

INDÚSTRIA CULTURAL DIGITAL: PERSONALIZAÇÃO ALGORÍTMICA, CONEXÃO PERMANENTE E CAPTURA DA ATENÇÃO

DIGITAL CULTURAL INDUSTRY: ALGORITHMIC PERSONALIZATION, PERMANENT
CONNECTIVITY, AND ATTENTION CAPTURE

INDUSTRIA CULTURAL DIGITAL: PERSONALIZACIÓN ALGORÍTMICA, CONEXIÓN
PERMANENTE Y CAPTURA DE LA ATENCIÓN

Vanessa Cristina Machado¹

RESUMO: Este artigo buscou analisar os desdobramentos da indústria cultural na cultura digital, a fim de compreender em que medida as transformações nas formas de produção, circulação e consumo cultural reconfiguram mecanismos identificados por Adorno e Horkheimer (1985). Trata-se de uma pesquisa teórico-filosófica, de abordagem qualitativa, desenvolvida através de pesquisa bibliográfica e orientada pela perspectiva crítico-dialética da Teoria Crítica. Parte-se do conceito de indústria cultural em Adorno e Horkheimer, destacando os mecanismos de mercantilização, padronização, pseudoindividualização e integração social. Posteriormente, a partir de Debord (1997) e Türcke (2010), analisa-se a transformação da experiência digital sob o regime do espetáculo, da excitação contínua e do pré-prazer. Conclui-se que a indústria cultural na cultura digital sofre transformação, tornando-se mais capilar, personalizada, contínua e participativa. Sustenta-se, ao final, a necessidade de compreender a nova configuração mediante o conceito de indústria cultural digital, entendido como uma forma de organização da cultura na qual os mecanismos de integração e dominação próprios da indústria cultural são reconfigurados pela racionalidade algorítmica, pela personalização e pela exploração econômica da atenção, dos comportamentos e dos dados dos sujeitos. Tal conceito pretende contribuir para a atualização da Teoria Crítica diante das condições objetivas da cultura contemporânea.

1

Palavras-chave: Cultura Digital. Indústria cultural digital. Teoria Crítica.

ABSTRACT: This article analyzes the developments of the culture industry within digital culture, seeking to understand how transformations in the forms of cultural production, circulation, and consumption reconfigure mechanisms identified by Adorno and Horkheimer (1985). This is a theoretical-philosophical study with a qualitative approach, based on bibliographic research and guided by the critical-dialectical perspective of Critical Theory. It begins with Adorno and Horkheimer's concept of the culture industry, highlighting mechanisms of commodification, standardization, pseudo-individualization, and social integration. Subsequently, drawing on Debord (1997) and Türcke (2010), it examines the transformation of digital experience under the regime of spectacle, continuous excitation, and pre-pleasure. The study concludes that the culture industry undergoes transformations within digital culture, becoming more pervasive, personalized, continuous, and participatory. Finally, it argues for understanding this new configuration through the concept of the digital culture industry, understood as a form of cultural organization in which the mechanisms of integration and domination characteristic of the culture industry are reconfigured by algorithmic rationality, personalization, and the economic exploitation of individuals' attention, behaviors, and data. This concept contributes to updating Critical Theory in light of the objective conditions of contemporary culture.

Keywords: Digital Culture. Digital Culture Industry. Critical Theory.

¹ Doutora em Educação Escolar, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho – UNESP". Faculdade de Ciências e Letras – Campus Araraquara – SP – Brasil.

RESUMEN: Este artículo analiza los desarrollos de la industria cultural en el contexto de la cultura digital, buscando comprender cómo las transformaciones en las formas de producción, circulación y consumo cultural reconfiguran los mecanismos identificados por Adorno y Horkheimer (1985). Se trata de un estudio teórico-filosófico, de enfoque cualitativo, basado en una investigación bibliográfica y orientado por la perspectiva crítico-dialéctica de la Teoría Crítica. Inicialmente, se aborda el concepto de industria cultural de Adorno y Horkheimer, destacando los mecanismos de mercantilización, estandarización, pseudoindividualización e integración social. Posteriormente, a partir de Debord (1997) y Türccke (2010), se examina la transformación de la experiencia digital bajo el régimen del espectáculo, la excitación continua y el preplacer. El estudio concluye que la industria cultural experimenta transformaciones en la cultura digital, volviéndose más omnipresente, personalizada, continua y participativa. Finalmente, propone comprender esta nueva configuración mediante el concepto de industria cultural digital, entendida como una forma de organización cultural en la que los mecanismos de integración y dominación propios de la industria cultural son reconfigurados por la racionalidad algorítmica, la personalización y la explotación económica de la atención, los comportamientos y los datos de los individuos.

Palabras clave: Cultura digital. Industria cultural digital. Teoría crítica.

