
Conformidade a Fins sem Fim e a Indústria Cultural

Purposiveness without Purpose and The Culture Industry

Fábio César da Silva

Mestrando em Estética e Filosofia da Arte pela UFOP

Bolsista-Capes/Reuni/Ufop

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo estabelecer uma aproximação entre o conceito de “conformidade a fins sem fim” (*Zweckmäßigkeit ohne Zweck*), situado na *Crítica da Faculdade do Juízo* (1790) de Immanuel Kant (1724-1804) e o termo indústria cultural, cunhado na obra denominada *Dialética do Esclarecimento* (1947) de T.W. Adorno (1903-1969) e M. Horkheimer (1895-1973). O intuito de tal aproximação é analisar como que se dá a questão da autonomia da Arte contraposta ao fetichismo da mercadoria cultural.

Palavras-chave: conformidade a fins sem fim; indústria cultural; fetichismo; fetichismo da mercadoria cultural.

Abstract: The present work aims to establish a approximation between the concept of “purposiveness without purpose” (*Zweckmäßigkeit ohne Zweck*), located in *Critique of Judgement* (1790) by Immanuel Kant and the term Culture Industry, coined in the work called *Dialectic of Enlightenment* (1947) by T.W. Adorno (1903-1969) and M. Horkheimer (1895-1973). The purpose of such approximation is to analyze how it gives itself the issue of the autonomy of Art as contraposition to fetishism of culture commodity.

Keywords: purposiveness without purpose; culture industry; fetishism; fetishism of culture commodity.

Introdução

O termo indústria cultural foi cunhado por M. Horkheimer e T.W. Adorno na *Dialética do Esclarecimento*. O sentido desse termo contrapunha-se ao sentido do termo cultura de massa, até em então em voga, que era dado como a manifestação espontânea da cultura pela massa. Contrariamente, a ideia de Horkheimer e Adorno é de que não haveria nenhuma possibilidade de espontaneidade na produção e no consumo do bem cultural sob os ditames do Capitalismo Tardio. Não por acaso, o termo indústria cultural é cunhado pela formação de dois termos relacionados a dois outros termos usados no vocabulário marxiano, a saber, a indústria, significando um âmbito da sociedade denominada de infraestrutura; e o cultural, significando um âmbito da sociedade denominada de superestrutura. A tese marxiana postulava

que o âmbito da superestrutura - como a cultura, a religião etc – era condicionado pelo âmbito da infraestrutural econômica. Todavia, os autores identificaram que no começo do século XX já havia evidências de que o capitalismo tornou-se mais complexo, contrariando essa tese marxiana, pois aquelas duas instâncias já se manifestavam de tal maneira que impossibilitaria distinguir qual instância condicionaria a outra. Essa evidência poderia indicar que o processo de ideologização do capitalismo sofisticou-se de tal maneira que mesmo se houvesse uma mudança infraestrutural, ela não garantiria uma transformação efetiva da ideologia vigente. Para salientar o quão problemático essa questão coloca-se perante a tradição da teoria marxiana, pois Adorno e Horkheimer percebiam uma importante mudança no capitalismo, cito o comentário de Adorno acerca desse assunto no texto *O Fetichismo da Música e a Regressão da Audição* (1938): “Também no âmbito da superestrutura, a aparência não é apenas o ocultamento da essência, mas resulta imperiosamente da própria essência”.¹

O que se deve salientar também é o fato do termo indústria cultural não ser um conceito, digamos, muito preciso, pois seu sentido está mais ligado à referência da realidade social vigente, do que ligado à precisão conceitual. Como Wolfgang Leo Maar afirma:” O que, à primeira vista, parecia 'apenas' conceito é, a rigor, práxis social reprodutiva do capital.”² O mesmo autor salienta ainda:

Na indústria cultural, fica evidente um modo exemplar de mediação entre realidade e conceito: ao se apresentar no processo de reprodução material, a práxis se mostra como objetivação na esfera da prática exteriormente à cultura. A dominação é, agora, presença imanente na cultura, e vice-versa. Tal realidade confere uma nova perspectiva à crítica, que já não pode ser estrita “crítica cultural”, mas deve levar em conta a realidade social material (DURÃO, 2008, p. 9).

Ou seja, menos do que nos preocupar com a conceitualização do termo indústria cultural, temos que nos atentar para o que ele se refere como práxis autêntica social propiciadora de

1 ADORNO, 1987, p. 88.

2 DURÃO, 2008, p. 8.

uma nova perspectiva diante da realidade vigente, caracterizando-se assim como ampla crítica cultural.

As referências que o termo sugere são várias, todavia, pode-se focar uma das mais importantes delas, a saber, a Arte. É necessário enfatizar que Horkheimer e Adorno faziam parte do Instituto para a Pesquisa Social (*Institut für Sozialforschung*), instituição formada no começo do século XX, na Alemanha, mais precisamente localizada na Universidade de Frankfurt, no entanto, com autonomia em relação a essa Universidade. Nesse Instituto, desenvolveram-se pesquisas multidisciplinares com intuito de aperfeiçoar o pensamento marxista. Quando Horkheimer tornou-se diretor do Instituto, desenvolveram-se lá estudos com maiores ênfases nos aspectos culturais, diferenciando das gestões passadas, de Grünberg e de Pollock, que tinham um direcionamento para estudos focados mais pelo viés econômico. Em todo caso, os questionamentos da cultura sob os ditames do Capitalismo Tardio já tinham sido feitos, sendo que dois textos importantes sobre esse assunto influenciaram diretamente Horkheimer e Adorno para as formulações da *Dialética do Esclarecimento*. São eles: *Sobre o Caráter Afirmativo da Cultura*, de Herbert Marcuse e a *Obra de Arte na era de sua Reprodutibilidade Técnica* (1936), de Walter Benjamim. Nesses dois textos, em perspectivas diferentes, a Arte é abordada como manifestação ideológica. É essa abordagem que Horkheimer e Adorno recepcionaram para formular a *Dialética do Esclarecimento*, sobretudo no que diz respeito ao termo indústria cultural, em que eles colocaram-no como tema de um dos capítulos intitulado de *A Indústria Cultural: O Esclarecimento como Mistificação das Massas*.

No texto de Marcuse, a cultura afirmativa é entendida como a manifestação cultural em seus aspectos mais sublimes, advinda da ascensão da burguesia no poder, que servem como compensação das diferenças sociais que ainda não foram resolvidas. A cultura afirmativa é uma ideologia porque contempla a falsa promessa de uma igualdade originada na época em que a burguesia ainda era uma “classe revolucionária”, pois ela trazia, diferentemente da aristocracia, a ideia de igualdade. No entanto, essa igualdade não é efetivada socialmente de modo universal, mas é deslocada de modo compensatório pelo acesso irrestrito e universal aos produtos culturais mais sublimes. Ou seja, a Arte serve como aspecto ideológico da burguesia, pois há uma igualdade de acesso aos bens culturais que não condiz como uma igualdade de classes. Com efeito, esse aspecto entre

Arte e sociedade da obra de Marcuse que Horkheimer e Adorno (sobretudo Adorno, em suas obras posteriores) irão recepcionar, postulando que a Arte, juntamente com a Filosofia, é o âmbito de negação ao *status quo*.

Em relação ao texto de Benjamin, um clássico no que concerne à estética, o que influenciou os autores é a tese benjaminiana da Arte, no final do século XIX e no começo do século XX, caracterizar-se pela perda da *aura*. Isto é, a perda de um aspecto que a Arte possuía como manifestação no seu *aquí e agora*, no lugar singular em que o objeto artístico era feito ou contemplado. Assim, com a reprodutibilidade técnica da Arte há um abalo na tradição das obras convencionais que começaram desde o Renascimento, pois a obra reproduzida estaria livre de seu *aquí e agora*, de sua singularidade, podendo ser divulgada para um número maior de pessoas. Nesse texto, Benjamin via com bons olhos o nascimento de um novo tipo de Arte, que era o cinema, justamente por ele ter a reprodutibilidade técnica como *conditio sine qua non*.

Por mais que o texto de Benjamin tenha contribuído para o termo indústria cultural e para suas questões correlatas, a visão otimista de Benjamin não agradou muito Adorno, fazendo com que ele produzisse, em 1938, um texto, já mencionado, intitulado *O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição*, com o propósito de contrapor à visão otimista de Benjamin em relação à reprodutibilidade técnica. Ou seja, Adorno postulou que não há uma garantia segura de que as pessoas estão tendo uma fruição autêntica do bem artístico, muito menos se quem está produzindo os meios técnicos de reprodutibilidade está de fato comprometido com as questões artísticas. Pelo contrário, o que parece para Adorno é que a reprodutibilidade técnica é mais um elemento novo da mesma razão instrumental que permeia no Capitalismo Tardio, não possuindo fator nenhum de emancipação humana, mas sim de ilusão e manutenção do *status quo*. Embora esse texto de Adorno seja anterior à obra *Dialética do Esclarecimento* e, desse modo, o termo indústria cultural ainda não tinha sido cunhado, o assunto da recepção do bem cultural já fazia parte das pesquisas do autor no *Princeton Radio Research Project*, onde Adorno aprimorou, pelas observações empíricas das programações musicais radiofônicas, a maioria de suas opiniões mantidas posteriormente sobre a cultura.

Digno de nota é o fato de que desde o começo de suas pré-formulações, o termo indústria cultural esteja vinculado a outro termo

de origem marxiana, a saber, o fetichismo da mercadoria. Essa vinculação não é gratuita, pois esse termo é um dos elementos dicotômicos que se contrapõe a um outro, a saber, a finalidade sem fim ou conformidade a fins sem fim. Essa dicotomia entre fetichismo e finalidade sem fim ou entre mercadorias culturais e obras de Arte, sintetiza uma das grandes questões levantadas no que concerne à estética na *Dialética do Esclarecimento*. Contrariando a tese de Benjamim sobre uma reprodutibilidade técnica que propaga satisfatoriamente a Arte de maneira democrática, a indústria cultural remete-nos à ideia de que a difusão da Arte está em total aporia. Desse modo, se apreendermos o termo fetichismo em suas etapas com uma breve aproximação do termo conformidade a fins sem fim, teremos uma maior possibilidade de compreensão dessa questão estética na *Dialética do Esclarecimento*, a saber, a difusão da Arte no Capitalismo Tardio. Para isso, usaremos tópicos temáticos como estratégia de exposição da seguinte forma:

[I] Expor o termo fetichismo nas concepções marxiana denominado de fetichismo da mercadoria.

[II] Expor o termo fetichismo na concepção freudiana.

[III] Expor o termo fetichismo na concepção adorniana e horkheimeriana denominado de fetichismo da mercadoria cultural.

[IV] Expor o conceito de conformidade a fins sem fim, aproximando do fetichismo da mercadoria cultural.

I

Para Marx, o que caracteriza uma mercadoria são seus duplos caracteres: *valor-de-uso*, com sua realidade material sujeita à percepção dos sentidos; e *valor*, com sua realidade social imperceptível aos sentidos. Tanto um como o outro são partes essenciais da mercadoria em que a exclusão de um deles já é suficiente para descaracterizar a mercadoria como tal. Ou seja, a produção de *valor-de-uso*, característica de qualquer produto, por si só não garante o *status* de mercadoria, é necessário produzi-la para outros, transformá-la em *valor-de-uso* social por meio da troca. Todavia, além desses caracteres, a mercadoria possui um caráter peculiar denominado de fetichismo da mercadoria. Marx trata desse caráter da mercadoria no primeiro capítulo do primeiro livro de *O Capital* (1867) denominado de *A Mercadoria*, numa seção intitulada

O fetichismo da mercadoria: seu segredo. A seguir, tentaremos expô-lo à maneira como está no *O Capital*.

