



A INDÚSTRIA CULTURAL E O USO DA ESTÉTICA COMO ENCANTAMENTO

The cultural industry and the use of aesthetics as enchantment

La industria cultural y el uso de la estética como encanto

Noemi Aguiar Mendes¹
Paulo Sérgio Dias Barbosa Cardoso²
Antônio Dimas Cardoso³

Resumo

O objetivo deste trabalho é desenvolver uma análise sobre o desencantamento do mundo na perspectiva de Max Weber, relacionando esse fenômeno diretamente com as manifestações da indústria cultural, nos tempos modernos. Theodor W. Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973) têm perspectivas parecidas sobre o fenômeno apontado por Weber, mas diferem-se na maneira de problematizar a racionalização e a ideia de

¹Discente do 4º período do Curso de Ciências Sociais da Unimontes. E-mail: noemifcuni@gmail.com

²Discente do 4º período do Curso de Ciências Sociais da Unimontes. E-mail: paulosergiounife7@gmail.com

³Bacharel em Ciências Sociais, com Especialização pela Universidade Estadual de Montes Claros/UNIMONTES. Mestre e Doutor em Sociologia pela Universidade de Brasília (UnB), em Brasília-DF, tendo defendido tese em 2004 sobre a atuação corporativa em projetos de integração regional, no Instituto de Ciências Sociais (ICS), no CEPPAC, atual Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais - Estudos Comparados sobre as Américas (PPGECsA), sob a orientação do Professor Yves Chaloult. Professor efetivo da UNIMONTES, leciona Teorias do Desenvolvimento e orienta projetos de mestrado e doutorado no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social. Na Graduação do Curso de Ciências Sociais, leciona Sociologia e orienta monografias e projetos de iniciação científica. E-mail: antonio.dimas@unimontes.br

Artigo submetido em: 19 de setembro de 2024

Artigo aceito em: 03 de outubro de 2024

Artigo publicado em: 28 de outubro de 2024



desencantamento do mundo, resultante desse processo. A metodologia de estudo desenvolvida para este artigo foi a pesquisa bibliográfica de livros e artigos acadêmicos, entre eles "Dialética do esclarecimento", de Adorno e Horkheimer, utilizando seu conceito de "indústria cultural" para fundamentar e embasar uma análise crítica sobre o "desencantamento do mundo", na perspectiva estética do mundo racionalizado moderno. Conclui-se, assim, que a modernização do sistema econômico capitalista transforma a arte em indústria cultural; dessa forma utilizando-se da mesma como uma engrenagem de consumo, que suprime indivíduos a certos padrões de vida e a padrões de consumo também. Por fim, a indústria cultural expropria o esquematismo dos indivíduos, transformando-os em seres desencantados, para que dessa forma seja criado no capitalismo um mercado inteiro baseado em vender encantamento para as pessoas.

Palavras-chave: Desencantamento do mundo; Racionalização; Indústria cultural; Estética.

Abstract

The objective of this work is to develop an analysis of the disenchantment of the world from the perspective of Max Weber, relating this phenomenon directly to the manifestations of the cultural industry in modern times. Both the authors Theodor W. Adorno and Max Horkheimer have similar perspectives on phenomenon told by Weber, but they differ in the way they question the rationalization and disenchantment of the world. The study methodology developed for this paper was bibliographic research of books and academic articles, including "Dialectics of Enlightenment", by Adorno and Horkheimer, using their concept of "cultural industry", to substantiate and support a critical analysis of the Disenchantment of the world, from the aesthetic perspective of the modern rationalized world. It is concluded, therefore, that the modernization of the capitalist economic system transforms art into a cultural industry, thus using it as a means of consumption, which suppresses individuals from certain standards of living and consumption patterns as well. Finally, the cultural industry expropriates the schematism of citizens, transforming them into disenchanted beings, so that it creates in the capitalism system an entire market based on selling enchantment to people.

Keywords: Disenchantment of the world; Rationalization; Cultural industry; Aesthetics.

