

a principal função das tecnologias da comunicação e da informação.

A hegemonia invasiva dessas tecnologias não parece dar lugar a linhas de fuga a exemplo daquela antítese que, no passado, os italianos chamavam de *disgusto*, a reação romântica às doutrinas moralistas da estética, geralmente de base teológica, afins ao domínio político da burguesia. O gosto massivo de agora é imposto pela teodicéia do mercado com o peso inexorável das mídias.

Daí, o imperativo de avaliarmos a extensão e o alcance dessa suposta liberdade de escolha dos gostos que a comunicação e a informação disponibilizam a título de uma democracia dos apetites e das emoções. Esta é a tarefa teórica de Marco Schneider neste valioso trabalho.

Muniz Sodré



Pesquisador do Ibict. Professor do PPGCI-Ibict/UFRJ. Professor do curso de jornalismo e do PPGMC/UFF. Doutor em Comunicação (USP). Pós-doutorado em Estudos Culturais (PACC/UFRJ).



O gosto massivo de agora é imposto pela teodicéia do mercado com o peso inexorável das mídias.

Daí o imperativo de avaliarmos a extensão e o alcance dessa suposta liberdade de escolha dos gostos que a comunicação e a informação disponibilizam a título de uma democracia dos apetites e das emoções. Esta é a tarefa teórica de Marco Schneider neste valioso trabalho.

Muniz Sodré

Quando hablemos y pensemos en el futuro sobre gustos y culturas en la era digital no podremos pasar por alto este libro que está emparentado con lo que yo llamo ética intercultural de la información.

Rafael Capurro

MARCO SCHNEIDER

A DIALÉTICA DO GOSTO: INFORMAÇÃO, MÚSICA E POLÍTICA

MARCO SCHNEIDER

A DIALÉTICA DO GOSTO: INFORMAÇÃO, MÚSICA E POLÍTICA



O gosto preside ao pensamento, bem o sabia Epicuro ao afirmar em sua Carta sobre a felicidade que “o prazer é o nosso bem primeiro e inato”, portanto, “o início e o fim de uma vida feliz”. Em sua doutrina, isso equivale a filosofar. Marco Schneider não se vale diretamente de Epicuro neste excelente *A Dialética do Gosto*, mas indiretamente sim, pois recorre com muita frequência a Karl Marx que, em sua tese de doutorado, sobre a relação entre Epicuro e Demócrito faz o prato da balança pesar mais para o primeiro.

Na visão epicuriana, homem sábio é aquele que “opta pela comida mais saborosa e não pela mais abundante, do mesmo modo que colhe os doces frutos de um tempo bem vivido, ainda que breve”. Marx certamente estaria de acordo, pois dele provém a base teórica para o argumento, desenvolvido por Marco Schneider neste livro, de que “a satisfação das necessidades só importa, do ponto de vista do capital, na medida em que contribui para a valorização do valor. A consequência atual deste imperativo é a abundância de mercadorias, materiais e simbólicas”.

Para chegar a essa conclusão, ao mesmo tempo epicuriana e marxista, Schneider “costura” uma argumentação competente para mostrar o quanto é vital para o capitalismo financeiro, esse mesmo responsável pela pauperização crescente das multidões, “adequar os gostos, de todas as formas possíveis, aos imperativos de reprodução ampliada do capital”. E isto resume, para ele,

A DIALÉTICA
DO GOSTO:
INFORMAÇÃO, MÚSICA E POLÍTICA
MARCO SCHNEIDER

CIRUITO

Copyright © 2015,
Todos os direitos reservados

Coordenação Editorial Fernanda de Mello Gentil
Projeto Gráfico e Capa Ana Paula Oliveira
Revisão Equipe Circuito

Dados Internacionais Para Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Schneider, Marco

A dialética do gosto : informação, música e política / Marco Schneider.
Rio de Janeiro : Editora Circuito, 2015.

Bibliografia.

