



**Universidade Estadual De Campinas**  
**CS 103 - Teorias Da Comunicação**  
**Discente:** Isabel Cristina Marras Salles **RA:** 188790  
**Docente:** Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Denise Carvalho



Indústria cultural e adaptações de mitologias

**Campinas**  
**2023**

A Escola de Frankfurt surgiu no século XX, com as obras de Theodor Adorno e Max Horkheimer, que criticavam os regimes totalitários em ascensão, o sistema capitalista e o modelo social pós-industrial. Esses autores, e também Hebert Marcuse (também importante na fundação da Escola), buscavam entender e analisar criticamente a sociedade em que estavam inseridos e os meios de dominação utilizados pelos regimes e sistemas do período na influência das massas.

O desenvolvimento tecnológico institui novas formas de controle e coesão social ao determinar as necessidades e aspirações do indivíduo, sem que este perceba ou tenha controle sobre, como é dito por Marcuse. “A tecnologia serve para instituir formas novas, mais eficazes e mais agradáveis de controle e coesão social.” (MARCUSE, 1973). Ou seja, as necessidades do indivíduo são manipuladas para favorecer os interesses da classe dominante e para favorecer a manutenção do sistema, além de serem produtos de uma sociedade em que o interesse dominante exige repressão. “Tais necessidades têm um conteúdo e uma função sociais determinados por forças externas sobre as quais o indivíduo não tem controle algum” (MARCUSE, 1973)

Ainda pensando na manipulação dos interesses individuais, Adorno e Horkheimer se dedicaram a estudar os controles sociais estabelecidos pelos meios de comunicação, como a homogeneização dos comportamentos e a massificação das pessoas, através do que os autores definiram como “Indústria Cultural”. O termo foi criado para definir a produção industrial dos bens culturais como movimento global de produção da cultura como mercadoria e como estratégia de massificação cultural e, por conseguinte, de obtenção de lucro. Em suma, a indústria se apodera da cultura e a transforma em produto.

No presente trabalho, pretende-se analisar um recorte de apropriação cultural e sua transformação em produto a partir da ideia de Indústria Cultural desenvolvida por Adorno e Horkheimer. Serão analisadas duas obras literárias (“Percy Jackson e os Olimpianos” e “The Witcher”) que fazem uso de mitologias em seu enredo e que possuem outras mercadorias culturais derivadas dos livros, como filmes, séries, jogos e, até mesmo, outros livros.

O primeiro objeto de análise será a série de livros “Percy Jackson e os Olimpianos”, escrita por Rick Riordan. O primeiro livro foi lançado em 2005 e a saga é composta por 5 livros no total. A história retrata a mitologia grega inserida no século XXI e se passa nos Estados Unidos, principalmente em Manhattan. Ou seja, os livros fazem uso da cultura grega e a adaptam para o contexto estadunidense atual a fim de criar identificação entre a história e o público-alvo (adolescentes e jovens) e, como consequência (e também motivação) ser um produto amplamente consumido pelas massas (a série possui mais de 70 milhões de cópias vendidas).

Além da transformação da cultura grega em produto, processo característico da Indústria Cultural, o sucesso da obra gerou um padrão de produção, ou seja, mais produtos passaram a ser

feitos seguindo o mesmo padrão, pois este é consumido pelas massas e, portanto, gera lucro (também característica da Indústria Cultural). Exemplos disso são: a criação de uma nova série de livros (“Os heróis do olimpo”) que são continuação de “Percy Jackson e os olimpianos”; novas séries de livros que contam histórias de outras mitologias (“Magnus Chase” que conta sobre a mitologia nórdica); adaptações cinematográficas dos livros.

“O valor de uso da arte, o seu ser, é para os consumidores um fetiche, a sua valoração social, que eles tomam pela escala objetiva das obras, torna-se o seu único valor de uso, a única qualidade de que usufruem. Assim o caráter de mercadoria da arte se dissolve mesmo no ato de se realizar integralmente. Ela é um tipo de mercadoria, preparado, inserido, assimilado à produção industrial, adquirível e fungível, mas o gênero de mercadoria arte, que vivia do fato de ser vendida, e de, entretanto, ser invendável, torna-se - hipocritamente - o absolutamente invendável quando o lucro não é mais só sua intenção, mas o seu princípio exclusivo.” (HORKHEIMER & ADORNO, 2002)

Outro fator importante a ser levado em consideração é a propaganda utilizada para divulgação desses produtos e que é importante ferramenta da indústria cultural na influência e alienação das massas.

“Técnica e economicamente, propaganda e indústria cultural mostram-se fundidas. Numa e noutra a mesma coisa aparece em lugares inumeráveis, e a repetição mecânica do mesmo produto cultural já é a repetição do mesmo slogan da propaganda. Numa e noutra, sob o imperativo da eficiência, a técnica se torna psicotécnica, técnica do manejo dos homens. Numa e noutra valem as formas do surpreendente e todavia familiar, do leve e contudo incisivo, do especializado e entretanto simples; trata-se sempre de subjugar o cliente, representado como distraído ou relutante.” (HORKHEIMER & ADORNO, 2002)

Apesar desse caráter de dominação e alienação, há pontos positivos no amplo alcance adquirido pelos produtos culturais neste contexto de industrialização. No caso de Percy Jackson, a série de livros, por alcançar um público jovem, estimula o interesse na leitura e também na mitologia grega.

Outro exemplo é a série de livros “The Witcher”, escrita pelo polonês Andrzej Sapkowski. Os livros têm diversos personagens inspirados na mitologia e no folclore polonês, e também de outros países eslavos. Em sua obra, o autor resgata histórias por muitos desconhecidas e, com o sucesso dos livros, as difunde.

Apesar desse caráter positivo de resgate, essas histórias, já adaptadas nos livros, são adaptadas em outros produtos e moldadas para garantir um maior consumo. Os livros de “The Witcher” foram adaptados em série, jogos, história em quadrinhos, entre outras mídias, cada uma

com suas particularidades e adaptadas de forma a se encaixarem melhor nesses meios e alcançarem seus determinados públicos, mas que, num geral, acabam deixando informações relevantes, inclusive sobre essas mitologias resgatadas nos livros, de fora, mantendo os enredos mais superficiais e mais “dinâmicos” para se encaixarem nos padrões de consumo, apagando sua originalidade.

“Mas a novidade consiste em que os elementos inconciliáveis da cultura, arte e divertimento, sejam reduzidos a um falso denominador comum, a totalidade da indústria cultural. Esta consiste na repetição. Que as suas inovações típicas consistam sempre e tão só em melhorar os processos de reprodução de massa não é de fato extrínseco ao sistema. Em virtude do interesse de inumeráveis consumidores, tudo é levado para a técnica, e não para os conteúdos rigidamente repetidos, intimamente esvaziados e já meio abandonados.” (HORKHEIMER & ADORNO, 2002)

Uma semelhança entre as obras literárias citadas, é que ambas se enquadram como *best-seller*, ou seja, são sucesso de vendas, o que comprova o motivo de suas adaptações, mas também o motivo de suas próprias produções: são obras de literatura produzidas com o propósito mercadológicos, assim como os produtos derivados delas. Em resumo, a indústria cultural, em diversos âmbitos, fazem produtos culturais que são adaptados e moldados ao consumo das massas, e, ao mesmo tempo, os próprios produtos determinam e influenciam esse consumo.

## Referências bibliográficas

BORGIANNI, Bianca. **Mercado de livro (ou livro de mercado)**. [S. l.], [20--?]. Disponível em: <https://www.escrevendoofuturo.org.br/conteudo/biblioteca/nossas-publicacoes/revista/artigos/artigo/849/mercado-de-livro-ou-livro-de-mercado>. Acesso em: 3 jul. 2023.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. **A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas**. Pp. 169 a 214. In: LIMA, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

MAIA, Maria Carolina. **Série ‘Percy Jackson’ chega ao fim com encontro de fãs**. [S. l.], 31 jul. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/meus-livros/serie-8216-percy-jackson-8217-chega-ao-fim-com-encontro-de-fas>. Acesso em: 3 jul. 2023.

MARCUSE, Herbert. In: **Introdução. a paralisia da crítica: sociedade sem oposição; As novas formas de controle**. In: MARCUSE, Herbert. A ideologia da sociedade industrial. Tradução de Giasone Rebuá. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

PREVEDELLO, T. **Literatura e cultura do entretenimento: padrões de consumo entre jovens**. Cadernos do Aplicação, Porto Alegre, v. 34, n. 1, 2021. DOI: 10.22456/2595-4377.109611. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/CadernosdoAplicacao/article/view/109611>. Acesso em: 3 jul. 2023.