Resumen

El objetivo de este trabajo es desarrollar un análisis del desencanto del mundo desde la perspectiva de Max Weber, relacionando este fenómeno directamente con las manifestaciones de la industria cultural en los tiempos modernos. Theodor W. Adorno (1903-1969) y Max Horkheimer (1895-1973) tienen perspectivas similares sobre este proceso, pero difieren en la forma en que resuelven la racionalización y el desencanto del mundo. La metodología de estudio desarrollada para este artículo fue la investigación bibliográfica de libros y artículos académicos, entre ellos "Dialéctica de la Ilustración", de Adorno y Horkheimer, utilizando su concepto de "industria cultural", para fundamentar y sustentar un análisis crítico del Desencanto del mundo, desde la perspectiva estética del mundo racionalizado moderno. Se concluye, por tanto, que la modernización del sistema económico capitalista transforma el arte en una industria cultural, utilizando lo así como medio de consumo, lo que suprime a los individuos de ciertos niveles de vida y patrones de consumo también. Finalmente, la industria cultural expropria el esquematismo de los ciudadanos, transformándolos en seres desencantados, de modo que crea todo un mercado basado en la venta de encantamientos a la gente.

Palabras-clave: Desencanto del mundo; Racionalización; Industria cultural; Estética.

Introdução

O desencantamento do mundo em Max Weber é um conceito que busca explicar a perda da influência da religião e da magia na compreensão e na organização da realidade social. Segundo Weber, a civilização ocidental passou por um longo processo de racionalização, que consiste na aplicação de métodos lógicos, científicos e burocráticos para resolver os problemas e alcançar os objetivos da vida humana. Esse processo teve como

consequência o enfraquecimento das formas tradicionais e carismáticas de autoridade, baseadas na fé, na tradição ou no carisma pessoal, e a ascensão das formas legais e racionais de autoridade, baseadas nas leis, nas normas e nos contratos:

Aquele grande processo histórico-religioso do desencantamento do mundo que teve início com as profecias do judaísmo antigo e, em conjunto com o pensamento científico helênico, repudiava como superstição e sacrilégio todos os meios mágicos de busca de salvação, encontrou aqui sua conclusão. (Weber, 2004, p. 96).

Para Weber, o desencantamento do mundo é um fenômeno ambivalente, que traz vantagens e desvantagens para a sociedade. Por um lado, o desencantamento do mundo permite o desenvolvimento da ciência, da tecnologia, da economia e do direito, que contribuem para o progresso material e intelectual da humanidade. Por outro lado, implica na perda de sentido e de valores que orientavam a ação humana em um mundo mágico ou religioso. Weber afirma que o mundo moderno torna-se cada vez mais "desprovido de deuses" (entzaubert) e os indivíduos se sentem desorientados e alienados em uma sociedade dominada pela racionalidade instrumental e pelo capitalismo. Este trabalho busca, a partir de uma revisão bibliográfica, analisar esse processo e sua relação com a indústria cultural, orientado pela obra "Dialética do esclarecimento" do filósofo e sociólogo Theodor W. Adorno (1903-1969) e pelo filósofo e sociólogo Max Horkheimer (1895-1973). No entanto, no que pese à assimilação do diagnóstico de Weber sobre o desencantamento do mundo, Adorno e Horkheimer diferem deste clássico da sociologia alemã por apegarem-se a um conceito histórico-filosófico de razão, de inspiração marxista, que necessariamente se manifestaria através do processo material de produção e reprodução da sociedade burguesa moderna. Os fundadores da Escola de Frankfurt jamais abandonaram a crença em uma razão capaz de objetivar-se na história, emancipando a classe trabalhadora, ao contrário do realismo weberiano que via com descrédito possibilidades de superação coletiva da dominação de alguns sobre muitos. Reorientaram o fenômeno do desencantamento do mundo para o problema da massificação e crítica do que chamaram de indústria cultural como efeito alienante do capitalismo moderno.

Racionalização e desencantamento do mundo

Crítico da perspectiva marxista de emancipação da razão humana, fonte de inspiração dos primeiros teóricos da Escola de Frankfurt, Max Weber (1864-1920), de geração anterior a Horkheimer e Adorno, não propõe uma solução ou uma alternativa para o desencantamento do mundo, mas apenas o analisa como um fato histórico e sociológico. Weber reconhece que o processo de racionalização é irreversível e que não há como voltar a um estado anterior de encantamento. No entanto, ele também aponta que o desencantamento do mundo não significa o fim da religião ou da cultura, mas apenas a sua transformação. Weber defende que os indivíduos devem buscar o sentido da sua existência em uma ética de responsabilidade, que leva em conta as consequências das suas ações para si mesmos e para os outros, e em uma ética de convicção, que se baseia nos valores pessoais e nas crenças individuais. Desse modo, “... consumaram a mais radical desvalorização de todos os sacramentos como meios de salvação e assim levaram o ‘desencantamento’ religioso do mundo, às suas últimas consequências” (Weber, 2004, p. 133).