INTRODUÇÃO

As tecnologias digitais modificaram profundamente as formas de produção, circulação e consumo da cultura. A presença cotidiana de smartphones, plataformas digitais, redes sociais, mecanismos de busca, jogos eletrônicos e sistemas algorítmicos tornou a experiência cultural cada vez mais mediada por dispositivos técnicos capazes de selecionar, organizar, recomendar e antecipar conteúdos. A cultura já não se apresenta apenas como um conjunto de objetos produzidos e posteriormente consumidos pelos sujeitos. Ela passa a constituir um ambiente permanente de circulação, no qual o indivíduo produz, recebe, compartilha, comenta, reage e fornece continuamente informações sobre seus próprios comportamentos.

Essa transformação coloca novos problemas para a Teoria Crítica uma vez que o conceito de indústria cultural, formulado por Adorno e Horkheimer (1985), foi elaborado em um contexto histórico no qual rádio, cinema, televisão, revistas e publicidade ocupavam posição central na organização da cultura de massa. Entretanto, apesar da transformação tecnológica ocorrida desde então, o artigo parte da hipótese de que a cultura digital não representa uma ruptura com a indústria cultural, mas uma reconfiguração e intensificação de seus mecanismos fundamentais. A cultura digital parece conservar elementos fundamentais da indústria cultural, especialmente no que se refere a sua articulação com a mercantilização, a racionalidade instrumental e a produção de formas socialmente administradas de experiência, embora adquiram formas distintas sob as condições digitais.

O objetivo deste artigo é, portanto, analisar os desdobramentos da indústria cultural na cultura digital e propor o conceito de indústria cultural digital como categoria crítica para compreender a especificidade contemporânea dessa transformação. Para tal, inicialmente retoma o conceito de indústria cultural em Adorno e Horkheimer (1985), enfatizando seus vínculos com mercantilização, padronização, pseudoindividualização, integração social e semiformação. Em seguida, será analisada a cultura digital a partir das contribuições de Debord (1997) e Türcke (2010), buscando compreender a relação entre espetáculo, excitação e pré-prazer. Posteriormente, serão examinados os principais deslocamentos produzidos pela cultura digital na lógica da indústria cultural. Por fim, será formulado o conceito de indústria cultural digital e discutidas suas implicações para a formação, a experiência e a possibilidade de emancipação.

Observa-se que os mecanismos por meio dos quais a integração ocorre sofreram modificações significativas. A padronização, por exemplo, passa a coexistir com a personalização algorítmica; a oferta de produtos culturais passa a ser acompanhada pela coleta e processamento permanente de dados; o consumo deixa de estar limitado a momentos específicos e tende a tornar-se contínuo; e o sujeito, anteriormente colocado predominantemente na posição de consumidor, passa também a participar da produção dos conteúdos e dos dados que alimentam os próprios mecanismos que orientam seu consumo.

3

A intenção não é produzir uma condenação da tecnologia. A crítica dirige-se às condições objetivas nas quais as tecnologias digitais são produzidas e utilizadas, especialmente quando subordinadas a uma racionalidade econômica que transforma atenção, comportamento e dados em recursos de valorização. A questão fundamental, portanto, é compreender que forma social da cultura se constitui quando a experiência cultural passa a ser organizada por dispositivos cujo funcionamento econômico depende da permanência, da previsibilidade e da captura da atenção.

METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como teórico-filosófica, de abordagem qualitativa, desenvolvida por meio de pesquisa bibliográfica e orientada pela perspectiva crítico-dialética da Teoria Crítica, conforme os pressupostos metodológicos de Lima e Miotto (2007) e Folscheid e Wunenburger (2013). A investigação não teve como propósito realizar levantamento empírico ou revisão sistemática da literatura, mas analisar e confrontar conceitos fundamentais para compreender as transformações da indústria cultural nas condições contemporâneas da cultura digital.

O referencial teórico foi selecionado intencionalmente em função de sua relevância ao problema investigado. Como fontes principais, foram utilizadas as obras de Adorno e Horkheimer (1985), Debord (1997) e Türcke (2010; 2016), complementadas por Freud (2002) e Adorno (2010). A seleção considerou a centralidade dessas obras para a compreensão dos conceitos de indústria cultural, mercantilização, padronização, pseudoindividualização, espetáculo, excitação, pré-prazer, atenção e semiformação. A literatura secundária foi mobilizada para contextualizar e aprofundar essas categorias.

O procedimento analítico consistiu na leitura, interpretação e confrontação conceitual das obras selecionadas, buscando identificar continuidades, deslocamentos e contradições entre a formulação clássica da indústria cultural e as condições contemporâneas da cultura digital. Nesse percurso foram analisadas, inicialmente, as categorias de mercantilização, padronização, pseudoindividualização e integração social em Adorno e Horkheimer; posteriormente, as contribuições de Debord e Türcke acerca do espetáculo, da excitação contínua e da captura da atenção e, por fim, essas categorias foram confrontadas com fenômenos característicos da cultura digital, especialmente a personalização algorítmica, a conexão permanente, a circulação contínua de conteúdos e a produção de dados pelos usuários.

A análise crítico-dialética permitiu, assim, compreender a cultura digital não como ruptura absoluta com a indústria cultural, mas como uma configuração histórica na qual mecanismos anteriormente identificados pela Teoria Crítica são reconfigurados sob novas condições técnicas e econômicas. A partir dessa mediação conceitual, o estudo formula a categoria de “indústria cultural digital”, entendida como uma atualização crítica do conceito clássico diante das formas contemporâneas de mercantilização, personalização, administração da experiência e captura da atenção.