Marx salienta que, à primeira vista, a mercadoria parece ser uma coisa trivial e de fácil compreensão. No entanto, quando analisada, ela revela-se como algo peculiar e incomum, em suas palavras, como algo “cheio de sutilezas metafísicas e argúcias teológicas”³. Ao que concerne seu *valor-de-uso* nada existe de incomum, tanto em suas propriedades com o propósito de satisfazer as necessidades humanas, isto é, de consumo; como em suas propriedades dadas pelo trabalho humano, ou seja, de produção. Para Marx em nenhuma dessas duas propriedades da mercadoria como *valor-de-uso* parecem haver maiores problemas: o aspecto material da mercadoria, mesmo em casos em que é produto do homem, não ocasiona maiores problemas. A engenhosidade humana que torna problemática a mercadoria não está na transformação do material natural, pois como Marx mesmo menciona: “É evidente que o ser humano, por sua atividade, modifica do modo que lhe é útil a forma dos elementos naturais. Modifica, por exemplo, quando dela faz uma mesa. Não obstante, a mesa ainda é madeira, coisa prosaica, material”⁴. Se nas propriedades do *valor-se-uso* da mercadoria não se revelam equívocos, o mesmo ocorre nos fatores que determinam seu *valor*, pois por mais que os tipos de trabalhos sejam diferentes, eles são dispêndio de atividades humanas.

Então, o que teria de incorreto na forma mercadoria para Marx? Responde ele que a própria forma mercadoria seria o grande impasse, pois ela impossibilita uma clareza no modo como se processa a produção. Marx faz uso de uma hipérbole dando um “caráter misterioso” à mercadoria como produto de trabalho. De fato, entende o autor que esta é a grande questão epistemológica com que um cientista comprometido verdadeiramente com o entendimento do sistema capitalista confronta-se: estabelecer como se articula a relação do trabalho, já que ele é eminentemente social, tornando-se uma relação “misteriosa”. O “mistério”, na verdade, é devido ao fato da forma mercadoria caracterizar-se das seguintes maneiras: [1] Pelo disfarce da igualdade dos trabalhos humanos pela forma da igualdade dos produtos do trabalho como valores. [2] Pela quantidade de trabalho despendido transubstanciada em quantidade de valor dos

3 MARX, 2006, p. 92.

4 MARX, 2006, p. 96.

produtos humanos; [3] Pela relação entre os produtores, que é essencialmente de caráter social sob o aspecto de seus trabalhos, em forma de relação social entre produtos de seus trabalhos.

Assim, Marx usa o termo fetichismo postulando que esse caráter “misterioso” da mercadoria se dá por encobrir as características sociais que o trabalho humano possui, enfatizando a aparência, como características materiais, e obnubilando a essência, como propriedades sociais dos produtos do trabalho. Ou seja, ocultando as relações sociais que existem entre os trabalhos individuais dos produtores e o trabalho total, fazendo-se, desse modo, parecer que tal relação se dê entre os produtos do trabalho. Como Marx aponta, é por meio dessa “dissimulação” que ocorre a transformação dos produtos de trabalho em mercadoria: coisas sociais possuidoras de propriedades perceptíveis e imperceptíveis aos sentidos.

Além disso, a forma mercadoria, caracterizada pela relação de valor entre os produtos do trabalho, desvincula-se de qualquer propriedade física desses produtos, bem como das relações materiais que os estabelecem. Diante disso, ocorre uma inversão nas relações reais de produção, que são sociais, para relações entre coisas: “Uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas.”⁵. Para Marx, esse processo teria uma semelhança muito grande com a crença. Ou seja, os produtos da imaginação dos seres humanos ganham vida própria, mesmo sendo meras invenções ou fantasias criadas pelo homem, transformando-se em entes com total autonomia, bem como mantendo relações entre si e com o homem.

Diante disso, saber como é o funcionamento do processo de transmutação dos produtos de trabalho em mercadoria seria postular uma verdadeira ciência econômica marxiana e, conseqüentemente, essa postulação propiciaria aos seus adeptos teóricos mecanismos epistemológicos que imunizar-nos-iam do próprio fetichismo. Assim, diagnosticar o teor ideológico da ciência econômica burguesa, para Marx, era identificar nessa ciência o grau de fetichismo de suas postulações. No entanto, como se daria essa identificação do fetichismo? Ora, pela constatação de que os processos de produção não são feitos por relações sociais de coisas, mas sim, por relações

5MARX, 2006, p. 94.

sociais entre homens. Isto é, a mercadoria não é tomada como um objeto de estudo como tendo um valor natural, mas sim social.

Por tais considerações, fica evidente que os economistas anteriores a Marx formularam uma teoria incompleta de análise econômica pelo fato de desconsiderarem o papel social dos mecanismos econômicos, tratando-os como leis tal como leis naturais. Se eles avançaram a respeito de alegar que o valor da mercadoria é dado pela quantidade trabalho despendido na fabricação do produto, todavia, eles não consideram que o processo de trabalho se dá por relações sociais não naturalizadas. Além disso, para Marx a teoria econômica burguesa é incompleta e, desse modo, ideológica. Ela é ideológica porque seus adeptos postulavam-na ingenuamente como uma dado natural sem saber sobre as verdadeiras origens sociais que a constituía. Ora, o que tais intelectuais dessa sociedade capitalistas fazem é tão-somente confirmar o que nessa sociedade configura-se falsamente como realidade. Porém, só o pensamento histórico-materialista propiciaria uma relativização dos processos de produção das mercadorias por um método mais eficiente de comparar outras formas de produção. Se feita essa comparação, perceber-se-á que as formas de produção no modo capitalista, como a conversão do *valor-de-uso* em *valor*, é produto social dos homens. Desse modo, cabe a teoria decifrar o “significado dos hieróglifos” do *valor*, que é descobrir a gênese dessa produção como criação humana e não se ater ao funcionamento do *valor* como um fato dado. Nesse sentido, a crítica marxiana da economia capitalista é o próprio esforço de uma teoria em sair do estado de alienação dado pela consciência de quem vê o social mais como um dado natural e menos como histórico-social. Não seria implausível admitir que o embate seja entre uma teoria marxiana e uma teoria fetichizada, já que o fetichismo é a própria obliteração dos processos de produção do trabalho social em que as pessoas estão mergulhadas, inclusive o próprio intelectual que a postula, pois não é somente o encobertamento do funcionamento do modo de produção que ocorre no processo do fetichismo, mas também, o ofuscamento da percepção das pessoas diante desse modo de produção.

Pelo decorrer dessa exposição do fetichismo marxiano, já se pode notar que tratá-lo como um conceito rígido não diz muito de seu sentido, porque ele está relacionado a vários outros conceitos como a Ideologia, a Alienação e a Reificação. De fato, saltam-nos aos olhos os *insights* de Marx sobre o fetichismo, evidenciados em alguns

trechos da leitura de *O Capital*, como manifestação na subjetividade, mesmo em se tratando de uma obra especificamente sobre o processo econômico em sua produção. Isenta-se, é claro, o caso da obra marxiana denominada *Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844*, no qual há uma preocupação em apontar o fetichismo no seu aspecto mais “subjetivo”. Em todo caso, pode-se elencar alguns aspectos gerais do fetichismo marxiano: [1] Há uma ênfase em demonstrar a manifestação do fetichismo mais na produção do que no consumo ou no que eu denomino de aspecto “objetivo” do fetichismo. [2] Há uma menção, não muito trabalhada, da manifestação do fetichismo na consciência das pessoas ou no que eu denomino de aspecto “subjetivo” do fetichismo. [3] O fetichismo está vinculado à ideia de “naturalização”. [4] O fetichismo é contraposto a uma teoria dialética do valor.

II

O conceito de fetichismo não é muito recorrente nos escritos de Sigmund Freud aparecendo em apenas dois pequenos textos, a saber, no texto denominado de *Fetichismo*, de 1927, e num outro denominado de *A Clivagem do Eu e os Processos de Defesa*, de 1938. Também há trechos de obras em que esse conceito aparece, tais como: *Três ensaios sobre a Teoria Sexual* (1905); *Delírios e Sonhos na Gradiva de Jensen* (1907); *Uma Lembrança de Infância de Leonardo da Vinci* (1911); no capítulo XXII das *Conferências Introdutórias à Psicanálise* (1916) e no capítulo VIII do *Compêndio de Psicanálise* (1938). Além disso, o conceito aparece de forma sucinta em outros textos dispersos. No mais, há dois casos relatados de fetichismo em reuniões da Sociedade de Psicanálise de Viena, pronunciadas por Freud, que datam de 1909 e 1914. Todavia, pode-se notar que o conceito de fetichismo é muito importante para a teoria freudiana por pelo menos três motivos:

[1] O fetichismo confirma o papel do complexo de castração, pressuposto fundamental para consistência da teoria da sexualidade freudiana.

[2] A constatação de que o fetichismo comprova a força que uma crença possui como resistência do processo de cura, mesmo que a pessoa acometida tenha consciência dessa crença. Ou seja, a relação entre crença e conhecimento não é tão simples quanto se imaginou, sugerindo que entre ambas há uma dissociação.

[3] O fetichismo proporciona um conhecimento do processo funcional da mente do Eu moderno denominado de clivagem (*Spaltung*).

Freud recebeu o conceito de fetichismo de uma vertente originária da antropologia de sua época que possuía, por sua vez, um sentido muito ligado ao evolucionismo, correlacionando a criança ao primitivo e o fetiche ao “deus incorpóreo” do selvagem. No entanto, essa recepção freudiana descartou um certo teor de inferiorização e etnocentrismo, tão típico da antropologia do século XVIII, no qual o conceito se originou.

Num primeiro momento da teoria freudiana, o fetichismo possuía o seguinte sentido: o substituto de uma parte do corpo que mantém uma relação com a pessoa sexual. Esse substituto seria sempre uma superestimação do objeto, que em grau equilibrado existe em qualquer forma amorosa, tornando-se patológica apenas quando a fixação no objeto se dá por intermédio de uma libido infantilizada. Mais tarde, Freud identifica o modo de fetiche com as perversões, demonstrando que o fetiche é portador de todos os outros objetos, ou seja, o fetiche é a uma reatualização de uma lembrança precocemente recalçada.

Mas só em 1923, com a introdução do termo “renegação”, Freud postulou uma concepção que levaria ao artigo de 1927, entendendo “o fetichismo como a coexistência de uma recusa da percepção da ausência do pênis na mulher com um reconhecimento da falta, levando a uma clivagem permanente do eu e à fabricação do fetiche como substituto do órgão faltante”.⁶ Freud usou o seguinte exemplo para ilustrar sua explicação: um homem possuía um fetiche de usar um suporte pubiano tal como uma sunga. Ele escondia os órgãos genitais, mascarando a diferença sexual. A interpretação de Freud para esse fetiche é que o ato desse homem revelaria que o fetichista encontra prazer na situação da mulher ser ao mesmo tempo castrada e não castrada, e do homem também poder ser castrado. Freud concluiu que a criação do fetiche revelaria a intenção de destruir a prova de castração com o intuito de escapar da angústia dessa castração. Depois dessa postulação, o fetichismo torna-se, na teoria freudiana, um paradigma da perversão em geral.