1. Comunicação 2. Ciência da informação 3. Cultura de massa
4. Política e cultura I. Título.

15-07219

CDD-302.2

Índice para catálogo sistemático

1. Ciências da comunicação : Sociologia 302.2

Editora Circuito LTDA
www.editoracircuito.com.br
Te. 21. 34493902





AGRADECIMENTOS

A Eliezer Schneider (in memoriam), pelo afeto e pelos livros.

A Fanny Feldman Schneider, pela força e pelo apoio.

A Brenda W. N. Schneider, pelas crianças.

A William Dias Braga, pela excelente orientação na graduação e por ter me incentivado a ingressar na carreira acadêmica, que tem sido mais gratificante do que o contrário e paga as contas.

A Ovídio Motta Peixoto, por minha primeira carteira assinada e pela longa parceria.

A Heloísa Buarque de Hollanda e Maria Aparecida Baccega, orientadoras de mestrado e doutorado, e a Heloísa Toller, supervisora de pós-doc, pelas boas críticas e sugestões (principalmente, na ordem, Hall, Gramsci, Williams) e pelo respeito a minha autonomia.

A Maria Immacolata Vassalo de Lopes, pela teoria do método.

A Victor Paro, por ter me ajudado a entender melhor O Capital e pela indicação fundamental da Teoria do Valor de Marx, de Isaak Illich Rubin.

A Ricardo Mussi, por Considerações sobre o marxismo ocidental / Nas trilhas do materialismo histórico, de Perry Anderson, e pelos esclarecimentos eruditos sobre os fundamentos teóricos de História e Consciência de Classe, de Lukács.

A Celso Frederico, pelo seu Dialética e Materialismo, e a Ricardo Antunes, pelo seu Os Sentidos do Trabalho. A ambos, pela indicação da Ontologia do Ser Social, de Lukács, na qualificação do doutorado.

A José Luiz Aidar Prado, pelas provocações na banca de defesa de doutorado (me vi respondendo a uma pergunta sua, sobre teleologia e história, alguns anos depois, bebendo cerveja sozinho em um boteco em Laranjeiras).

A Luiz Eduardo Motta, por ter me emprestado (e presenteado posteriormente, althusseriano que é) sua velha edição parcial da Ontologia de Lukács, alguns anos antes da Boitempo lançar a tradução integral.

A André Pessoa, pela indicação (e empréstimo) de Verdade e Método, de Gadamer, importante para a reflexão de fundo da pesquisa.

Aos colegas do IbiCT e da UFF, pelo cordial acolhimento e interlocução inteligente.

A Leonardo Castro e Marco Bonetti, por compartilharem comigo seu entusiasmo pelo conhecimento sério e sua indignação com a covardia, o embuste, a irrelevância e a tolice.

A Sylvia Moretzsohn, pelos mesmos motivos, mais o apoio em diversas ocasiões.

A Paulo Blank, pelos insights.

Aos novos grandes amigos do IbiCT, Arthur Bezerra, Gustavo Saldanha, Ricardo Pimenta e Sarita Albagli, pelo agradabilíssimo convívio, tão enriquecedor intelectualmente, profissionalmente e existencialmente.

A Ivan Capeller, por mais de três décadas de profícua interlocução e pela generosa revisão crítica dos originais deste livro.

A Muniz Sodré, pelas grandes aulas e pela “orelha”.

A Rafael Capurro, uma das pessoas mais gentis que conheci, pelo aprendizado e pelo prólogo.

A minha editora, Fernanda Gentil, pela competência.

Ao IBICT, pelas condições de trabalho dignas.

A Faperj, pelo financiamento da publicação.

Como os agradecimentos dirigem-se exclusivamente a quem contribuiu mais diretamente com a realização do livro, que os demais colegas, parentes e amigos queridos não se sintam indevidamente desprestigiados.

Para João e Antônio



E vós me dizeis, amigos, que de gostos e sabores não se discute?
Mas a vida inteira é uma discussão de gostos e sabores!
O gosto: é, ao mesmo tempo, peso, balança e pesador; e ai de todo
viventente que quisesse viver sem discutir de peso e balança e pesadores!
(NIETZSCHE, 1986, p. 129)



SUMÁRIO

PRÓLOGO	13
INTRODUÇÃO	35
PARTE I : O Estômago, a fantasia e o espetáculo	49
1. Hipótese para uma genealogia do gosto	49
2. Razão, sensibilidade e alteridade	60
3. Música e fetiche	69
4. A captura do gosto pelo capital	85
5. Estudos culturais na sociedade do espetáculo	97
6. Esboço para uma teoria infocomunicacional da reificação	108
7. Crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura	119
8. A autonomia do consumidor ou a jiboia	131
9. A dimensão ideológica do gosto	148
10. Sociogênese do capital midiático através da música	163
PARTE II: A Dialética do Gosto	199
1. Ética, política e epistemologia	199
2. Ética e dialética	208
3. Fetiche do valor e luta de classes	219
4. A esfinge	230
5. Gosto e (in)consciência de classe	249
6. O pecado da Terra, Lênin e a Microsoft	258
7. Comerás teu pão com o suor da tua face	272
8. A dialética do gosto	285
Posfácio: Por uma pedagogia da autonomia	297
Bibliografia	309
Anexo I	321
Anexo II	323
SOBRE O AUTOR	327



PRÓLOGO

Rafael Capurro

“When *I* use a word,” Humpty Dumpty said, in rather a scornful tone, “it means just what I choose it to mean—neither more nor less.”

“The question is,” said Alice, “whether you *can* make words mean so many different things.” “The question is,” said Humpty Dumpty, “which is to be master—that’s all.[...] “When I make a word do a lot of work like that,” said Humpty Dumpty, “I always pay it extra.” “Oh!” said Alice. She was too much puzzled to make any other remark.” (Carroll 1960, 269-270)

El desarrollo de la tecnología digital en el siglo XXI avanza con gran velocidad e impacto en todos los ámbitos de la vida humana. Estamos en el comienzo de una revolución tecnológica que, por primera vez en la historia de la humanidad, tiene lugar globalmente y en una misma época. El siglo XXI se caracteriza también por una crisis ecológica sin precedentes que nos hace conscientes que la relación hombre-naturaleza como fue pensada en la modernidad, es decir como una estructura jerárquica en la cual los seres humanos se conciben con “dueños y poseedores de la naturaleza” (“maîtres & possesseurs de la Nature”) (Descartes 1996, 62), lleva a un desequilibrio de los procesos naturales con consecuencias dramáticas para la vida humana y no humana en la tierra. Esta concepción tuvo impacto en el desarrollo de una economía capitalista cuya finalidad es la acumulación del capital alcanzando un primer punto culminante con la revolución industrial del siglo XIX, precedida el surgimiento de las grandes potencias modernas basado en la esclavitud, el colonialismo y la explotación no sustentable de las fuentes naturales. Las recientes crisis económicas y financieras a escala mundial hacen evidentes los límites del sistema capitalista el cual es un elemento clave no sólo de sociedades democráticas sino también también de grandes potencias comunistas, ex-comunistas y autocráticas. Con la caída del muro de Berlín y el desmembramiento de la Unión Soviética se pudo pensar por un momento que dichos cambios políticos significaban el fin de la crítica a la economía política.

Pero esto es sólo el deseo fantasmático de un neoliberalismo desenfrenado.