Por se tratar de uma investigação teórico-filosófica, os resultados não pretendem estabelecer generalizações estatísticas, mas produzir uma interpretação conceitualmente fundamentada acerca das transformações da cultura sob as condições digitais. Desse modo, o rigor da pesquisa está sustentado pela explicitação do referencial teórico, dos critérios de seleção e do percurso de análise e interpretação conceitual.

1. INDÚSTRIA CULTURAL E CULTURA DIGITAL

O conceito de indústria cultural ocupa lugar central na crítica de Adorno e Horkheimer (1985) à sociedade capitalista. Formulado em *Dialética do esclarecimento*, publicada originalmente em 1947, compreende a transformação da cultura em mercadoria e o modo como essa

transformação interfere na constituição da subjetividade. Esses autores apontam que a cultura passa a ser organizada segundo critérios que se aproximam daqueles que regem a produção de mercadorias e passa a estar subordinada às exigências de circulação, consumo, rentabilidade e reprodução do sistema, de modo que “os produtos são oferecidos levando em consideração não as necessidades específicas do público, mas aquelas da própria indústria e do sistema de exploração que a abriga” (Duarte, 2003, p. 51). Evidenciam, assim, como a racionalidade tecnológica, articulada à lógica do capitalismo contemporâneo, converte a cultura em mercadoria.

De acordo com Adorno e Horkheimer (1985) a indústria cultural promove a ideia de que a cultura de massa está ligada a uma maior liberdade e democratização cultural por disponibilizar uma ampla variedade de opções para as pessoas escolherem, originando a noção de pseudoindividualização.

O individual reduz-se à capacidade do universal de marcar tão integralmente o contingente que ele possa ser conservado como o mesmo. [...] As particularidades do eu são mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas, que se fazem passar por algo natural. Elas se reduzem ao bigode, ao sotaque francês, à voz grave da mulher de vida livre, ao Lubitsch touch: 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. 145).

O indivíduo recebe a impressão de escolher entre diferentes possibilidades, enquanto as próprias possibilidades de escolha são previamente organizadas pelo sistema. A liberdade aparece, assim, como uma dimensão paradoxal da indústria cultural. Quanto maior a variedade de produtos, gêneros e estilos disponibilizados, mais pode crescer a impressão de autonomia. Contudo, a variedade não significa necessariamente autonomia. A aparente multiplicidade de escolhas pode resultar na possibilidade de escolher sempre a mesma coisa, uma vez que as diferenças entre os produtos permanecem submetidas à lógica geral da produção cultural.

Essa questão torna-se particularmente importante quando deslocada para a cultura digital. A multiplicação quase ilimitada de conteúdos parece representar o oposto da padronização. Há milhões de vídeos, músicas, imagens, textos, jogos, comentários e perfis. A primeira impressão é a de que a cultura digital teria realizado aquilo que a indústria cultural clássica parecia impedir: a pluralização absoluta das possibilidades. Entretanto, a questão crítica não deve considerar apenas a quantidade de conteúdos existentes, mas as formas pelas quais esses conteúdos são selecionados, hierarquizados, distribuídos e apresentados aos sujeitos. A existência de uma quantidade extraordinária de conteúdos não garante que todos eles tenham a

mesma possibilidade de alcançar os indivíduos. A mediação algorítmica introduz mecanismos de seleção que determinam quais conteúdos aparecem diante de cada usuário.

Nesse sentido, a cultura digital não representa a superação da indústria cultural, mas uma transformação da maneira pela qual a padronização se realiza. Ela passa a ser incorporada aos próprios processos de seleção e recomendação de modo que a personalização algorítmica pode ser compreendida como uma nova modalidade de pseudoindividualização. Essa hipótese ganha força quando se considera que os algoritmos procuram conhecer o usuário a partir de seus próprios comportamentos. Aquilo que o indivíduo assiste, interrompe, repete, curte, comenta, compartilha ou ignora contribui para constituir um perfil de preferências e, a partir deste, novos conteúdos são selecionados.

A diferença em relação à indústria cultural clássica é significativa. Antes, a indústria produzia e oferecia bens culturais para públicos amplos e diferenciados. Na configuração digital, os sistemas podem produzir uma experiência aparentemente singular para cada indivíduo. O sujeito pode acreditar que está diante de um ambiente cultural exclusivamente seu. Contudo, essa singularidade é construída por uma infraestrutura técnica que classifica, compara, prevê e direciona comportamentos. O indivíduo torna-se, assim, simultaneamente consumidor e fonte de informação sobre o consumo. Essa transformação é fundamental para compreender a indústria cultural digital. O sistema não precisa apenas oferecer mercadorias culturais. Ele precisa conhecer cada vez melhor aqueles que as consomem. A atividade do usuário, portanto, passa a ser incorporada ao funcionamento econômico da própria cultura.

6

Outro aspecto central da indústria cultural é a relação entre diversão e trabalho. Adorno e Horkheimer (1985) demonstram que a diversão não constitui necessariamente uma esfera exterior à racionalidade do trabalho. Pelo contrário, a diversão pode reproduzir, em sua própria estrutura, os mecanismos de padronização e adaptação presentes no mundo do trabalho.

Ela é procurada por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrentá-lo. Mas, ao mesmo tempo, a mecanização atingiu um tal poderio sobre a pessoa em seu lazer e sobre a sua felicidade, ela determina tão profundamente a fabricação das mercadorias destinadas à diversão que esta pessoa não pode mais perceber outra coisa senão as cópias que reproduzem o próprio processo de trabalho. (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 128).

Essa proposição enfatiza que a indústria cultural não dá folga nem no trabalho nem na diversão e que a mecanização pode penetrar no tempo destinado ao lazer.

Esse diagnóstico adquire nova importância diante das plataformas digitais. O lazer passa a estar permanentemente conectado aos dispositivos. O entretenimento acompanha o sujeito

no trabalho, no deslocamento, na alimentação, no descanso e nas relações pessoais. O smartphone, especialmente, dissolve as fronteiras entre trabalho, lazer, comunicação e consumo. Essa dissolução das fronteiras temporais constitui uma transformação significativa da indústria cultural em sua configuração digital.

Se anteriormente o sujeito ligava a televisão, ia ao cinema ou ouvia rádio em determinados momentos, atualmente o entretenimento pode permanecer disponível de maneira praticamente ininterrupta. A cultura deixa de ocupar somente determinados intervalos da vida cotidiana e tende a ocupar o próprio intervalo entre as atividades. Isso produz uma transformação decisiva: o consumo cultural deixa de ser apenas periódico e tende a tornar-se permanente.

Essa permanência será importante para compreender a relação entre indústria cultural digital e semiformação. A semiformação em Adorno (2010) se refere a uma condição social na qual a formação cultural perde sua dimensão crítica e emancipatória e passa a operar de modo subordinado às formas sociais de dominação. Envolve, portanto, uma relação problemática entre sujeito e cultura. O indivíduo pode acumular informações sem necessariamente desenvolver uma relação reflexiva com aquilo que conhece. Pode estar informado e, ao mesmo tempo, permanecer afastado da experiência formativa.

7

É nesse ponto que a cultura digital apresenta um problema específico. O acesso ampliado à informação pode coexistir com a diminuição das condições necessárias para a elaboração dessa informação. O sujeito recebe mais conteúdos, mas dispõe de menos tempo para estabelecer relações entre eles; vê mais imagens, mas pode ter menos condições de permanecer diante de uma delas; conhece rapidamente muitos assuntos, mas pode encontrar dificuldades para desenvolver uma relação aprofundada com um deles.

A questão que se coloca é, então, se a cultura digital estaria produzindo uma nova configuração da semiformação, não necessariamente baseada apenas na repetição de conteúdos padronizados, mas na aceleração, fragmentação e circulação contínua. Essa questão será retomada depois de analisarmos a especificidade da experiência digital a partir da experiência subjetiva.

2. CULTURA DIGITAL A PARTIR DAS CONTRIBUIÇÕES DE DEBORD E TURCKE

A passagem da indústria cultural clássica para a cultura digital não pode ser compreendida apenas a partir da dimensão econômica da produção cultural. É necessário considerar também as transformações ocorridas na própria experiência subjetiva. Nesse sentido, as contribuições de Debord (1997) e Tüürcke (2010) possibilitam aprofundar o diagnóstico. Enquanto Adorno e Horkheimer permitem compreender a mercantilização e a administração da cultura, Debord ajuda a compreender a transformação da vida social em espetáculo e Tüürcke permite analisar o regime contemporâneo de excitação e captura da atenção.

Em *A sociedade do espetáculo* Debord (1997)² afirma que “a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”. (Debord, 1997, p. 13). Para ele o espetáculo é uma forma de organização social na qual a relação entre os indivíduos e a realidade passa progressivamente pela mediação das imagens. Esse autor radicaliza, conforme aponta Machado (2026), a crítica da mercadoria ao mostrar que o espetáculo não deve ser compreendido simplesmente como conjunto de imagens, mas como uma forma social total que organiza as relações humanas através das representações. Quando Debord afirma que o espetáculo corresponde ao momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social, a questão deixa de ser apenas a existência de produtos culturais comercializados. O problema passa a ser a própria transformação da experiência em mercadoria e representação. O autor compreende o espetáculo como forma ideológica que ultrapassa a simples representação e passa a organizar a própria realidade social.

Essa tese é particularmente fecunda para pensar o ambiente digital. Nas redes sociais, a experiência cotidiana é frequentemente convertida em imagem. A viagem, a refeição, o encontro, o corpo, a infância, o trabalho, o lazer e até mesmo a intimidade podem tornar-se conteúdos compartilháveis. A experiência deixa de ser apenas vivida e passa também a ser produzida para ser vista. O espetáculo digital, portanto, não funciona apenas pela existência de imagens. Ele organiza comportamentos segundo a possibilidade de sua visibilidade.

Essa transformação produz uma inversão importante: não é mais apenas a imagem que representa a experiência; a experiência passa a ser organizada de acordo com a lógica da imagem. Nessa perspectiva a vida não se afirma no “ser”, mas no “aparecer”, indo ao encontro com o pensamento de Tüürcke (2010) para o qual “ser” é “ser midiaticamente percebido”. Para este autor

² *La Société du spectacle* foi lançado em novembro de 1967 em Paris e a primeira edição brasileira datada em 1997, já após a morte do autor em 1994.

“quando a percepção começou a se tornar especificamente humana, ela se inflamou ao extremo, ao primordialmente excitante. Ela se tornou *sensatio* através do sensacional *par excellence*”. (Türcke, 2010, p. 170).

Para Türcke (2010) a sociedade contemporânea caracteriza-se por um regime de excitação contínua. Ele encontra no regime de excitação um mecanismo de sustentação sensorial, de modo que a cultura digital pode ser compreendida como uma radicalização da sociedade do espetáculo, uma sociedade na qual as imagens não apenas circulam em grande quantidade, mas são continuamente produzidas, atualizadas, substituídas e direcionadas a sujeitos específicos. Nesse contexto o espetáculo deixa de depender de emissores centrais. Cada usuário pode tornar-se produtor e distribuidor de imagens. Contudo, essa participação não elimina necessariamente a lógica espetacular. Ao contrário, amplia. O indivíduo participa do espetáculo justamente ao transformar sua própria experiência em conteúdo, de modo que a imagem e a sensação tornam-se elementos fundamentais da experiência social.

Türcke (2010) aponta que a fotografia foi o primeiro choque produzido tecnicamente e que ela realiza um retorno ao fundamento: torna o pavoroso inofensivo através da paralisação.

A fotografia lembra involuntariamente o que significava originalmente ‘retratar’: paralisar, matar. Pintar um bisão na parede da caverna significava querer privá-lo da vida. [...] com o fito de torná-lo inofensivo, e não por apreciar tanto assim a companhia. Ocorria com as pinturas mais antigas o mesmo que com os mais antigos rituais sacrificiais: também com elas não haviam acomodação voluntária. Também eles são testemunho de uma assimilação compulsória do pavor por meio da repetição. (Türcke, 2010, p. 177).

9

Ela realiza através da imagem o que o grito de pavor realiza através da voz: “tirar de algo pavoroso sua pavorosa vivacidade”. (Türcke, 2010, p. 178) e passa a determinar o que merece atenção, apresentando um imperativo: “olhem pra cá”.

[...] cada fotograma age como impulso óptico, a irradiar sobre o observador um “alto lá”, “preste atenção”, “olhe pra cá”, a administrar-lhe uma pequena nova injeção de atenção, uma descarga mínima de adrenalina – e a desgastar-lhe a atenção por meio de uma estimulação ininterrupta. (Türcke, 2016, p.32-33).

Trata-se de uma cultura de constantes estímulos, a qual “estimula o cérebro a constantes reinstalações de suas interconexões sinápticas” (Türcke, 2016, p. 48) treinando o cérebro à lógica da interrupção, o que não favorece a construção e à consolidação de algumas de suas redes neurais. Esse autor defende que estamos diante de uma cultura do déficit de atenção, o que significa dizer que este, conhecido como um “transtorno”, não surge dentro do cérebro isoladamente, é um “transtorno cultural” porque essa condição emerge do contexto social e cultural em que as tecnologias moldam o modo como se presta atenção, através dos

ininterruptos estímulos que formam um “regime de atenção” acelerado e fragmentado e também das interrupções contantes, que dificultam uma concentração prolongada.

Assim mais do que representar o mundo, as imagens estruturam a própria percepção. Passam a organizar a forma como o mundo é percebido. A “percepção só se torna algo plenamente digno desse nome através do solavanco que lhe é dado pelos instantes paralisados”. (Türcke, 2010, p. 192). Ela realiza um recorte da realidade rompendo com a percepção contínua e reflexiva, “ninguém pode deixar de ver o efeito bruto da fotografia: seu caráter de instantâneo”. (Türcke, 2010, p. 186). Através lógica do “instantâneo” cria uma dinâmica perceptiva baseada em estímulos rápidos e fragmentados.

A cultura digital intensifica essa lógica porque sua própria estrutura favorece a sucessão rápida de estímulos: notificações, vídeos curtos, imagens, mensagens, sons, curtidas e atualizações são apresentados em fluxo contínuo. A partir da perspectiva de Türcke (2010) a vida está, atualmente, estruturada em torno de choques sensoriais, espetacularizações e estímulos que captam e prendem a atenção.

Não é mais suficiente que os acontecimentos sejam por si só explosivos, confeccionados de forma chamativa, ou que tenham as manchetes gritadas como nas edições extras de outrora; o meio audiovisual necessita mobilizar todas as forças específicas de seu gênero e ministrar a notícia com toda a violência de uma injeção multissensorial, de forma que atinja o ponto que almeja: o aparato sensorial ultrassaturado dos contemporâneos. (Türcke, 2010, p. 19).