6 ROUDINESCO, 1998, ps. 235-237.

III

A elaboração do conceito de fetichismo marxiano, juntamente com elementos do fetichismo freudiano, foi feita por Adorno no *O Fetichismo da Música e a Regressão da Audição*, em 1938, formulado em fetichismo da mercadoria cultural. No entanto, a novidade crítica que Adorno e Horkheimer dão ao fetichismo, em 1947, na *Dialética do Esclarecimento* - como já foi mencionado - é relacioná-lo como manifestação do aparato da indústria cultural. Digno de nota é a concepção de indústria cultural, que nunca é demais salientar, esclarecida pela citação de Rodrigo Duarte:

Tal denominação [Indústria Cultural] evoca a idéia [sic], intencionalmente polêmica, de que a cultura deixou de ser uma decorrência espontânea da condição humana, na qual se expressaram tradicionalmente, em termos estéticos, seus anseios e projeções mais recônditos, para se tornar mais um campo de exploração econômica, administrado de cima para baixo e voltado apenas para os objetivos supramencionados de produzir lucros e de garantir adesão ao sistema capitalista por parte do público (DUARTE, 2007, p. 9).

Na leitura da *Dialética do Esclarecimento*, evidencia-se que, menos do que uma recepção do conceito marxiano, há uma ampliação do fetichismo de forma originalmente crítica e atual. Para provar essa ampliação, usarei uma estratégia de interpretação, dividindo o fetichismo da mercadoria cultural em dois aspectos: um de caráter “objetivo” e outro de caráter “subjetivo”. Essa separação entre polos opostos na caracterização do fetichismo é observado no texto de Adorno *O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição*, em que é dividido em duas partes: no âmbito “objetivo” referiria ao fetichismo da música ou na produção; e no âmbito “subjetivo” referiria à regressão auditiva ou no consumo. No entanto, ambas as partes, produção e consumo, estão reciprocamente conectadas em nexo causal, formando lados opostos da mesma moeda do fetichismo, isto é, a audição regressiva relaciona-se à produção pela difusão ou mais precisamente como a manipulação pela propaganda, devido ao fato do consumidor não possuir mecanismos de reação contra o fetichismo.

Sobre o caráter “objetivo” do fetichismo, ele evidencia-se pelo modo como valor de uso do bem cultural configura-se: ele não

possui uma utilidade externa ao ato de consumir, pois a sua utilidade se dá nesse próprio ato. O que se processa no fetichismo da mercadoria cultural é a reversão dessa utilidade essencialmente interna do bem cultural em uma utilidade externa, configurando-se numa utilidade “falsa” de não ter utilidade. Esse modo de utilidade interna do bem cultural de configurar-se poderia ser um fator de rebeldia a sua mercantilização, porém o fetichismo torna-se mais sofisticado, manipulando esse valor de uso. Assim, o aspecto “objetivo” do fetichismo comportam-se de várias maneiras na produção do bem cultural com intuito único de manipulação do seu valor de uso, que essencialmente é de utilidade interna, para uma utilidade externa, salvaguardando seu valor de troca como mercadoria. Como declara Rodrigo Duarte:

No bem cultural a suposta ausência de valor de uso (que, na verdade, é valor de uso mediatizado) é hipostasiada no sentido de se transformar, ela própria, em valor de uso: a presumida inutilidade como emblema, que, em vez de subverter o caráter mercantil do produto, acaba por reforçar o caráter de valor de troca que ele, em uma sociedade capitalista, necessariamente possui (DUARTE, 2007, p.33).

Com efeito, pelo fato do fetichismo da mercadoria cultural na *Dialética do Esclarecimento* comporta-se de várias maneiras em seus aspectos “objetivos”, mencionaremos apenas alguns desses aspectos, a título de exemplaridade, como: [1] o aperfeiçoamento da mercadoria pela técnica em detrimento do conteúdo. Aqui talvez a grande crítica dos autores a Benjamin por pensar que o cinema possuía um caráter artístico progressivo e emancipatório pela reprodutibilidade técnica, porém essa técnica se deu de forma externa ao conteúdo do cinema. [2] o *conspicuous production* ou a produção com intuito de ostentar, dissimulando os valores objetivos dos produtos. Os bens culturais são feitos de maneira que a ostentação em consumi-los seja mais importante do que o próprio ato de consumir. [3] Os *gadgets*, particularizando mercadorias quase idênticas e tornando a inutilidade de consumo de um produto sua própria finalidade. [4] A necessidade retroativa ou a necessidade de consumo “produzida” pela própria mercadoria, padronizando os bens como pretense resultado das “necessidades” dos consumidores assim aceitos sem resistência.

Quanto ao caráter “subjetivo”, por sua vez, nota-se que o fetichismo da mercadoria cultural não está vinculado tão-somente aos objetos mercadorias, mas também a um modo de condicionamento da psique. Isto é, o processo ideológico de uma pseudo-humanização de objetos inanimados teria como contrapartida a coisificação dos sujeitos, servindo, eles, tão-somente como “apêndices da produção” e, conseqüentemente, objetivando suas relações intersubjetivas. Ou seja, o ser humano torna-se fungível tal como a mercadoria o é. O processo de coisificação do sujeito é a própria formação (*Bildung*) degenerada do “ser genérico” (termo precioso aos desígnios dos hegelianos de esquerda) em sua forma malograda, ocasionando a “semi-formação” da pseudo-individualidade:

As mais íntimas reações das pessoas estão tão completamente reificadas para elas próprias que a idéia [*sic*] de algo peculiar a elas só perdura na mais extrema abstração: *personality* significa para elas pouco mais do que possuir dentes deslumbrantemente brancos e estar livres do suor nas axilas e das emoções. Eis aí o triunfo da publicidade na Indústria Cultural, a mimese compulsiva dos consumidores, pela qual se identificam às mercadorias culturais que eles, ao mesmo tempo, decifram muito bem (ADORNO/HORKHEIMER, 1985, p.156).

A constatação mais contundente que se encontra na *Dialética do Esclarecimento* sobre o condicionamento da psique se dá na presença do uso do termo kantiano denominado esquematismo:

A função que o esquematismo kantiano atribuía ao sujeito, a saber, referir de antemão a multiplicidade sensível aos conceitos fundamentais, é tomada ao sujeito pela indústria. O esquematismo é o primeiro serviço prestado por ela ao cliente (ADORNO/HORKHEIMER, 1985, p.156).

O esquematismo é um termo usado na *Crítica da Razão Pura* (1781) para designar o modo como se processa a cognição humana amparada por duas faculdades de naturezas diferentes, a sensibilidade e o entendimento. A primeira se faz pelas intuições puras de tempo e espaço, sendo por natureza sensível; a segunda pelo conceitos puros, sendo por natureza discursivas. Como que o modo de cognição humana faz para efetivar o processo de conhecimento,

combinando duas faculdades de naturezas distintas, ou seja, como fazer para ligar o sensível, a experiência e o inteligível, o conceito? Cabe ao esquematismo, amparado pela faculdade da imaginação, fazer essa tarefa. A preocupação de Kant em apresentar o esquematismo é mais de ordem epistemológica, pois ele está preocupado em responder a questão de como é possível os juízos sintéticos a priori na matemática. Os juízos sintéticos a priori representam bem essa tentativa de ligação entre conceito e experiência, pois os juízos sintéticos estão no plano da matéria, do sensível, como referência no real; e o *a priori*, está no plano da forma, do inteligível, sem referência no real. No entanto, alguns comentadores de Kant entendem que o sentido do esquematismo kantiano pode ser referendado como um sentido de cognição mais ordinária, que, talvez, seja a concepção mais próxima que Horkheimer e Adorno tinham intenção de usá-la.

IV

Além dessa patente ampliação do conceito de fetichismo por parte de Adorno e Horkheimer, tanto no que se refere aos sugeridos aspectos “objetivos” e “subjetivos”, outra constatação dessa ampliação é demonstrada pelo fato dos autores trazerem novos tipos de abordagens, quando eles tratam de assuntos sobre a Arte. Um desses assuntos surge pela relação que os autores fazem entre os termos fetichismo e finalidade sem fim ou conformidade a fins sem fim (*Zweckmässigkeit ohne Zweck*). Esse último termo foi cunhado na *Crítica da Faculdade de Julgar* (1790) de Immanuel Kant vinculado à ideia de autonomia absoluta da Arte. Como salienta Duarte e Figueiredo:

O outro aspecto – presente apenas na obra de arte, não na mercadoria cultural – diz respeito à mencionada autonomia, a qual teve uma de suas formulações mais enfática na *Crítica da Faculdade de Julgar*, onde, pela reflexão subjetiva ocorrida a partir da simples apreensão do objeto, pode-se definir a finalidade da coisa bela como apenas virtual, subvertendo-se o princípio básico da sociedade burguesa que é a troca fundamentada no valor de uso, i.e., na finalidade real, econômica, dos objetos (DUARTE & FIGUEIREDO, 1999, p. 46).

Um dos aspectos mais relevantes para se caracterizar uma obra de Arte é sua autonomia perante uma utilidade exterior a ela. Sob o ponto de vista de muitos estudiosos, quando Kant afirma que o juízo estético puro se efetiva pelo prazer desinteressado, pois não tem um conceito como finalidade, Kant está postulando o paradigma da autonomia absoluta da Arte, rompendo com toda uma estética até então vigente, no século XVIII, que relacionava a Arte com a moralidade ou com a utilidade:

No ajuizamento de uma beleza livre (segundo a mera forma), o juízo de gosto é puro. Não é pressuposto nenhum conceito de qualquer fim, para o qual o múltiplo deva servir ao objeto dado e o qual este último deva representar, mediante o que unicamente seria limitada da faculdade da imaginação, que na observação da figura por assim dizer joga (KANT, 2002, p. 75).

Desde então, a Arte teria que passar pelo crivo desse paradigma, recepcionando-o de forma aceitável ou de forma crítica. No caso das mercadorias culturais, esse paradigma é simplesmente desprezado pela utilidade a que elas se destinam como produtos culturais feitos pela indústria: a utilidade destinada para fins de lucro ou de valor de troca. Como consta na *Dialética do Esclarecimento*: “O princípio da estética idealista, a finalidade sem fim, é a inversão do esquema a que obedece socialmente a arte burguesa: a falta de finalidade para os fins determinados pelo mercado”⁷. Como aponta Rodrigo Duarte sobre essa inversão, no trecho supramencionado, conectando os termos fetichismo e finalidade sem fim:

E dessa inversão que advém o fetichismo na mercadoria cultural propriamente dito, i. e., a invasão do valor de troca num construto que originalmente se primava pelo fornecimento de um valor de uso *sui generis*: a experiência de algo que, mesmo possuindo uma indispensável materialidade, portanto, certo tipo de utilidade, anunciava a possibilidade de um mundo não dominado pela ditadura da utilidade (DUARTE & FIGUEIREDO, 1999, p. 46).

⁷ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 148.

Embora a *Dialética do Esclarecimento* tenha sido escrita a quatro mãos, os aspectos estéticos que se encontram nela estão muito conectados ao pensamento de Adorno, que posteriormente se ateuve mais ao assunto sobre Arte. Desse modo, é bom salientar que no caso de Adorno, ele postulou, além do elemento autonomia absoluta da Arte, um outro elemento também como paradigma estético, a saber, a Arte como refração da sociedade. Pode-se afirmar que a teoria estética de Adorno difere-se tanto de uma estética idealista, aos moldes de uma “Arte pela Arte”; como de uma estética materialista, aos moldes da estética “panfletária” ou marxista ortodoxa. Em Adorno, a autonomia e heteronomia da Arte tencionam-se num jogo dialético e o modo como esses elementos articulam-se em sua estética é um pouco mais complexo do que está sugerido no presente trabalho. No entanto, o intuito principal aqui é apenas enfatizar o elemento de autonomia da Arte pela aproximação do termo finalidade sem fim ao termo indústria cultural. Assim, se feita essa aproximação de forma satisfatória, já se garante uma compreensão razoável sobre um aspecto importante da estética na *Dialética do Esclarecimento*, mais um vez salientada: a difusão e elaboração dos produtos artísticos no Capitalismo Tardio.

No que concerne ao termo conformidade a fins, ele é um conceito importante desenvolvido sobretudo na *Crítica da Faculdade de Julgar* vinculada à explicação dos juízos estético e teleológico, porém, ele é mencionado de forma breve em poucos trechos da *Crítica da Razão Pura* como “conformidade a fins da natureza”, tendo o sentido vinculado a uma explicação por razões naturais e segundo leis naturais. Na *Crítica da Faculdade de Julgar*, há duas definições de conformidade a fins que estão conectadas à ideia de *causa finalis*, expressando-se num sentido de finalidade formal. A primeira definição elabora uma conformidade a fins subjetiva pelo uso do conceito de fim como “o conceito de um objeto, na medida em que ele ao mesmo tempo contém o fundamento da efetividade deste objeto”⁸, expressando-se numa conformidade a fins (*Zweckmässigkeit*) que é “o acordo de uma coisa com aquela constituição das coisas que somente é possível segundo fins”⁹. A segunda definição, por sua vez, elabora uma conformidade a fins objetiva da natureza pelo uso do conceito de fim como “o objeto de um conceito, na medida em que este for considerado como a causa daquele (o fundamento real de sua

8KANT, 2002, p. 24.

9KANT, 2002, p. 24.

possibilidade)”¹⁰, expressando-se numa conformidade a fins como “a causalidade de um conceito com respeito a seu *objeto*”¹¹. Com efeito, a conformidade objetiva é casual, pois realiza um fim; e a conformidade subjetiva é a faculdade de julgar distinguindo a possibilidade de um fim. Diante disso, pode-se entender o ponto que Kant diferenciou-se das estéticas predominante no século XVIII, pois essas fundamentavam a Arte numa finalidade objetiva tanto exterior, pela utilidade e a apazibilidade que o objeto perfaz, como interior, pelo critério de perfeição que o objeto de Arte possuiria. Para Kant, o juízo estético, diferentemente, basear-se-ia na conformidade a fins subjetiva da natureza, nesse termo paradoxal denominado de conformidade a fins sem fim pela acomodação da forma com a harmonia subjetiva da imaginação e do entendimento. Além disso, haveria uma consciência dessa finalidade que seria o “próprio prazer” da harmonia nas duas faculdades.

Outro assunto que está ligado ao termo conformidade a fins é o sentido dos juízos explicado por Kant na *Crítica da Faculdade de Julgar*. Interessante notar que nesta obra o autor dá um enfoque diferente aos juízos, explicando-os mais pelos processos da faculdade de julgar e menos pela subsunção. A faculdade de julgar, aponta Kant, é entendida por “pensar o particular como contido no universal”, estabelecendo, por conta disso, uma diferença entre juízos determinantes e juízos reflexivos. Assim, nos juízos determinantes, o universal (a regra, o princípio ou a lei) é dado e o juízo para efetivar-se necessita apenas subordiná-lo ao particular. Por sua vez, no juízo reflexivo, o particular é dado e o universal tem que ser buscado pela reflexão do sujeito de forma personalíssima e intransferível. O juízo determinante é subsuntivo e não-autônomo, ou seja, ele não tem uma necessidade de criar uma lei para orientar-se, conectando o particular ao universal, pois já lhe é dado uma lei ou um conceito como princípio. Os exemplos de juízos determinantes são os juízos teóricos da *Crítica da Razão Pura*, em que os conceitos do entendimento são as leis que subsumem os particulares pelo esquematismo e pelos princípios. Por outro lado, o juízo reflexivo, que caminha de um particular ao universal, necessita de um princípio, só que esse princípio não pode ser universal porque seria um juízo determinante, baseado na causalidade. Isto é, o que o caracteriza é sua autonomia em

10KANT, 2002, p. 11.

11KANT, 2002, p. 11.

propor a si mesmo um princípio reflexivo da “finalidade da natureza”. Os exemplos de juízos reflexivos, que estão relacionados à faculdade da imaginação, são os juízos teleológicos reflexivos e os juízos estéticos reflexivos, ambos usados como temas na *Crítica da Faculdade de Julgar*.

O processo de funcionamento dos juízos reflexivos, tanto dos juízos teleológicos como os estéticos, requer uma combinação harmoniosa entre a representação da imaginação e a representação do conceito, conectando assim as faculdades da imaginação e do entendimento. Se no juízo reflexivo só o particular é dado e o universal precisar ser procurado, essa procura pelo universal é feita pelo próprio sujeito num “livre jogo” da imaginação e o entendimento sem pré-determinação de nenhum conceito. Consequentemente, essa procura proporciona ao sujeito uma experiência pela harmonia que anima e vivifica as faculdades, ocasionando um sentimento de prazer: o próprio prazer estético ou a experiência da beleza. Essa experiência do sujeito feita sem a determinação prévia objetiva ou de um conceito determinante que a caracteriza como subjetiva. Além disso, por ser feita pela harmonia entre a imaginação e o entendimento, tal processo é essencial para ambas faculdades, pois se não fosse, esse processo não as caracterizaria como faculdades humanas, logo universais. O prazer estético efetiva-se como um processo subjetivo e universal, por isso comunicável universalmente.