Fue particularmente Karl Marx (1818-1883) quien pensó desde una perspectiva filosóficamente nueva el proceso de explotación económica, política y técnica de la naturaleza y de los trabajadores. El trabajo tiene como objetivo la transformación de la materia prima para la producción de cosas útiles. Estas tienen su valor de uso (“Gebrauchswert”) en la vida diaria, el cual se transforma en valor de cambio (“Tauschwert”) en el momento en que dichas cosas son vistas desde la perspectiva de trueque, es decir, como mercaderías. Este proceso fue analizado por los clásicos de la Economía Política como Adam Smith (1723-1790) y David Ricardo (1772-1823). Esta teoría interpretaba a los fenómenos de la producción industrial, del intercambio de mercaderías y de la acumulación del capital sin tener en cuenta las relaciones sociales de explotación del trabajo y del trabajador inherentes, de acuerdo a Marx, a la economía capitalista. A esto se suma en el siglo XX la dependencia de las grandes potencias políticas democráticas y no democráticas del “complejo industrial-militar” por citar la famosa expresión de Dwight D. Eisenhower (1890-1969) a la que habría que añadir ahora el término digital (Eisenhower 1961). El proceso de la economía de producción capitalista se acelera con las tecnologías digitales llegando a la situación actual en la cual el capital y el poder político tienen un instrumento universal y objetivo con lo que se suele llamar *big data*, es decir con la acumulación de datos digitales originados en todas las esferas de la vida. Este proceso de socialización digital da lugar a un tipo de *ciudadanía global* que se asemeja a los ideales cosmopolitas de la Ilustración así como a diversas formas de internacionalismo una de las cuales fue justamente la revolución proletaria internacional difundida por Karl Marx y Friedrich Engels (1820-1895) en el “Manifiesto del Partido Comunista” en 1848.

Para Marx, a diferencia de Aristóteles, el ser humano no es un “animal político” (“zoon politikon”), sino “un animal social” (“ein gesellschaftliches Tier”) (Marx 2009, 314) al que el capitalismo ha convertido en un mero *animal laborans* sin apenas dejarle tiempo para gustar de la vida y de los frutos de su trabajo. Incluso el uso de las máquinas en el proceso de producción sirve, escribe Marx, para alargar y no para acortar el tiempo de trabajo o para que algunos individuos puedan desarrollarse como verdaderos seres humanos a costa de muchos otros (Marx 2009, 389). A esta concepción del ser humano como sujeto *al* tiempo del trabajo asalariado en el sistema capitalista de producción y no como sujeto *del* tiempo, es decir, como actor autónomo de su vida, subyace

una diferencia entre tiempo homologizado o “vulgar” entendido como mera sucesión de ‘ahoras’ y tiempo tridimensional (pasado, presente y futuro) como la analiza Martin Heidegger en “Ser y tiempo” (Heidegger 1976, 372ss). La concepción homogeneizante del tiempo corresponde a la del trabajador sujeto *al* trabajo asalariado. Cuando esta predomina, la vida humana, siguiendo la crítica de Marx, pierde su dimensión tridimensional y con ella la posibilidad del sujeto de tener tiempo libre para confrontarse con su pasado y su futuro y devenir así autor de su vida. El trabajo asalariado basado en el tiempo homogeneizante impide no sólo poder gustar de los productos del trabajo sino también de poder vivir con los otros la temporalidad originaria tridimensional compartiendo las cosas en un mundo común lo que significa más que el mero uso de las cosas como herramientas. Marx critica a la concepción “yankee” (“Yankeetum”) de Benjamin Franklin (1706-1790) del hombre como “inventor de herramientas” (“Werkzeugmacher”). El ser humano es para Marx un “animal social” (“gesellschaftliches Tier”) (Marx 2009, 314), sujeto *de* su vida, es decir del proceso social e histórico que lo ha transformado de un inventor de herramientas a un estar sujetado *a* ellas las cuales son, a su vez, medios de producción para el incremento del capital.

Una diferencia actual con respecto a la explotación capitalista del trabajador del siglo XIX es que los usuarios o mejor dicho los *consumidores* de los productos digitales aportan libremente sus datos personales y no se consideran en su mayoría como siendo objeto de explotación por lo menos hasta el momento en que son conscientes de ser observados y manipulados de diversas maneras no sólo por las grandes compañías sino también por el poder político. Julian Assange (1971-) y Edward Snowden (1983-), por nombrar dos prominentes alertadores de estos fenómenos, han hecho público esto último a lo cual se suman, por ejemplo, numerosos casos de ