

ADORNO E HORKHEIMER: CRÍTICA AO SISTEMA CAPITALISTA E A SUA FORMA DE ALIENAÇÃO

[ADORNO E HORKHEIMER: CRITIQUE OF CAPITALIST SYSTEM AND ITS FORM OF ALIENATION]

Jorge Alberto Ramos Sarmiento¹
André Camilo Figueiredo de Souza²
Universidade Federal do Pará, Brasil

RESUMO: O presente trabalho pretende analisar o contexto em que a Indústria Cultural determina o que fazer e como fazer através de propagandas, entretenimentos, poder econômico, além de bens culturais em mercadorias que provocam um comportamento alienante, restringindo a capacidade de uma consciência crítica. Nesse contexto, teóricos como Theodor Adorno e Max Horkheimer desenvolvem importantes reflexões sobre os mecanismos que o sistema capitalista utiliza para novos avanços e também se instala na sociedade. Analisando a necessidade da reflexão e mudança de comportamento quanto ao que é concebível dos mecanismos de lazer, entretenimento e consumo, e observamos como sendo o real, devemos procurar questionar e aguçar o pensamento crítico em relação a produção de propaganda pela Indústria Cultural no nosso dia a dia. O objetivo é entender o que vem a ser a alienação e como se apresenta nos dias atuais, questionando a relação entre a alienação e a Indústria Cultural na sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Alienação; Crítica ao capitalismo; Indústria Cultural

ABSTRACT: The present work intends to analyze the context in which the Cultural Industry determines what to do and how to do it through advertising, entertainment, economic power, as well as cultural goods in merchandise that provoke alienating behavior, restricting the capacity for critical consciousness. In this context, theorists such as Theodor Adorno and Max Horkheimer develop important reflections on the mechanisms that the capitalist system uses for new advances and also establishes itself in society. Analyzing the need for reflection and behavior change regarding what is conceivable in the mechanisms of leisure, entertainment and consumption, and we observe it as being real, we must seek to question and sharpen critical thinking in relation to the production propagated by the Cultural Industry in our daily lives. The objective is to understand what alienation is and how it appears today, questioning the relationship between alienation and the Cultural Industry in society.

KEYWORDS: Form of alienation; Criticism of capitalism; Cultural Industry

1 *Professor Associado da Faculdade de Filosofia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (UFPA). Membro do Grupo de Estudos e Pesquisas PAIDEIA - Filosofia da Educação, Epistemologia e Formação (CNPq). Atividades na administração como diretor e vice-diretor da Faculdade de Filosofia (UFPA) e Coordenador do Programa de Formação de Professores - PARFOR, do Curso de Filosofia da UFPA, vinculado também no Programa de Pós-Graduação em Filosofia - PPGFIL, do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da UFPA. E-mail: jsarmiento50@gmail.com.*

2 *Graduando em Licenciatura plena em Filosofia, pela Universidade Federal do Pará - UFPA (IFCH/UFPA). Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), PIVIC 2023, orientado(a) pelo(a) Prof.(a) Dr.(a) JORGE ALBERTO RAMOS SARMENTO, vinculado(a) ao plano de trabalho "As crises das democracias na contemporaneidade" pela UFPA - PROPESP - E-mail: andre.figueiredo.souza@ifch.ufpa.br*

INTRODUÇÃO

A análise que consiste na crítica ao sistema capitalista presente na obra *Dialética do Esclarecimento* se coloca como referência de um período histórico surgido a partir do século XX, sua investigação reflete não apenas seu período clássico, mas seu tema e análise crítica, que se fazem muito presentes na sociedade de hoje. Essa examinação realizada neste ensaio por Adorno e Horkheimer está calcada na disseminação e produção de uma indústria como uma arena onde tendências críticas são reprimidas, até mesmo eliminadas, passando para um modelo vigente de mercado produtor de bens e serviços que são direcionados para uma sociedade que também é atingida direta e subjetivamente por esse mesmo sistema de capitalismo. Abrindo caminho, para uma crítica fundamentada nesse fator sistemático que determina comportamentos, pensamentos e até as relações sociais, de tal modo, os que são afetados, seduzidos por essa produção de mercadoria do capital são pessoas que tendem a diminuir a capacidade analítica de julgar o que chega a si próprio, e também no que afeta a capacidade de pensar por si mesma.

