esclarecimento* (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) combinando a noção de que esta violência está instalada de "uma vez por todas" (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 105), teremos uma proximidade do que este artigo tratará, acerca da opressão desta indústria que fabrica cultura como sua matéria-prima (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 99). Na sua tecnicidade fria e normativa, "o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear" (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100).

Através da exposição de concepções básicas e didáticas, este trabalho a seguir pretende criar uma linha de fácil e breve compreensão de como a cultura se forma em diferentes perspectivas e sentidos até como ela vira produto comerciável em mercadoria para, por fim, relacionar com uma releitura da subjetividade inserida no contexto do que Theodor W. Adorno e Max Horkheimer conceituam de Indústria Cultural.

## **METODOLOGIA**

A metodologia de pesquisa para a elaboração deste artigo realizou-se através de pesquisa bibliográfica dos livros com os conceitos principais, possibilitando uma releitura e interpretação unido os dois em uma comunicação. Para complemento da idéia central no desenvolvimento, foram abordados outros materiais com concepções que permitem explorar um caminho para explicar melhor. Foram utilizados materiais que contribuísem com a produção deste trabalho, desde livros teórico-filosóficos, livros didáticos, artigo e dicionário.

## DESENVOLVIMENTO

### Caracterização dos Conceitos Elementares

Para compreender esse artigo, é preciso conhecer basicamente os conceitos, os quais vão trabalhar através da linguagem e dos significados propostos na comunicação entre o que Adorno e Horkheimer colocam e o que a psicologia estabelece como o seu objeto de estudo, a subjetividade.

Primeiramente, para exemplificar uma concepção básica de indústria iremos tomar a sua definição comum, economicamente um "conjunto de atividades [...] e a transformação de toda espécie de matéria-prima" (BLOCK, *et al*, 1987, p. 892). Também sobre, existem suas derivações e áreas específicas de mineração e extração até converter suas matérias cruas em importantes elementos de uma produção em série, capazes de serem comercializadas. É considerável também a concepção de fábrica diretamente com a indústria, pois elas se relacionam em um sistema muito maior. Isso deve ao momento quando a divisão de trabalho e toda a mecanização se unem e permitem uma evolução de ambas, e de cada uma especificamente (BLOCK, *et al*, 1987, p. 892).

Há uma dificuldade em pensar a cultura de modo específico, portanto é necessário relacionar essa concepção para poder atribuir-lhe um significado mais próximo do seu conceito dentro da obra de Adorno e Horkheimer. A autora Marilena Chauí em *Iniciação À Filosofia* (2013), traz em perspectivas a cultura associada à natureza humana em um atravessamento por características bem fortes que vão mudar o foco sobre ela. Ela traz na obra um prisma que mira o mesmo objeto sob estruturas diferentes e que amplifica a noção básica de cultura.

No começo do Capítulo 23, *A cultura* (Chauí, 2013, p. 222-223), a escritora questiona o que qualifica e o que pertence à Natureza Humana. No texto, ela vai de citações banais como estereótipos usados diariamente para caracterizar os homens e as mulheres em geral, pressupondo que esses detalhes realmente indicassem algo essencial nas pessoas e na sua constituição no meio. Porém, seu destaque vai mesmo na causalidade do que é pertencer à uma natureza ou se construir por ela de modo necessário e universal. Entretanto, ela mesma descarta que a natureza humana seja plenamente uma definição só ao longo dos tempos, pois os humanos "são culturais e históricos" (Chauí, 2013, p. 224).

Nisso, veremos que a cultura e a história podem ser sinônimos, além de terem uma dependência mútua como o que é ser humano. A primeira perspectiva que Chauí traz se refere à cultura "identificada com a posse de certos conhecimentos (línguas, arte, literatura, ser alfabetizado)" (Chauí, 2013, p. 224) . Juntamente com essas posses, o indivíduo se tornaria mais culto conforme conseguisse adquirir mais desses tipos de cultura, colecionando conhecimentos diversos em número e variabilidade, construindo um requinte de saberes. Isto é, nessa parte a cultura é o acúmulo de competências, mas não apenas referentes à erudição ou inteligência. Esse acúmulo pode estar ligado à composição coletiva na qual o indivíduo se encontra, seja étnica, regional ou nacionalmente.

A segunda perspectiva vem fragmentada em duas partes comunicativas. A primeira, ela dispõe a cultura advinda do latim *colere* (Chauí, 2013, p. 226), referindo-se ao cultivo e ao cuidado, desde de produções agrícolas - do contato e conexão com a natureza externa ao homem -, assim como a constituição formal e o desenvolvimento intelectual - um contato mais interno ao homem, ainda que necessite de uma aprendizagem, como o estudo das ciências em geral. Na segunda parte (Chauí, 2013, p. 227), a cultura corresponde aos resultados e consequências da formação dos seres humanos, à sua herança em níveis que perduram instaurados e legitimados pelo resto da humanidade; nessa parte a cultura aproxima-se da história, de conteúdo contingente com as produções sociais, científicas, políticas, artísticas, etc.

As últimas duas perspectivas trazidas pela autora são tão necessárias como as primeiras. A penúltima fala sobre a cultura na relação de institucionalização, partindo da força de trabalho e da transformação da natureza à utilidade e necessidade do ser humano, obtendo invenções - anteriormente pensadas às suas criações - carregadas de propósito. Como exemplos: armas para guerra; constituição de família e comunidade; propriedades e até classes sociais (Chauí, 2013, p. 228). Na última perspectiva da cultura, a autora expõe a organização que os humanos estipulam para si mesmo, através de leis e normas de conduta que variam das relações sociais, de trabalho, de poder e de moral. Pertinente à esta perspectiva está a concretização da linguagem para o exercício da cultura em todos os seus aspectos e especificidades (Chauí, 2013, p. 228-229).

No livro *Filosofia: experiência do pensamento* (2014), o autor Silvio Gallo vai complementar a concepção de cultura que necessitamos para compreender de que forma ela se encaixa na Indústria Cultural e no modo como ela é operada. Ele, no *Capítulo 2 A linguagem e a cultura: manifestações do humano* (GALLO, 2014, p.90), introduz três sentidos<sup>1</sup> para o termo cultura: cultura-valor<sup>2</sup>; cultura-alma coletiva<sup>3</sup> e cultura-mercadoria. O terceiro sentido é o que ele mais se ateve ao final do capítulo, inclusive ligando-o com a concepção de linguagem em Adorno e Horkheimer (GALLO, 2014, p. 91)<sup>4</sup>. Nesse último sentido, a cultura em si não apresenta valor sustentável ou uma importância inestimável, ela não passa de um tipo de matéria-prima para produção a nível de consumo prático e econômico. Isso também ser muito bem o exemplo de como a sociedade capitalista transforma a cultura em mais uma mercadoria. O problema para o capitalismo: como deixá-la acessível e atraente? Através do mecanismo da propaganda, o qual vai trabalhar pela linguagem facilitada e que encontre um público que veja necessidade em consumir este produto. Neste contexto, a publicidade é responsável pelo comando da linguagem, atração e ligação com o público, deixando até mesmo a mais refinada das culturas de modo comerciável. Observa-se aqui a cultura capitalista do consumo.

O próximo conceito é o da Indústria Cultural, que se confunde muito facilmente com a realidade denotativa, pois a sua definição e estruturação é muito adequada e verídica que se postula irrecusável à percepção da diferença. Em *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos* (1985), Theodor W. Adorno e Max Horkheimer desenvolve em sua obra, no capítulo *A Indústria Cultural: O Esclarecimento Como Mistificação das Massas*, um diagnóstico da transformação da sociedade em torno das novas mídias e o seu impacto no indivíduo, na tentativa de desmistificar e desvendar seu funcionamento. O resultado foi assombroso, ao final, pois percebeu-

---

<sup>1</sup> Esses três sentidos são, na verdade, frutos de um estudo de Silvio Gallo sobre a obra *Casmose: um novo paradigma estético* (1992), de Feliz Guattari.

<sup>2</sup> Nesse sentido, há semelhanças com as descrições que Marilena Chauí (2013, p. 226) atribui em suas duas primeiras perspectivas da cultura, no que tange respectivamente tanto à cultura como acúmulo de saberes e conhecimentos e quanto à cultura como surgida do cultivo, do que é culto. Enquanto o inculto seria aquilo não fora cultivado (GALLO, 2014, p. 90).

<sup>3</sup> Enquanto esse sentido está mais próximo da segunda fragmentação da segunda perspectiva de Chauí, quanto à herança e produção de um povo em consonância com a sua história (Chauí, 2013, p. 227).

<sup>4</sup> Segundo o que o texto explora, é possível discernir de modo bem conciso e simbólico, a linguagem como a linha de comunicação efetiva que vai englobar o produto, a mensagem e o público, de modo que os três participem dessa operação iminentemente.

se que, já naquele tempo, os meios de propagação cultural haviam sido tomados e adaptados para a sociedade capitalista ascendente. Para os autores, o cinema, o rádio, as revistas já trabalhavam sua mercadoria em ritmo marcadamente industrializado, dispensando qualquer tipo de atribuição de arte (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 99-100).

A Indústria Cultural dizia respeito a todo esse sistema com subdivisões bastante eficientes que instalaram-se violentamente na sociedade, ainda que discretamente (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 105). A simples percepção dos homens não seria capaz de medir ou se atentar à indústria de modo consciente, considerando que tudo aquilo que chegava ao contato da população, da sociedade era filtrado e dosado por essa indústria (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 104). Inclusive e principalmente, a cultura. Os autores notaram também que, para concretizar o seu controle, a indústria requeria produtos mais fáceis e atrativos. Portanto, perceberam uma mudança nas artes, nas quais tiraram como exemplo as mudanças musicais, onde ocorria uma popularização do jazz em relação ao estilo clássico, este que ia perdendo atenção (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 105-106). Para demonstrar melhor, considere o seguinte trecho:

A tradução estereotipada de tudo, até mesmo do que ainda não foi pensado, no esquema da reprodutibilidade mecânica supera em rigor e valor todo verdadeiro estilo, cujo conceito serve aos amigos da cultura para transfigurar-se em algo de orgânico o passado pré-capitalista. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 105).

A crítica dos autores não era diretamente ao estilo musical que se destacava, mas sim à técnica que imperava sobre ele para torná-lo mais comerciável e de fácil reprodução, aumentando o alcance e acesso da população. Principalmente se esse novo estilo conseguir ser repetido mais vezes, quase industrialmente. Nesse esquema, além de impor uma "racionalidade técnica"<sup>5</sup> (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100), também há uma supressão legítima de estilo a uma simples cópia simbolizada e reduzida: o estereótipo. O clamado estilo que um indivíduo pode

---

<sup>5</sup> Para termos de compreensão em torno desse conceito, ele configura a soberania da forma e da estrutura técnica em volta dos conhecimentos e dos elementos culturais. É um artifício engenhoso que favorece e enriquece mais a norma em vista do conteúdo. Por meio dessa reformulação, dessa instauração da forma, torna-se possível a reprodução mecanizada das coisas.

consumir vai levá-lo, ao pensamento dos autores, à propagar esse estereótipo como se fosse algo original e autêntico<sup>6</sup>.

Para encerrarmos o recrutamento dos principais conceitos que vão se atravessar, é indispensável falar sobre a subjetividade. Com uma livre interpretação, podemos dizer que ela é a última a absorver os estímulos sociais e a primeira a projetá-los. A subjetividade se dá como o objeto de estudo científico da Psicologia, ou das Psicologias quando se é pensado em suas múltiplas áreas de atuação (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 1999, p. 22-23). Ela é a dimensão do eu, a constituição do indivíduo somando todas as suas experiências das relações sociais e culturais. É o que permite caracterizar a personalidade e identidade de cada ser humano. Assim como o indivíduo é uma síntese de sua história específica, a subjetividade é a síntese do desenvolvimento da sua percepção transformada pelo mundo externo. Existem mais estudos e especificações acerca da subjetividade e de como a Psicologia vai abordar esse objeto em suas diferentes áreas, mas para esse trabalho nós ficaremos com a seguinte descrição:

A subjetividade é a síntese singular e individual que cada um de nós vai constituindo conforme vamos nos desenvolvendo e vivenciando as experiências da vida social e cultural; é uma síntese que nos identifica, de um lado, por ser única, e nos iguala, de outro lado, na medida em que os elementos que a constituem são experienciados no campo comum da objetividade social. (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2001, p. 22-23).

## **Redução da Subjetividade no Contexto da Indústria Cultural**

Além do encaixe e da adaptação do estilo para o rótulo do estereótipo, os autores vão aprofundar ainda mais em sua obra e no capítulo que destrincham sobre a Indústria Cultural, eles vão tocar em um ponto onde o indivíduo é subjugado e inserido dentro da racionalidade técnica. O sujeito será inserido em um papel<sup>7</sup> assim

---

<sup>6</sup> Para fomentar como o conceito da Indústria Cultural se confunde com a realidade fortemente e como os autores acreditavam que era a sua ação, considere as seguintes passagens: "Eis que o estilo da indústria cultural, que não tem mais de se pôr a prova em nenhum material refratário, é ao mesmo tempo a negação do estilo. [...] O conceito do estilo autêntico torna-se transparente na indústria cultural como um equivalente estético da dominação. A ideia do estilo como uma conformidade a leis meramente estéticas é uma fantasia romântica retrospectiva." (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 107)

<sup>7</sup> Esse conceito é tratado no livro Educação e Emancipação (2006, p. 178), de Thedor W. Adorno, onde o autor configura o papel como uma função na qual cada indivíduo é responsável mesmo que involuntariamente a participar e agir em um todo. Para a Indústria Cultural, esse processo vai se dar

como uma engrenagem numa fábrica, posto a trabalhar e participar da própria dominação sem a consciência disso.

Mas como funciona esse processo? Através de um totalitarismo discreto. Pode até funcionar por intenções políticas, porém a percepção do modo de controle desse processo vai ser perceptível pelos meios culturais e sua repercussão. Adorno e Horkheimer dissertam esse comparativo de dominação e utilizam do cinema como exemplo de doutrinação para o contemporâneo deles. Observe o fragmento a seguir:

O cinema torna-se efetivamente uma instituição de aperfeiçoamento moral. [...] A cultura sempre contribuiu para domar os instintos revolucionários, e não apenas os bárbaros. A cultura industrializada faz algo a mais. Ela exercita o indivíduo no preenchimento da condição sob a qual ele está autorizado a levar essa vida inexorável. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 126).

Acima, não somente os autores apresentam dentro de todo esse conceito o cinema como ferramenta de manutenção do ímpeto social, mas também vão apontar para a cultura a sua propriedade de adestramento dos indivíduos em normas e pensamentos quase de modo inquestionável. Recorrendo às perspectivas e sentidos expostos dentro desse próprio trabalho, desde do que Marilena Chauí (2013) explica em seu livro até mesmo como o que demonstra Silvio Gallo (2014), e comparando com o que Theodor Adorno e Max Horkheimer descrevem, há uma peculiaridade bastante interessante. Nos dois primeiros autores, a cultura se assemelha mais à uma produção da própria sociedade - ainda que Silvio Gallo tenha falado sobre a cultura como mercadoria, inclusive citando os criadores do conceito Indústria Cultural. Contudo, Adorno e Horkheimer dão uma guinada nessa perspectiva, reinterpretando esse cenário, onde a cultura é produzida para a sociedade. A partir do instante em que se percebe essa industrialização da cultura, já considerando a sua capacidade de dominação, o indivíduo - ou a sua individualidade - é eliminado (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 127-128).

Mas o truque da indústria é permitir que o sujeito continue sonhando e consumindo a cultura comercializada. Sobretudo: assumir um estilo! Uma

---

por conta da opressão e do totalitarismo de forma inconsciente, enquanto para a Psicologia (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2001) isso seja mais um caso de sedução e persuasão por meio da linguagem da propaganda no que tange o efeito na subjetividade.

Em *Dialética do Esclarecimento* (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 102), também há um conceito aproximado, escrito em inglês: *level*. Com esse conceito, os autores mencionam os indivíduos como parte de uma sistematização de estatísticas, o que concerne a um nível de pertencimento específico de cada pessoa, seja classe social, étnica, por região, idade, etc.

personalidade! Algo que reflita e projete a sua identidade. Essa é a chave para a Indústria obter seu sucesso. E quando isso acontece, o indivíduo perde completamente a sua noção da realidade e adota para si algo importado 'das grandes telas'. Vejamos para complementar:

"Quanto maior a perfeição com que as suas técnicas duplicam os objetos empíricos, mais fácil se torna hoje obter a ilusão de que o mundo exterior é o prolongamento sem ruptura do mundo que se descobre no filme" (ADORNO; HORKHEIMER. 1985, p. 104).

Encontra-se implícito aqui o domínio da razão técnica como instrumento de alienação, descritos pelos filósofos (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100), entretanto é possível reconhecer a crítica deles como contemporânea e pertinente. O veneno que os autores descrevem em sua obra, apenas conceitualmente, parece propagar-se imperceptivelmente, no momento em que o "filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade" (ADORNO; HORKHEIMER. 1985, p. 104). Mas por que o enfoque tanto sobre o filme? É apenas um exemplo. E na época dos autores, era o modo cultural mais reproduzido e popularizado, que se apropriou maciçamente da cultura.

O último passo nesse processo vai depender da reação do indivíduo e de como ele tenta reforçar a sua identidade, alimentando-se mais desse comércio cultural. A Indústria Cultural tendo se instalado com sucesso, o seu regime é totalitário e o todo se confunde com o particular de modo que distancie ainda mais a percepção e realização do ser humano (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 30-31).

Não obstante nesse panorama que os filósofos discorrem, ainda resta uma contemplação que também vai remeter à falsificação do estilo e sua transformação em estereótipo. Digamos que esteja mais para uma dinâmica. Quando o sujeito inserido nesta Indústria Cultural continua a sonhar e almejar tudo aquilo que sua personalidade requiere, permitido em seu vão desejo, está, na verdade, a reforçar o sistema e a sua própria alienação. Cada vez mais obediente à essa hierarquia e estilo (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 107-108), reduzindo a sua identidade a um comportamento reproduzido.

Agora, como fica a subjetividade em meio disso tudo? Os filósofos Theodor W. Adorno e Max Horkheimer não trataram direta e especificamente da subjetividade<sup>8</sup>. Em suas obras, serão mais encontrados termos como o indivíduo e individualidade, porém o mais importante e mais correlato é o termo de identidade, pois se refere ao modo como eles tratam tanto dentro do próprio conceito de Indústria Cultural quanto do sujeito inserido nesse contexto (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 107-108).

Na qualidade de ciência da subjetividade, a Psicologia é escalada com a responsabilidade de tratar a reação da subjetividade em meio à toda essa sociedade e todo o seu contexto histórico. No livro *PSICOLOGIAS* (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 1999), os escritores permitem no *Capítulo 19: Meios de Comunicação de Massa* um vislumbre de como a Psicologia se ocupa dentro e fora desses sistemas complexos. Antigamente, o psicólogo era um encarregado consultor em matérias jornalísticas, até analisar o impacto e o campo de subjetividade de um comercial; discutindo também o limite ético e o alcance que um conteúdo dos meios de comunicação terá (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 1999, p. 276-277). A subjetividade era parte nisso. O próprio texto traz o problema: "Qual o limite do trabalho com a subjetividade?"

O problema como demonstrado no próprio capítulo era mais embaixo, ele se relacionaria com a escassez do senso crítico em determinadas populações, ou entre quem preferiria evitar as discussões mais polêmicas (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 1999, p. 278). O efeito desse problema é a repercussão de falsos saberes, ou conhecimentos difusos e irrealistas, mal interpretados por espectadores desatentos ou desapercebidos. Utilizando da Indústria Cultural em Adorno e Horkheimer, é nesse instante em que o sujeito aceita ser dominado e ser carregado pela alienação nos meios de comunicação - quando lhe permite consumir os produtos das mídias sem sua consciência.

---

<sup>8</sup> As psicólogas Samara Megune Rodrigues e Angela Maria Pires Caniato trazem em seu artigo *Subjetividade e indústria cultural: uma leitura psicanalítica da cumplicidade dos indivíduos com a lógica da mercadoria* (2012, p. 230), uma comunicação congruente entre o conceito da Indústria Cultural e a subjetividade, partindo também da concepção de cultura como mercadoria: "A 'cultura' propagando a lei do mercado possibilita uma dominação para além do mundo do trabalho (via alienação do trabalhador), que se impõe de forma totalitária e imbricada em todos os aspectos da vida do indivíduo. Assim, a indústria cultural promove a interiorização da dominação pelo capital, forjando subjetividades homogeneizadas e acríticas".

Outra confusão causada por esses meios de comunicação e que necessitam de uma atenção redobrada é com a "Propaganda e o Controle da Subjetividade" (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 1999, p. 279). Eles falam nessa parte sobre a captura da subjetividade, ardilosamente montada em uma armadilha que atrai a atenção e derruba a percepção por ser muito semelhante com a realidade. Em uma diferenciação à Indústria Cultural em Adorno e Horkheimer, os autores aferem que é possível resistir e que esses meios de comunicação não possuem controle absoluto da subjetividade. Então, os meios de comunicação apelam para um mecanismo mais elaborado que vai se atentar às emoções, como um desvio à racionalidade e invasão diretamente ao íntimo do sujeito, contornando a linha da superfície consciente da subjetividade. Esse mecanismo é a persuasão (BOCK; FURTADO; TEICEIRA, 1999, p. 279-282).

Na continuidade da persuasão, os meios de comunicação são incansáveis, pois a todo tempo o indivíduo é bombardeado de informações e ele sempre busca um modo de se compensar dessa sociedade massacrante. Uma hora, ele terá que ceder para atender, pelo menos, um de seus desejos. É um sistema praticamente infalível, não há mecanismo de defesa que consiga resistir por completo sem afetar gravemente a subjetividade. Ou seja, a resistência constante aos meios de comunicação também trará consequências para a saúde mental dos indivíduos. De forma livre, uma interpretação é possível e necessária: informação de mais é prejudicial à saúde; e informação de menos é um perigo à consciência.

Entre os desejos que a sociedade reprime com suas normas e morais estão os impulsos sexuais e os prazeres corporais. Há "uma relação inconsciente" com "o conteúdo que foi recalçado" no "processo de desenvolvimento de uma cultura" (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 1999, p. 281). Essa artimanha é complementada pela "Linguagem da Percepção" (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 1999, p. 281). Teremos aqui uma dinâmica que não faz um desvio ou um caminho alternativo para atrair o indivíduo. Ao contrário, ela o atravessa diretamente, mergulhando em suas vontades reprimidas e mantidas inconscientes para uma captura mais eficiente do que qualquer outra. Na proporção em que a persuasão busca os desejos mais fundos e proibidos, a linguagem da sedução facilita o caminho até a apreensão da subjetividade e o seu reconhecimento, fixando-se como um flerte com a mercadoria, uma possível negociação talvez - interior ou exterior ao sujeito, superficial ou profunda. Relacionável

com a Indústria Cultural, observa-se um encontro de como a cultura é comercializada perante à sua opressão totalitária na sociedade e a utilização da publicidade como uma mestra nesta dinâmica absoluta.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através do estudo e trabalho realizado para elaboração desse artigo, foi possível contemplar uma relação entre o pensamento filosófico e objeto científico da Psicologia. Ainda que em uma releitura sintética deste mesclado abstrato, um conhecimento se forma em como as Ciências Humanas podem se comunicar dos mais variados jeitos e reinterpretar objetos sob novas luzes.

As cultura e suas vertentes de concepções exibidas serviram para exemplificar a riqueza e complexidade que agrega a interface nas relações culturais dos indivíduos ao seu ambiente, contrariando uma ideia de que esse produto histórico-social aconteça em via de mão única ou de forma apenas individual. É na verdade, um caminho reflexivo, onde o ser humano consome e contribui com a manutenção da realidade, coincidindo com a evolução da subjetividade.

Na Indústria Cultural, meramente na qualidade de conceito, sua aspiração tende à crítica filosófica da realidade - ou um diagnóstico fortemente negado. Contudo, quando sua interpretação se alicerça à visão da identidade do ser humano, é impossível deixar de questionar onde a subjetividade se encaixa nesse contexto. A dimensão das relações do eu, tão exposto e vulnerável nesse domínio de cultura industrializada, nos intriga a pensar e repensar a nossa liberdade e consciência. E um possível problema futuro pode ser instalado com isso: como trabalhar o senso crítico na subjetividade?

Uma potencial expectativa nessa contextualização aterrissa sobre a capacidade e propriedade da Psicologia. Esse raciocínio é extraído da leitura das obras em comparação neste texto e levantado como uma solução plausível, na qual a Psicologia intermedeia no cultivo da subjetividade. Cultivo de cultura, mesmo. De cuidado e responsabilidade. Onde o indivíduo consiga refinar a sua subjetividade e reconhecer tudo aquilo que impregna na sua identificação, seja pela Indústria Cultural no todo ou em cada meio de comunicação particular, retomando a sua consciência por direito.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ADORNO, Theodor. **Educação e Emancipação**. Tradução de Wolfgang Leo Maar. Rio de Janeiro: Paz e Guerra. 2006.

BOCK, Ana Mercês Bahia. FURTADO, Odair. TEIXEIRA, Maria de Lourdes Trassi. **PSICOLOGIAS: Uma Introdução Ao Estudo de Psicologia**. São Paulo, Brasil: Editor Saraiva. 2003.

BLOCK, Alan. *et al.* **Grande Dicionário Enciclopédico Escolar**. São Paulo, Brasil: Nova Cultural. 1987.

CHAUÍ, Marilena. **Iniciação à Filosofia**. Volume Único. Ensino Médio. São Paulo, Brasil: Editora Ática. 2013.

GALLO, Silvio. **Filosofia: Experiência do Pensamento**. Filosofia. Volume Único. Ensino Médio. São Paulo, Brasil: Editora Scipione. 2014.

RODRIGUES, Samara Megume. CANIATO, Angela Maria Pires. **Subjetividade e indústria cultural: uma leitura psicanalítica da cumplicidade dos indivíduos com a lógica da mercadoria**. Psicologia Em Revista. Belo Horizonte, Brasil: Editora PUC Minas. 2012.