Racionalização para Weber é o processo de introdução de racionalidades, ou seja, de formas de pensar e agir que seguem critérios lógicos, metódicos e calculistas, em diferentes esferas da vida social. Foram identificados por ele quatro tipos principais de racionalidade: formal, substantiva, meio-finalística e quanto aos valores. Cada uma delas se refere a um modo específico de orientar a ação social em relação a fins, meios, valores ou normas. Nessa perspectiva, a análise weberiana recai nos modos através dos quais a racionalização afetou as instituições modernas, como o Estado, a economia, a religião e a cultura, e também as consequências desse processo para o indivíduo e a sociedade.

A racionalidade formal, a racionalidade substantiva, a racionalidade meio finalística e a racionalidade quanto aos valores referem-se a um modo diferente de orientar a ação social, ou seja, a ação realizada por um sujeito em um meio social que possui um sentido determinado por seu agente. A racionalidade formal está relacionada com as formas metódicas e calculistas do sistema jurídico e econômico das sociedades modernas. Está ligada, assim, aos aparelhos institucionais que se estruturam de forma burocrática, em uma hierarquia delimitada por regras fixas. Um exemplo de instituição baseada na racionalidade formal é o sistema judicial.

A racionalidade substantiva aproxima-se da racionalidade formal, mas se diferencia

em sua conduta, que não é voltada para fins. Isso quer dizer que ela leva em consideração o contexto social em que se insere, sendo racional quanto à disposição dos valores que orientam aquele mundo social específico.

A racionalidade meio finalística refere-se à ação orientada para um fim específico, que é escolhido pelo sujeito de forma racional e consciente. Essa forma de racionalidade implica em uma avaliação dos meios mais adequados e eficientes para alcançar o objetivo pretendido. Um exemplo de racionalidade meio finalística é a ação de um empresário que busca maximizar os seus lucros.

A racionalidade quanto aos valores diz respeito à ação orientada por um valor ou uma crença que é considerada válida pelo sujeito, independentemente das consequências ou dos resultados da ação. Essa forma de racionalidade implica em uma adesão incondicional ao valor ou à crença que motiva a ação. Um exemplo de racionalidade quanto aos valores é a ação de um mártir que sacrifica a sua vida por uma causa religiosa.

Indústria cultural

A “indústria cultural” – termo cunhado por Adorno e Horkheimer em 1944 – é o mecanismo de expansão do capital para a área da cultura, criando o *show business* e o negócio do entretenimento comercial que fomenta o consumo massificado de bens artísticos e culturais em geral. Esse mecanismo é administrado por empresas capitalistas, que se dividem na organização das cadeias produtivas do entretenimento e da diversão, da arte e da informação em geral.

Na prática, a indústria cultural é representada pelos trabalhadores e empresários que organizam a publicação, a distribuição e a venda de livros, revistas, jornais, filmes, músicas, espetáculos de dança e de teatro. Ela engloba também a comunicação radiofônica ou televisiva, seja por assinatura, seja pelos sistemas pay per view ou de streaming.

A sua origem foi a invenção dos tipos móveis de imprensa, no século XV, por Gutenberg⁴. O seu desenvolvimento continuou com o avanço da sociedade industrializada,

⁴ Johannes Gutenberg foi o inventor da prensa tipográfica por volta de 1450, desenvolvendo o dispositivo a partir das prensas de vinho e óleo da época. A prensa tipográfica de Gutenberg não apenas revolucionou a fabricação de livros, mas literalmente mudou o mundo, pois as ideias agora podiam ser compartilhadas por longas distâncias com um público maior do que nunca. A imprensa de Gutenberg também sugeriu o conceito de máquinas tomando o lugar do trabalho humano na entrega de produtos uniformes para um mercado de massa. Antes de Gutenberg, os livros eram copiados à mão ou feitos usando impressão em xilogravura, o que consumia tempo, era caro e resultava em um produto que poucos podiam pagar. Depois, os livros puderam ser produzidos

de tipo capitalista liberal, que teve início com a Revolução Industrial do século XVIII, e depois foi transformada por revoluções nos campos da eletricidade (século XIX), da eletrônica e da cibernética (século XX).

Tudo isso tornou possível a existência das mídias capazes de colocar uma mensagem ao alcance de um grande número de indivíduos. Atualmente, na chamada sociedade da informação, a indústria cultural também está alicerçada na divulgação imediata do que se passa no mundo. É tudo acontecendo “ao vivo”, com imagens e análises feitas no calor do momento por especialistas convidados das mais diversas áreas.

O último fator para explicar a origem da indústria cultural são as relações sociais numa sociedade de consumo e numa economia de mercado. A sociedade de consumo incentiva as pessoas a adquirirem bens e serviços como forma de auto identificação e busca por felicidade. A indústria cultural explora isso criando produtos culturais que são comercializados para atender aos desejos e necessidades das pessoas, tornando o consumo cultural uma parte fundamental do consumismo em geral. O sistema capitalista é controlado de fora, politicamente, pelos agentes do capital, e esse controle não é exercido de maneira transparente. E sua característica marcante, segundo Adorno e Horkheimer (1985), está em circunscrever um sistema social que se fecha sobre si mesmo, que bloqueia qualquer possibilidade de superação virtuosa da injustiça social, mas que, em contrapartida, oferece entretenimento cotidiano às pessoas, cujo consumo é caracterizado pelo imediatismo.

Adorno e Horkheimer (1985) observam que aquela experiência que os telespectadores tinham ao saírem do cinema, continuavam na rua. O que eles acabaram de vivenciar dentro do cinema acabaram se tornando generalizadas, pois os produtos da indústria cultural agora se transformavam em um prolongamento da vida cotidiana. Isso não significa dizer que os espetáculos, filmes, músicas eram realistas, mas que em certa medida é vendido um encantamento a esse telespectador.

Temos indivíduos desencantados, que são transformados em consumidores. Desencantado porque estão inseridos numa sociedade urbana, racionalizada, regida por um sistema econômico capitalista, que transforma o seu cotidiano em cargas de trabalhos

de forma rápida, barata e uniforme. Cada cópia de um livro era exatamente igual a qualquer outra e, em um mundo onde o erro do escriba podia frequentemente mudar o significado, essa era uma inovação significativa. (<https://www.historiadomundo.com.br/idade-moderna/invencao-imprensa.htm>).

especializados de oito a doze horas. Portanto, em seu momento de lazer, esse indivíduo consome produtos produzidos e comercializados pela indústria da cultura. Dessa forma, aquele ser desencantado que cria desencantamento em razão da sua relação com o mundo material capitalista, em seu momento de lazer, busca consumir na ilusão do encantamento. O que se tem, na realidade, é o mero entretenimento que pode resultar em alienação – sabemos que, para Karl Marx (1818-1883), a alienação não é espiritual; ela é real, material e sensível.

Esse indivíduo que busca entretenimento em filmes fictícios produzidos pela indústria cultural, ao sair da sala de cinema continuará ávido pelo imediatismo de novos “produtos culturais”, isto porque, apesar de haver um prolongamento do filme na vida material, ao sair da sala de cinema ele continua a ser estimulado a um ciclo de consumo em torno daquele filme; aquele mundo que ele viu nas “telas” não é o seu; a seguir a moda, que é o fenômeno da imitação na sociedade. Nos termos discutidos por Weber, e seguido posteriormente por Adorno e Horkheimer, em “Dialética do esclarecimento”, o desencantamento do mundo significa a desmagificação do mundo, ou seja, a perda do encanto, da magia, do fascínio; enfim, a perda de sentido que a racionalidade instrumental provoca nos indivíduos massificados.

Portanto, percebemos que a indústria cultural é apenas mais uma engrenagem do capitalismo, que produz desencantamento para vender a ilusão do encantamento no mercado anônimo, gerando o fenômeno que Marx chamou de fetichismo e reificação, conceitos estes entendidos a partir de Adorno e Horkheimer como imposição da ordem social pela coerção exterior das forças materiais e da indústria cultural. A ilusão do encantamento nada mais é do que a fantasmagoria produzida na sociedade do consumo. Assim, podemos destacar nela três características: a expropriação do esquematismo, o fato de que cada indivíduo tem um estilo dentro da indústria cultural e também o fetichismo da mercadoria.

O primeiro item é uma referência que os autores fazem a Kant (1724-1804); Esquematismo é a doutrina que explica como os conceitos puros do entendimento (as categorias) se aplicam aos objetos dados na intuição sensível: “os esquemas dos conceitos puros do entendimento são (...) as únicas e verdadeiras condições de proporcionar a esses uma relação a objetos e, com isso, significado (...)” (Kant, 2001, p.103).

Segundo Kant, há uma diferença ou heterogeneidade entre o entendimento e a sensibilidade, que são as duas fontes do conhecimento humano. O entendimento opera com conceitos abstratos e universais, enquanto a sensibilidade opera com intuições concretas e

particulares. Para que o conhecimento seja possível, é preciso que haja uma mediação entre essas duas faculdades, de modo que os conceitos possam se referir aos objetos da experiência. Essa mediação é feita pelo esquematismo, que é o processo pelo qual o entendimento produz esquemas transcendentais, que são representações que correspondem às categorias, mas que têm uma relação temporal com a intuição (2001).

Os esquemas transcendentais são, portanto, regras para determinar como os conceitos puros do entendimento podem se aplicar aos objetos dados na intuição sensível. “Uma arte oculta nas profundezas da alma humana, cujo procedimento dificilmente haveremos de arrancar à natureza e expor aos olhos de todos” (Kant, 2001, p.100). Por exemplo, o esquema da categoria de causalidade é a regra de que toda mudança tem uma causa anterior no tempo. O esquematismo é uma parte essencial da doutrina do idealismo transcendental de Kant, pois mostra como o conhecimento humano é constituído pela síntese das faculdades do entendimento e da sensibilidade.

Adorno e Horkheimer querem dizer com o termo “Expropriação do esquematismo”, é que a indústria cultural, ao mesmo tempo que oferece uma obra estética, ela também oferece o significado dessa obra, ou seja, ela não dá ao indivíduo a oportunidade de interpretação a obra de maneira autônoma. Os “produtos culturais” postos à disposição dos “consumidores” servem para mantê-los alertas e treinados a consumir cada vez mais, além de garantir que a “ordem” do mundo será sempre confirmada como ordem inabalável das coisas. A arte não torna-se apenas integralmente mercadoria, mas também mostra-se como eficiente mecanismo de treinamento e controle social.

Já no segundo item, os autores falam que essa divisão feita em determinadas obras, não diz respeito propriamente às obras, mas simplesmente aos indivíduos; é uma maneira de catalogar os indivíduos. Então, na indústria cultural existe um nicho específico para cada indivíduo, até para os que se acham fora do padrão. A indústria da cultura transforma obras que não necessariamente foram feitas para fins lucrativos em padronização em nichos específicos, para determinados indivíduos, criando nessas pessoas, também, atos de consumo, atos de existência.

O terceiro item, especifica que a partir dessa padronização de estilos e criação de nichos, os indivíduos necessariamente criam fetiche por mercadorias. Torna-se recorrente a prática de ir ao cinema, mas não apreciar a experiência estética; adquirir livros, mas nunca os ler. Portanto, muita gente gosta de adquirir e comprar arte somente de maneira que

reproduza um discurso de um nicho, e não porque aprecia a atividade criativa, que é arte.

Considerações finais

A indústria cultural se apresenta como apenas mais uma ferramenta do sistema capitalista, de forma que se apropria de obras estéticas que foram produzidas para além da própria indústria cultural. O sistema econômico, a partir da sua racionalidade e da sua burocracia, causa o desencantamento do mundo e, de maneira reutilizável, lança mão de uma das suas ferramentas para produzir encantamento para os indivíduos, transformando-os em universos fictícios encantados em mercadorias.

Toda a lógica de produção estética é transformada, não existindo somente como arte, mas também como produto expropriador do esquematismo dos indivíduos. Dessa forma, torna-se ainda mais fácil catalogar todos os estilos específicos criados dentro da indústria cultural. Fomentando o fetichismo da mercadoria nos indivíduos, faz com que não seja tão importante apreciar uma obra cinematográfica, mas sim, expor nas redes sociais a inserção e o consumo das novidades repetitivamente criadas. Por fim, os grandes monopólios utilizam-se da grande indústria cultural como mecanismo de ideologia. Sendo assim, ela se torna a causa do desencantamento e mercantiliza a cultura.

Referências

ADORNO, Theodoro. W. & HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

KANT, Immanuel. **Crítica da razão pura**. 5. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001. Manela Pinto e Alexandre Morujão.

PIERUCCI, A. F. **O Desencantamento do mundo: Todos os passos do conceito em Max Weber**. São Paulo: 34, 2003.

WEBER, Max. **A ética protestante é o "espírito" do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras. 2004