Trata-se do que Türcke (2010) denomina de “sociedade excitada”, uma sociedade baseada em uma necessidade cultural e existencial de sensação para se afirmar socialmente, pela busca contínua de estímulos que garantam a atenção. O problema é que as sensações provocadas pelos choques imagéticos não ultrapassam o estado de estímulo inicial, o que Freud (2002) denominou de pré-prazer, um momento preliminar da satisfação.

Na contemporaneidade, essa relação para Türcke (2010) sofre uma transformação. O que deveria ser apenas uma etapa anterior ao prazer torna-se uma forma permanente de experiência. O sujeito permanece em estado de antecipação. Não se trata mais de chegar a uma satisfação e encerrá-la, mas de manter a expectativa por uma nova satisfação. O prazer é constantemente anunciado, mas continuamente adiado. Essa lógica pode ser observada na estrutura da cultura digital quando o usuário termina um vídeo e imediatamente aparece outro; encerra uma postagem e outra é apresentada; responde a uma mensagem e recebe uma nova notificação. A estrutura não favorece o encerramento, mas a continuidade. Nessa acepção o pré-prazer deixa de ser apenas uma etapa e passa a ser estrutural, deixa de representar apenas um momento preliminar e passa a constituir um regime permanente de experiência.

Essa transformação permite compreender uma dimensão decisiva da cultura digital: o objeto de consumo perde importância diante da própria continuidade do consumo. O vídeo específico talvez seja esquecido rapidamente. A imagem específica é substituída. A postagem deixa de ser relevante tão logo outra aparece. O que permanece é a necessidade de continuar recebendo estímulos.

O pré-prazer contribui para compreender a passagem da indústria cultural clássica para sua forma digital. A indústria cultural já produzia repetição e padronização. A indústria cultural digital acrescenta a essas características uma estrutura de continuidade excitada. O sistema não precisa mais apenas produzir novos produtos. Precisa produzir continuamente novas oportunidades de atenção colocando a captura da atenção como fator central da cultura digital.

A cultura digital se desdobra a partir de um sensacionalismo e um espetacular viciante, e as promessas multiplicam-se. O excesso de estímulos, exigindo sempre mais excitações, reorganiza o sistema nervoso. Instala-se um ciclo vicioso e quanto mais estímulos, menor a capacidade de percepção significativa, o que significa dizer que os estímulos contemporâneos revolucionam a potência de conexões neurais elementares, fazem do sistema nervoso dependente e viciado em sensações, indicando que a transformação não é apenas cultural, mas também fisiológica. (Machado, 2026, p. 73).

Desse modo o pré-prazer além de estruturar a experiência contemporânea também modela subjetividades, produzindo indivíduos dependentes de excitação constante e o caráter viciante exige doses de “choques” cada vez maiores.

3. INDÚSTRIA CULTURAL DIGITAL: UMA PROPOSTA CONCEITUAL

A partir desse ponto se torna possível formular o conceito de indústria cultural digital que pode ser compreendida como uma forma contemporânea de organização e reprodução da cultura na qual os mecanismos de mercantilização, padronização, pseudoindividualização e integração social identificados pela Teoria Crítica são reconfigurados pela mediação algorítmica, pela personalização, pela circulação contínua de conteúdos, pela captura da atenção e pela exploração econômica dos comportamentos e dados dos sujeitos. O usuário fornece dados; os dados alimentam os algoritmos; os algoritmos selecionam conteúdos; os conteúdos capturam a atenção; a atenção produz novos comportamentos; os comportamentos produzem novos dados e assim sucessivamente numa cadeia infinita e viciante. A indústria cultural digital funciona, portanto, por meio de um processo de retroalimentação permanente.

O conceito não pretende substituir o de indústria cultural, mas atualizá-lo criticamente. Não se trata de afirmar que Adorno e Horkheimer estavam equivocados porque não poderiam

prever os algoritmos. Tampouco se trata de considerar que a indústria cultural pertence exclusivamente à época do rádio e da televisão. O conceito possui uma dimensão histórico-social que permite analisar diferentes formas de integração da cultura à racionalidade capitalista. O que se transforma são as formas objetivas pelas quais essa integração ocorre.

A indústria cultural digital pode ser compreendida como uma configuração ampliada e qualitativamente transformada da indústria cultural, na qual a mercantilização não se restringe à produção e à circulação de bens simbólicos, mas alcança a própria atenção, os comportamentos, as preferências e os dados produzidos pelos sujeitos em sua interação cotidiana com as plataformas. Essa dinâmica articula-se à personalização algorítmica em que a experiência cultural é individualizada por sistemas que classificam e antecipam preferências, ou seja, a padronização da indústria cultural permanece, mas assume na indústria cultural digital uma aparência de individualização. O algoritmo oferece a cada sujeito aquilo que aparentemente corresponde aos seus interesses. Paralelamente, a conexão permanente dissolve os limites temporais e espaciais que anteriormente circunscreviam o consumo cultural, fazendo com que os conteúdos acompanhem continuamente o sujeito e se integrem às diferentes dimensões de sua vida cotidiana. O rádio, o cinema e a televisão tinham momentos específicos de consumo. A cultura digital tende a tornar o sujeito permanentemente conectado. Nesse processo, a captura da atenção converte-se em elemento central da racionalidade econômica das plataformas, uma vez que a permanência, o engajamento e a recorrência do usuário passam a constituir valores diretamente convertíveis em dados, publicidade e lucro.