Sob esse processo de funcionamento do juízo reflexivo, há um pressuposto de que somos seres sociáveis, possuindo o prazer de nos comunicarmos uns com os outros, pois, conjuntamente com o prazer pela vivacidade feita da harmonia do entendimento e da imaginação, há também o prazer de sociabilidade em compartilhar o prazer de ter sensações universalmente comunicáveis. Esse pressuposto torna-se evidente com o termo usado por Kant na *Crítica da Faculdade de Julgar* denominado *sensus communis*: “[...] digo que o gosto com maior direito que o são-entendimento pode ser chamado de *sensus communis*; e que a faculdade de juízo estética, antes que a intelectual, pode usar o nome de um sentido comunitário [...]”.¹²

Esse pressuposto deve ser enfatizado aqui pela afirmação de Kant na *Análitica do Belo* sobre o juízo estético. Esse juízo tem que preceder o prazer, se não ele se tornaria apenas agradável e não prazer

12 KANT, 2002, p. 142.

de uma estética pura. Desse modo, pressupõe-se que para o prazer estético efetivar-se é necessário uma reflexão do sujeito consciente desse prazer como validade universal. Ou seja, se admitirmos a um objeto a beleza, nosso ajuizamento só se torna autêntico se admitirmos que outro sujeito possa ter o sentimento de prazer e julgá-lo como um objeto belo. Além disso, que possamos comunicar essa experiência estética num cultivo e numa educação estética, compartilhando-a com outros sujeitos. Assim, o prazer estético vivifica nossa capacidade cognitiva pela harmonia entre o entendimento e a imaginação em cada sujeito de uma forma essencialmente social através de um inter-relacionamento de indivíduos.

Enfim, talvez a aproximação entre os termos indústria cultural e a conformidade a fins sem fim, contribua para entendermos o sentido da afirmação de Adorno de que o objeto belo faz é subverter a possibilidade de sua apropriação econômica pela sua constituição como “finalidade sem fim” através de seu valor de uso *sui generis*. A utilidade da fruição estética não é conforme a fins. O objeto belo não é o efeito de uma utilidade, não tem um conceito que lhe dá causa. Sua utilidade é feita pelo sujeito de maneira intransferível e personalíssima, caracterizando-se assim pela fruição estética num “jogo livre” entre imaginação e entendimento. Podemos pensar o que está problematizado é a própria concepção de sujeito que se caracteriza pelo esforço de uma auto-reflexão, indicando uma universalidade para tal. Digno de nota é a concepção do termo já citado *sensus communis*, que, para Kant, é um pressuposto para o funcionamento de conformidade a fins sem fim, como modelo de negatividade ao fetichismo da mercadoria cultural operado pela indústria cultural:

Por *sensus communis*, porém, se tem que entender a idéia [*sic*] de um sentido comunitário (*gemeinschaftlichen*), isto é, de uma faculdade de ajuizamento que em sua reflexão toma em consideração em pensamento (a priori) o modo de representação de qualquer outro, como que para ater o seu juízo à inteira razão humana e assim escapar à ilusão que, a partir de condições privadas subjetivas – as quais facilmente poderiam ser tomadas por objetivas – teria influência prejudicial sobre o juízo (KANT, 2002, p. 139).

Referências bibliográficas

ADORNO, T. W. & HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Tradução de Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

ADORNO, T. W. “O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição”. Tradução de Luiz João Baraúna. In: *Os Pensadores: Adorno*. São Paulo: Nova Cultural, 1987, pgs 65-108.

_____. *Teoria Estética*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições Setenta, 2006.

BENJAMIN, W. “A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica (2ª versão)”. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. In: *Obras Escolhidas Volume 1: Magia e Técnica, Arte e Política*: São Paulo: Editora Brasiliense, 1996, pgs 165-196.

BOTTOMORE, T. (Org.). *Dicionário do Pensamento Marxista*. Tradução de Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1983.

CAYGILL, Howard. *Dicionário Kant*. Tradução de Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2000.

DUARTE, Rodrigo A. de Paiva. *Adorno, Horkheimer e a Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

_____. “Cognição, Crítica e Utopia: Elementos Estéticos da Dialética do Esclarecimento”. In DUARTE, R. & FIGUEIREDO, V. (Orgs.). *As Luzes da Arte*. Belo Horizonte: Editora Opera Prima, 1999, pgs 25-53.

_____. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.

DURÃO, Fábio & VAZ, Alexandre F. & ZUIN, Antônio (Orgs.) *A Indústria Cultural Hoje*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2008.

KANT, I. *Crítica da Razão Pura* (1ª edição: 1781; 2ª edição: 1787). Tradução e M.P dos Santos e M. F. Morujão. Lisboa: Editora Calouste Gulbenkian, 1989.

KANT, I. *Crítica da Faculdade de Julgar*. Tradução de Valerio Rohden e António Marques. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

MARX, Karl. *O Capital*. Tradução de Reginaldo Sant'Anna. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

_____. *Manuscrtos Econômico -Filosóficos*. Tradução de Jesus Ranieri. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

SAFATLE, Vladimir. *Fetichismo: Colonizar o Outro*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2010.

ROUDINESCO, Elisabeth & PLON, Michael. *Dicionário de Psicanálise*. Tradução de Vera Ribeiro e Lucy Magalhães. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

