

III SEMANA DO CONHECIMENTO

Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

A INDÚSTRIA CULTURAL PARA TEODOR W. ADORNO: UMA REFLEXÃO SOBRE O CONSUMISMO NA SOCIEDADE MODERNA

AUTOR PRINCIPAL: Renan Anderson de Oliveira

CO-AUTORES:

ORIENTADOR: Eldon Müll

UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO:

O tema central da presente pesquisa é abordar o consumo em nossa sociedade contemporânea, tratado pela crítica a indústria cultural do filósofo Theodor W. Adorno. Almejamos como objetivo principal investigar o conceito de indústria cultural. Seguindo sua lógica interna observamos que a cultura é transformada em mercadoria, difundida cada vez mais pela mídia, principalmente através do fetichismo, e rapidamente absorvido pelas pessoas, levando a um círculo vicioso. Tudo isso ocorre com o auxílio que vem do capitalismo que empurra as pessoas a consumirem. Dar-se-á ênfase a esta relação para entender porque as pessoas estão consumindo tanto nos dias atuais. Além disso procuramos problematizar as consequências, dentre as quais destacamos a perda de subjetividade do ser humano. Em suma, o consumismo é o principal responsável pela perda de subjetividade da atualidade, por isso urge a necessidade de pesquisa.

DESENVOLVIMENTO:

A metodologia adotada em nosso trabalho é a investigação bibliográfica. Através disso percebemos que a indústria cultural transforma a cultura em mercadoria. Estas mercadorias são colocadas para os consumidores como necessidades pelo amplo emaranhado de técnicas de sedução da mídia. O sujeito é convidado a fazer parte de uma sociedade uniforme onde todos devem ter bens significativos para participar do convívio social. Portanto, esta cultura que chega até nós não faz parte de uma proposta de esclarecimento, mas sim de uma tentativa de dominação do sistema que usa a racionalidade técnica como forma de dominação (ADORNO/HORKHEIMER, 1985,

III SEMANA DO CONHECIMENTO

3 a 7 DE OUTUBRO
2016

p.99). O mundo surreal que a propaganda, o filme e demais meios de formação de opinião da sociedade criam deve ser perseguido por todos no mundo real, não importando a quantidade de trabalho que seja necessária (ADORNO/HORKHEIMER, 1985, p.104). O consumo é uma forma de escapar da sua vida, uma vez que ela não é suficientemente boa comparada aos padrões da sociedade consumista. Para facilitar esse processo a cultura é associada ao entretenimento. Todos são forçados a buscarem o prazer da diversão, satisfazerem seus desejos (TIBURI, 2009, p. 73). Percebemos também que a publicidade anda lado a lado com a indústria cultural, ela é sua essência, aquilo que não deixa morrer, o faz ganhar forma no pensamento das pessoas. Isso nos leva a um diagnóstico que é muito preocupante, porém já conhecido, as contradições econômicas e sociais dentro do regime capitalista tendem a ser ampliadas. O homem se usa das ciências para ampliar a tecnologia que serve como meio de dominação. As pesquisas são usadas para fins econômicos e não para uma vida qualificada de toda a sociedade (RÜDIGER, 2004, p.35). A indústria cultural abarca as contradições oferecendo a cada classe social bens para serem adquiridos.

Em suma, o que se tem em nossa sociedade é a troca da cultura pela mercadoria, este processo é resultado do capitalismo avançado, e cada vez mais intensificado através dos meios de comunicação, que se tornam máquinas publicitárias. E todos nós que estamos inseridos neste sistema não podemos escapar da indústria cultural porque esta se desenvolve em todos os lugares e de formas variadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

As reflexões a partir deste trabalho nos levam a conclusão de que a sociedade atual sofre de um problema sério: a sua subjetividade é substituída por mercadorias. Em outras palavras, significa estar em constante busca de preencher a nossa existência com aquilo que é impossível. O sujeito está num mundo marcado pela globalização e avanços tecnológicos, porém tudo isso não consegue contribuir de forma efetiva para uma sociedade mais esclarecida.

REFERÊNCIAS:

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. Dialética do Esclarecimento. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985 p. 99-139.

RÜDIGER, Francisco. Theodor Adorno e a Crítica a Indústria Cultural; Comunicação e Teoria Crítica da Sociedade. 3. ed. Rev. e atual. – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004. P. 19-44.

TIBURI, Márcia e DUARTE, Rodrigo. Seis Leituras Sobre a Dialética do Esclarecimento. Ijuí: Unijuí, 2009.p.73-78.

Universidade e comunidade
em transformação

III SEMANA DO CONHECIMENTO

NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa): Número da aprovação.

3 a 7 DE OUTUBRO
2016

ANEXOS: