

Luciana Bastos Neiva

Universidade Federal de Minas Gerais

A produção de um novo tipo de sujeito na contemporaneidade: um efeito da indústria cultural

Em *A indústria cultural*: o esclarecimento como mistificação das massas, Adorno e Horkheimer propõem que a mercadoria artística é manufaturada em moldes fetichistas. Os produtos aceitos e circulados pela indústria devem ser padronizados e padronizados ao modo dos já estabelecidos sucessos e, simultaneamente, diferenciados, confirmando a promessa de exclusividade oferecida pela indústria. O conceito de pseudo-indivíduo é apresentado por Adorno como a solução dissimulatória que satisfaz à segunda demanda. No texto *Sobre música popular*, Adorno explica: "por pseudo-indivíduo entendemos o envolvimento da produção cultural de massa com a auréola da livre-escolha ou do mercado aberto, na base da própria padronização". Por um polo objetivo entende-se que a padronização realiza o seu papel prático, garantindo aos sujeitos permanecerem acimentados no consumo; de modo análogo, promove um comportamento de igual fixidez no núcleo subjetivo. Desse modo, há uma propagação de uma ideologia da privacidade, que garante a impossibilidade do indivíduo tomar qualquer decisão por si mesmo, incluindo sua vida particular. Anestesiados pela exigência do seu "eu" no mundo do trabalho, o público "agradece" evitar o esforço e responsabilização na tomada de decisão. Adorno e Horkheimer se posicionam na *Dialética do esclarecimento*: "Na indústria, o indivíduo é ilusório não apenas por causa da padronização do modo de produção. Ele só é tolerado na medida em que sua identidade incondicional com o universal está fora de questão".