Na investigação desse problema pode-se encontrar na explicação de Adorno e Horkheimer (1985, p. 57), onde apontam, “ora essa opinião encontra a cada dia um novo desmentido. Pois a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema”. Os teóricos críticos ao revelar essa passagem, direcionam a reflexão para os setores da sociedade que possui um método de reprodução, possuindo esse mecanismo dentro de um sistema altamente formulado para que de todas as formas possam atingir os indivíduos, sob domínio desses mais diversos setores operacionais do sistema de capital.

Esses mecanismos utilizados pelo sistema capitalista, proporcionam demandas para a sociedade que de maneira em escala produzem para os gostos, estilos e para as diversidades de grupos. De certa forma, apesar de atender essa grande diversidade, o propósito da indústria é o mesmo: escoar produtos da sua indústria. Nesse sistema de produção o objetivo da Indústria Cultural é introjetar nessa sociedade a disseminação de bens e mercadorias culturais, em alto nível, tornando inevitável estandardizar essa massa de pessoas, tendo em mente, desejos, prazeres e satisfações. Portanto, a indústria produz para esses grupos, mas ao mesmo tempo, insere na posição de indivíduo passivo e consumista. Esses indivíduos recebem essa demanda da indústria cultural e aceitam sem análise crítica, contestação ou até mesmo negar essa produção que padroniza seus corpos e aliena suas mentes. Adorno e Horkheimer (1985, p. 63), evidenciam que: “para o consumidor, não há nada mais a escolher que não tenha sido selecionado

no esquema de produção. As canções de sucesso, os astros e as novelas ressurgem ciclicamente, porém, o conteúdo só varia na aparência.”

MECANISMOS CAPITALISTAS PARA NOVOS AVANÇOS NA SOCIEDADE

A Inteligência que o sistema opera por meio das técnicas instrumentalizadas para alienar a sociedade, exercem essa função de forma racional, isto é, tendo em vista que para afetar essa grande parte da sociedade é necessário assumir grandes meios de televisão, sites de internet, blogs e páginas digitais, além do contato direto das pessoas através do consumo involuntário no dia a dia, como por exemplo: comunicação visual em espaços públicos e privados, placas de marketing em casas e prédios, outdoor em ruas e avenidas de grande movimentação. Possuem como projeto do sistema capitalista esses mecanismos que exageradamente introduzem suas mercadorias, serviços e conteúdos nessa grande parcela da sociedade. O sistema opera de forma consciente, planejada, tendo concepção racional sobre o domínio pleno dessa massa, suprindo suas necessidades, mas ao mesmo tempo, negando-as, tornando seus bens inacessíveis à maioria. Para dar significado a isso, Adorno e Horkheimer (1985, p. 57), vão afirmar: “a racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesmo”.

O dominante exerce sua inteligência sobre os dominados, possuindo o controle dos gostos, estilos e até mesmo dos pensamentos. Sobre o controle da consciência individual, o sistema dominante de mercado possui vigilância. Para dar explicação a isso, Wallace Ferreira (2008, p. 335), esclarece em Adorno e Horkheimer a indústria cultural é subordinada aos grandes monopólios capitalistas, ou seja, os mecanismos do sistema é manipulado pelo monopólio do capitalismo, desse modo, “gera-se, assim, compulsão de novos e renovados produtos para fins já existentes ou recriados pelos manipuladores dessa indústria. É assim que se instaura a dominação, ao mesmo tempo, natural e ideológico”. Este sistema buscava não apenas influenciar a demanda por determinadas mercadorias, mas também tornar minimamente previsíveis o comportamento social e político das massas.

Na indústria cultural tem um nicho para cada estilo. Ela oferece esse estilo para cada indivíduo, mas tendo em vista, essa dominação de consumo que a indústria cultural tem sobre as pessoas. Esse consumismo é escolhido por cada indivíduo, no entanto, é oferecido as possibilidades que o próprio sistema oferece, dando a entender que há alguma autonomia a cada um, quando na verdade a sua escolha já está predestinada na produção por essa indústria. Seria necessariamente possuir um entendimento de escolha do já escolhido por parte da indústria capitalista. O indivíduo acredita que tem essa livre opinião, estilo e escolha sobre determinados bens e mercadorias

culturais, enquanto intimamente a isso está articuladamente o sistema funcionando para unificá-los ao mesmo esquema de dominação e alienação.

As particularidades do eu são mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas, que se fazem passar por algo de natural. Elas se reduzem ao bigode, ao sotaque francês, à voz grave da mulher de vida livre, ao Lubitsch touch³² : são como impressões digitais em cédulas de identidade que, não fosse por elas, seriam rigorosamente iguais e nas quais a vida e a fisionomia de todos os indivíduos – da estrela do cinema ao encarcerado – se transformam, em face do poderio do universal (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 73)

O capitalismo muitas vezes favorece a produção em massa e a distribuição em larga escala, o que pode contribuir para a criação de uma cultura, onde produtos culturais são padronizados e amplamente disseminados. No entanto, é importante notar que a diversidade cultural ainda existe na sociedade capitalista, e muitas pessoas buscam expressar suas identidades de maneiras diversas. Além disso, o papel do consumidor na escolha e adoção de diferentes produtos e estilos é significativo, e as preferências individuais desempenham um papel crucial na dinâmica do mercado.

A esquematização do procedimento aparece em os produtos mecanicamente diferenciados revelarem-se, afinal de contas, como sempre iguais. Que a diferença entre a série Chrysler e da General Motors seja substancialmente ilusória disso sabem até as crianças “vidradas” por elas. As qualidades e as desvantagens discutidas pelos conhecedores servem tão só para manifestar uma aparência de concorrência e possibilidade de escolha. As coisas não caminham de modo diverso com as produções da Warner Brothers e da MGM. Porém, mesmo entre os tipos mais caros e menos caros da coleção de modelos de uma mesma firma, as diferenças cada vez mais se reduzem (ADORNO; HORKHEIMER, 2002, p. 4).

Adorno e Horkheimer desenvolvem uma crítica na gênese desse sistema capitalista, a prática como se cria as necessidades de consumo, sugerindo que a aquisição de bens e serviços está diretamente ligada a felicidade, status de vida e sucesso. Implantando nas mentes das pessoas esse desejo, vontade de possuir objetos, serviços, acesso a diversidades de produtos. Criando necessidades do que já se tem, ou até mesmo do que não é necessário ter. O consumo passa a operar a razão do indivíduo, de tal modo, que a compulsão para consumir uma vasta fabricação de bens e também produtos culturais, se dá impulsivamente. Além disso, por meio das suas práticas de marketing e publicidades, ou seja, estratégias adotadas por esse sistema organizado, projetam mecanismos para atrair essa massa, para o ciclo consumista. Seduzindo estrategicamente esses diversos públicos com

a finalidade de escoar seus produtos, consumirem seus serviços, e preencher necessidades geradas pelo próprio sistema capitalista.

No que diz respeito à Indústria Cultural, os dois filósofos vão criticar o prolongamento da relação social de cada indivíduo; apontam que esse comprimento do consumo de produtos culturais, lazer, diversão é influenciado inclusive pelo capitalismo, exercendo influência sobre a cultura e produções culturais que são ingeridas pelas massas. Nesse percurso, Adorno e

Horkheimer apontam que na prática de má fé, o problema vincula-se não no oferecimento apenas da diversão promovida pela indústria, mas está calcada no uso desenfreado de artifícios com o propósito na expansão de seus projetos capitalistas, visando sempre o acúmulo de lucros, alienação e controle das massas.

Nesse sentido, Adorno e Horkheimer (1985, p. 67), afirmam: “ A indústria cultural volta a oferecer como paraíso o mesmo cotidiano. Tanto o escape quanto o elopement (fuga e rapto) estão de antemão destinados a reconduzir ao ponto de partida”. Ademais, esclarecem que a indústria cultural, tendo seus mecanismos de disseminação ideológica, utiliza-se disso para romper seus limites de contatos com a massa, com a finalidade de escoar seus produtos no cotidiano de cada indivíduo, agindo arditosamente conectada a grandes produções culturais, como por exemplo: a cultura pop, a indústria cinematográfica, sistema de radiodifusão e televisão, sendo portanto, aparatos que viabiliza a conexão às pessoas na extensão pública e privada de suas vidas. Ressaltam ainda:

O que se poderia chamar de valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca; ao invés do prazer, o que se busca é assistir e estar informado, o que se quer é conquistar prestígio em não se tornar um conhecedor. O consumidor torna-se a ideologia da indústria da diversão, de cujas instituições não consegue escapar. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 76).

Importante salientar que a indústria cultural introduz nas mentes das pessoas um olhar valoroso para a vida, para o sentido da vida, mas preenchimento esse de pouca grandeza, tolo e superficial, onde o foco principal está na tentativa massificante de fazer dos corpos e mentes, supositórios de bens e mercadorias para consumo, criadas por esse sistema inescrupuloso e insensível de mercado. Esse sistema vende a ideia de sucesso e felicidade, embasada na apropriação e consumo desses produtos industriais com a finalidade ideológica de promover uma tal resposta do real valor da vida. Valor que é atribuído financeiramente para a aquisição do estilo de vida consumista; onde sobre as pessoas o sistema capitalista conduz suas escolhas, pensamentos e até mesmo o sonho de alcançar essa felicidade que é comprável.

CAPITALISMO E ALIENAÇÃO DO INDIVÍDUO

96

AUFKLAHRUNG, João Pessoa, v.12, n.3, Dez., 2025, p.91-100

A análise crítica de Adorno e Horkheimer direciona para a implantação ideológica, bancada pelo sistema capitalista, por meio dos mecanismos que viabilizam o acesso às mentes e fazem tornar possível a reprodução de uma ideia de consumo do que é comercializado pela indústria cultural por toda parte do mundo. O indivíduo está delimitado a pensar, consumir e viver com o propósito no estilo de vida criado por essa indústria. Em todas as suas extensões do sistema capitalista, persiste desde cedo sobre o domínio dos sujeitos “em compensação, cada um se vê desde cedo num sistema de igrejas, clubes, associações profissionais e outros relacionamentos, que representam o mais sensível instrumento de controle social”, (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 70).

As massas para a Indústria Cultural, não se configura como elemento primeiro de seu esquema de negócio, mas afirma ela como um mero cálculo, uma elemento secundário, diria assim: “o consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é sujeito dessa indústria, mas seu objeto”, (ADORNO, 1978, p. 93). O filósofo evidencia bem nesse ponto o papel do sujeito inserido nesse processo, ou seja, há uma trituração da sua autonomia, individualidade, e passa a se tornar um objeto, que faz acreditar numa ideia de escolha, ou perspectiva de uma vida próspera. Para isso, a configuração do sistema capitalista se adequa a essa consciência e inconsciência das massas nos quais essa indústria se dirige, manipulando-as como “acessório da maquinaria”.

Essa afirmação de Adorno (1978), reflete numa perspectiva crítica em relação à indústria cultural, especialmente no que diz respeito à posição atribuída aos consumidores desta indústria. A ideia que o consumidor não é um sujeito, mas sim um objeto, mostra que a indústria cultural trata as massas, mais como alvo passivo de seus projetos estratégicos de fluxo de produção, isto é, ao invés de sujeitos ativos, tomadores de decisão, se tornam passivos e alienados. Em vez de serem autônomos e possuírem domínio sobre as suas decisões, essas pessoas marcam a posição de meros receptores de produtos culturais fabricados; pois a ilusão que os consumidores têm de poder, autocontrole sobre o que é consumido ou até mesmo escolhido, surge como aparência dada pela própria indústria cultural. Nessa análise, Adorno, evidencia:

Cada produto apresenta-se como individual; a individualidade mesma contribui para o fortalecimento da ideologia, na medida em que se desperta a ilusão de que o que é coisificado e mediatizado é um refúgio de imediatismo e de vida. Hoje, como sempre, a indústria cultural mantém-se “a serviço” das terceiras pessoas, e mantém sua afinidade com o superado processo de circulação do capital, que é o comércio, no qual tem origem. Essa ideologia apela sobretudo

para o sistema das “estrelas”, emprestada da arte individualista e da sua exploração comercial. Quanto mais desumanizada sua ação é seu conteúdo, mais ativa e bem-sucedida é a sua propaganda de personalidades supostamente grandes e o seu recursos ao tom meloso (ADORNO, 1978, p. 95).

Nessa estratégia utilizada pelo sistema capitalista, como já mencionada: a falsa sensação de escolha, situa-se a ideia de que o consumidor não é propriamente um sujeito nesse sistema, pois sua liberdade de escolha de consumo pode ser limitada. As múltiplas opções, aparentemente próprias, são controladas por forças externas, como por exemplo:

estratégias de marketing, tendências culturais e influências das mídias. Portanto, essa afirmação do Adorno, destaca a preocupação de que a indústria cultural, ao retratar essa sociedade de massa como autônomos ou “rei”, na realidade, está manipulando e conduzindo suas escolhas de maneira que são serventia dos interesses comerciais, em detrimento do que essas pessoas acham que são na verdade.

A reflexão engendrada da teoria crítica por Adorno e Horkheimer, estabelece o sistema capitalista, ao longo da história na sociedade, demonstrou ser um poderoso instrumento para o progresso econômico, tecnológico e de uma sociedade altamente consumista, sob o domínio dos que possuíam o grande capital. De um lado, a teoria crítica, busca incluir em sua reflexão, também a crítica da crítica, consciente da interação frágil e ambivalente entre o sujeito em formação, sob as condições sociais. De outro, surge um problema que é a ampliação desse sistema, que origina meios maciços como já citados anteriormente, que acompanham a construção da história da sociedade até os dias atuais.

Seguindo essa linha de pensamento, o filósofo francês Gilles Lipovetsky, desenvolve importantes reflexões a respeito do gosto pela intimidade e pela expressão de ser, que se encontram atrelados à galáxia dos valores democráticos, como a autonomia, hedonismo, psicologismo, impulsionados pela cultura de massa, assim também como a moda nos dias atuais. O individualismo, aparece nas sociedades liberais modernas enquanto um princípio fundamental, o qual tem por função garantir um nível de consumo próprio do sistema capitalismo.

De acordo com essa autor:

A ideologia individualista e a era sublime da moda são assim inseparáveis; culto da expressão individual, do bem-estar, dos gozos materiais, desejo de liberdade, vontade de enfraquecer a autoridade e as coações morais: as normas “holísticas” e religiosas, incompatíveis com a dignidade da moda, foram minadas não só pela ideologia da liberdade e da igualdade, mas também pela do prazer, igualmente característica da era individualista. (LIPOVETSKY, 2009, p. 102).

A CRIAÇÃO DE PRODUTOS PELA INDÚSTRIA CULTURAL

98

AUFKLAERUNG, João Pessoa, v.12, n.3, Dez., 2025, p.91-100

Destaca-se a forma como a produção industrial influencia a cultura até os dias atuais, como por exemplo: a produção artística, a moda, os estilos musicais, programas de tv aberta e streaming, projeções arquitetônicas, produção cinematográfica, por fim, os criadores de conteúdos on-lines (influencer digital), e seus variados canais na Internet que passam a adquirir as mesmas características de influenciar a sociedade, massificando e padronizando esses produtos industriais para tornar acessível ao público variado.

Nesse percurso, Adorno e Horkheimer (1978) almejam potencializar a análise crítica no que cerne essas novas tendências que o sistema capitalista vem produzindo em compasso com o desenvolvimento da sociedade atual. Além disso, com esse progresso constante, torna-se fator determinante que dá linha na sociedade, e propõem o que deve ser consumido para alcançar a satisfação e supostamente a felicidade. Contudo, a crítica se baseia na valorização frenética por esse desenvolvimento da indústria que pode significar empobrecimento do pensamento, da crítica, conseqüentemente torna a sociedade passiva e sujeita a alienação. Para ilustrar isso Adorno vai dizer:

O que na indústria cultural se apresenta como um progresso, o insistentemente novo o que ela oferece, permanece novo em todos os seus ramos, a mudança de indumentária de um sempre semelhante; em toda parte a mudança encobre um esqueleto no qual houve tão poucas mudanças como na própria motivação do lucro desde que ela ganhou ascendência sobre a cultura (ADORNO, 1978, p. 94).

A Indústria Cultural tem assim uma ideologia implícita, estipulada pelos detentores do capital, portanto, os mais poderosos economicamente, que propagam a ideia de que o capitalismo é desejável, e traz somente benefícios para o progresso da sociedade, e deve ser alcançado a qualquer preço, como um fim em si mesmo. Por isso, a obsessão da sociedade pelo avanço tecnológico, aumento da produção de bens, serviços e produtos culturais, esse consumo frenético é algo induzido pelo poder dos gigantes do capital.