12

Desse modo a indústria cultural digital não comercializa somente conteúdos culturais, ela transforma atenção, comportamento, preferências e dados em recursos econômicos. Ela intensifica mecanismos que já estavam presentes em sua configuração clássica, mas os articula a formas mais sofisticadas de intervenção sobre a subjetividade. É justamente nessa articulação entre mercantilização, personalização, conexão permanente e captura da atenção que se pode compreender a intensificação contemporânea da semiformação: a circulação incessante, acelerada e fragmentada de conteúdos, embora amplie exponencialmente o acesso às informações, pode dificultar a continuidade da experiência, a concentração, a elaboração reflexiva e a relação crítica com os objetos culturais. O problema, portanto, não reside simplesmente na quantidade ou na natureza digital dos conteúdos, mas na forma social que organiza sua produção, circulação e recepção, submetendo a experiência cultural à lógica da atenção permanentemente mobilizada e, desse modo, tornando mais complexas as condições

para a formação de sujeitos capazes de ultrapassar a imediatividade e estabelecer uma relação autônoma com a cultura.

Essas características não devem ser pensadas isoladamente. Elas formam um sistema. A personalização aumenta a possibilidade de captura da atenção. Esta aumenta o tempo de permanência que, por sua vez, produz novos dados. Estes alimentam a personalização que produz novos conteúdos e, estes mantêm a circulação, formando, assim, um circuito autorreforçador da indústria cultural digital. Esse circuito apresenta uma característica nova em relação à indústria cultural clássica: o próprio sujeito contribui continuamente para aperfeiçoar o mecanismo que administra sua experiência. Isso não significa que o indivíduo seja responsável por sua própria dominação. Ao contrário, significa que a dominação assume uma forma na qual a participação subjetiva é incorporada ao funcionamento objetivo do sistema.

Importa observar, portanto, que o sujeito participa, mas participa dentro de uma estrutura previamente organizada. Ele escolhe, mas suas escolhas alimentam mecanismos que orientam escolhas futuras. Ele produz, mas sua produção pode ser incorporada à lógica econômica das plataformas. Ele interage, mas suas interações produzem dados.

O conceito procura, portanto, estabelecer uma continuidade crítica entre a indústria cultural analisada por Adorno e Horkheimer e as formas contemporâneas de produção cultural. Não se trata de afirmar que a cultura digital é simplesmente uma nova versão da indústria cultural clássica. Há uma diferença qualitativa importante: o sistema digital não apenas oferece conteúdos ao sujeito, ele aprende com o sujeito para reorganizar continuamente aquilo que lhe oferece. Essa característica modifica a relação entre indústria e consumidor.

13

Na indústria cultural clássica, o sujeito encontra produtos previamente produzidos. Na indústria cultural digital, o sujeito também produz dados que ajudam a determinar quais produtos serão posteriormente apresentados a ele. Essa circularidade constitui uma das principais especificidades da nova configuração. A personalização, nesse contexto, precisa ser analisada criticamente. Ela pode ampliar a sensação de individualidade ao mesmo tempo que transforma a singularidade em objeto de classificação e previsão. Quanto mais o sistema conhece o indivíduo, mais pode oferecer aquilo que provavelmente o manterá conectado. A individualização, portanto, pode converter-se em uma forma sofisticada de administração.

O mesmo ocorre com a participação. A possibilidade de produzir e compartilhar conteúdos parece ampliar a autonomia cultural. Entretanto, quando essa participação alimenta continuamente sistemas econômicos baseados na atenção e nos dados, ela também pode tornar-

se parte do próprio mecanismo de reprodução da indústria cultural digital. A questão da semiformação torna-se, nesse contexto, especialmente importante.

A cultura digital possibilita acesso inédito à informação, mas o acesso não garante formação. A circulação permanente de conteúdos pode coexistir com a dificuldade de concentração, elaboração e autorreflexão. A quantidade de informação pode aumentar enquanto a capacidade de experiência diminui. Nesse sentido, a semiformação digital não deve ser compreendida simplesmente como ignorância ou ausência de conhecimento. Trata-se da possibilidade de uma relação com a cultura marcada pela imediatividade, pela fragmentação, pela aceleração e pela substituição contínua dos objetos.

CONCLUSÃO

A análise desenvolvida permite sustentar que a indústria cultural não desapareceu com a emergência da cultura digital. Seus mecanismos fundamentais permanecem, mas são reconfigurados de acordo com novas condições. A indústria cultural permanece vinculada à mercantilização e à integração social, mas seus mecanismos se tornam mais sofisticados: mais capilares, personalizados, contínuos e participativos. A mercantilização da cultura se mantém, mas é ampliada para incorporar atenção, comportamentos e dados. A padronização também continua, mas opera por meio da personalização algorítmica. A pseudoindividualização é conservada, mas assume a aparência de uma experiência singular produzida especificamente para cada usuário. O consumo perdura, mas tende a transformar-se em conexão permanente. A repetição subsiste, mas ocorre em uma velocidade capaz de produzir aceleração e fragmentação.