Nessa perspectiva, a crítica se estende desde as primeiras etapas de processo do sistema capitalista, até a forma mais complexa na qual essa indústria se encontra presente na atualidade; prolongando esses produtos culturais, como já foi analisado, se baseando em estatísticas e clichês, e difundem as ideias de sucesso, liberdade e até amor. Desse modo, as pessoas são induzidas a trabalhar excessivamente para comprar imóveis em áreas centrais das cidades, induzem a ideia de comprar ou até mesmo trocar de

veículo todo ano, incentivam o frágil prazer de comprar mercadorias que não tem utilidade, ou seu uso possui um curto tempo até que seja totalmente substituído por outro produto. É um sistema retroalimentado em que o indivíduo nunca para de produzir, consumir produtos dessa indústria e se alienar mesmo em seu momento de lazer e descanso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisamos, até aqui, como a exposição intensiva à indústria cultural serve para a petrificação do sujeito e da realidade social, pois, essa indústria cultural, operacionalizada pelo sistema capitalista, adquire um caráter central na sociedade. E, quem possui esses mecanismos de controle, se apropria dos meios de comunicação, propaganda e marketing, assim, ocupa-se o lugar de formador de tendências e de opiniões; detém grande influência sobre a economia, sobre a política e conseqüentemente da sociedade.

Nesse sentido, como foi indicado, os resultados da standardização da cultura são muito mais amplos do que apenas o acúmulo de capital por parte do sistema capitalista. Para tal, Adorno e Horkheimer (1985), enxergam nessa harmonia forçada entre partes e todo, o que sobressai na indústria cultural é o desenvolvimento dos mais diversos tipos de controle, dominação e standardização das pessoas. Para concluir, Adorno e Horkheimer vão dizer:

Hoje, a indústria cultural assumiu a herança civilizatória da democracia de pioneiros e empresários, que tampouco desenvolverá uma fineza de sentido para os desvios espirituais. Todos são livres para dançar e para se divertir, do mesmo modo que, desde a neutralização histórica da religião, são livres para entrar em qualquer uma das inúmeras seitas. Mas a liberdade de escolha da ideologia, que reflecte sempre a coerção económica, revela-se em todos os sectores como a liberdade de escolher o que é sempre a mesma coisa (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 79).

Portanto, se ver que o esquema montado pela indústria cultural é de umacomplexidade e de uma capacidade de manipulação extremamente aguçada e inteligente. De forma sumária, poderíamos dizer que ela logra seus consumidores uma primeira vez com uma promessa de prazer que não pode realizar; engana-os ainda uma segunda vez ao transmitir a ideia de que, apesar de possíveis frustrações, é apenas nela que verdadeiras experiências de satisfação são possíveis. Paralisa a capacidade crítica de seus interlocutores por meio do controle dos conteúdos apresentados e do tempo de apresentação; e ainda reverte em suplemento para seu poder toda força que resiste à sua imposição, integrando essas forças em sua própria lógica. Como resultado, temos uma estrutura cultural totalitária,

quase inescapável, cujos efeitos na subjetividade, na vida social e na esfera política são abrangentes.

Por fim, nas obras de Adorno e Horkheimer, analisadas até aqui, foi de suma importância a análise criteriosa acerca do sistema capitalista, ao dominar os mais diversos aspectos da vida individual, promovendo a reificação da personalidade, e sobre todas as formas de controlar suas mentes. O indivíduo que assim se produz, aponta os frankfurtianos, é o contrário do sujeito autônomo e independente. Portanto, sua capacidade de realizar o julgamento crítico sobre o mundo que lhe produz, fica limitada, e, dessa forma, a própria condição para a constituição de um verdadeiro mundo onde tenha autonomia e clareza é afetada por esse sistema capitalista. Elimina-se, assim, a possibilidade de que se assuma um papel ativo, crítico e questionador da realidade, necessário para uma compreensão abrangente dos problemas do mundo; são nesses pontos que se fundamentam a crítica ao sistema capitalista e sua forma de alienação.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W. ; HORKHEIMER, M. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- LIMA, L. C. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ADORNO, T, W. *A indústria cultural*. São Paulo: Ática, 1978.
- FERREIRA, W. “Uma análise revisionista de Adorno e Horkheimer em A Dialética do Esclarecimento”. *Revista de Ciências Sociais, Juiz de Fora*, v. 5, n. 2, outubro, 2008.
- LIPOVESTSKY, Gilles. *O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Cia. das Letras, 2009.