14

A articulação entre Adorno e Horkheimer, Debord e Türrcke permite compreender diferentes dimensões dessa transformação. Adorno e Horkheimer mostram que a cultura pode ser integrada à lógica da mercadoria e utilizada como mecanismo de adaptação e integração social. Debord permite compreender a transformação da imagem em forma social, na qual o espetáculo deixa de ser simples representação e passa a organizar a experiência. Türrcke, por sua vez, permite compreender como a excitação contínua e o pré-prazer, a partir de Freud (2002), reorganizam a experiência contemporânea em torno da necessidade de estímulos sucessivos.

Essas contribuições convergem para o diagnóstico de que a cultura digital não apenas amplia a quantidade de conteúdos disponíveis, mas também modifica a própria forma de relação dos sujeitos com a cultura. O conceito de indústria cultural digital foi proposto neste artigo para apreender justamente essa transformação. A indústria cultural digital pode ser compreendida

como uma forma contemporânea de organização da cultura na qual os mecanismos de mercantilização, padronização, pseudoindividualização e integração social são reconfigurados pela mediação algorítmica, pela personalização, pela captura da atenção, pela circulação permanente de conteúdos, pela exploração econômica dos comportamentos e dados dos sujeitos e pela transformação da participação dos próprios indivíduos em elemento constitutivo do processo de produção e reprodução cultural, o que significa dizer que o próprio mecanismo organiza aquilo que consumirá posteriormente.

A indústria cultural digital pode, portanto, produzir um sujeito permanentemente informado, conectado e estimulado, mas nem por isso mais autônomo. Essa contradição talvez constitua um dos principais desafios da educação contemporânea. Se a indústria cultural digital opera pela aceleração, a formação exige tempo. Se opera pela personalização, a formação exige encontro com a alteridade. Se opera pela captura da atenção, a formação exige a possibilidade de atenção não administrada. Se opera pela antecipação dos desejos, a formação exige espaço para que o próprio sujeito possa descobrir desejos que ainda não conhece.

É sob este aspecto que a crítica da indústria cultural digital se aproxima da questão da emancipação. A tarefa da educação não pode consistir simplesmente em adaptar os indivíduos às novas tecnologias ou em ensinar-lhes competências para operar dispositivos. Também não pode reduzir-se à condenação da cultura digital. O desafio consiste em criar condições para que os sujeitos possam estabelecer uma relação reflexiva com as mediações técnicas e sociais que organizam sua experiência.

A crítica da indústria cultural digital, portanto, não pretende retornar a uma sociedade anterior às tecnologias digitais. Seu propósito é compreender as condições objetivas que determinam sua utilização para que seja possível pensar formas de apropriação que não reproduzam automaticamente a racionalidade dominante.

A questão que permanece não é, portanto, simplesmente se a tecnologia está transformando a cultura. Ela já o fez. A questão decisiva é que forma social da cultura está sendo produzida sob as condições digitais e que possibilidades de formação e emancipação ainda podem ser construídas em seu interior. Nesse sentido, compreender a passagem da indústria cultural para a indústria cultural digital não significa apenas atualizar um conceito da Teoria Crítica. Significa recolocar, diante das condições contemporâneas, a pergunta fundamental sobre a possibilidade de uma cultura que não seja inteiramente reduzida à mercadoria, à

administração e à adaptação e, portanto, sobre a própria possibilidade da formação humana em uma sociedade na qual a captura da atenção tende a anteceder e orientar a experiência.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução: Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985; 254 p.

ADORNO, T. W. **Teoria da Semiformação**. In: PUCCI, B.; ZUIN, A. A. S.; LASTÓRIA, L. A. C. N. (Orgs.). *Teoria crítica e inconformismo: novas perspectivas de pesquisa*. Campinas, SP: Autores Associados, 2010; 249 p.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Tradução: Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997; 238 p.

DUARTE, R. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003; 218 p.

FOLSCHEID, Dominique; WUNENBURGER, Jean-Jacques. **Metodologia filosófica**. 4. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013. 416 p.

FREUD, S. **Três ensaios sobre a teoria da sexualidade**. Tradução: Paulo Dias Corrêa. Rio de Janeiro: Imago, 2002; 120 p.

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamasso. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katálisis**, Florianópolis, v. 10, n. esp., p. 37-45, 2007.

MACHADO, V. C. **Da crise da autoridade à pedagogia relacional**: contribuições da teoria crítica para a emancipação na cultura digital. UNESP: Tese (Doutorado em Educação Escolar) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Araraquara, 2026; 184 p.

TÜRCKE, C. **Sociedade Excitada**: filosofia da sensação. Tradução: Antônio Álvaro Soares Zuin, Fábio Durão, Francisco C. Fontanella, Mario Frungillo. Campinas: Editora da Unicamp, 2010; 323 p.

TÜRCKE, C. **Hiperativos!** Abaixo a cultura do déficit de atenção. Tradução: José Pedro Antunes; revisão de tradução Eduardo Guerreiro B. Losso. 1ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2016; 144 p.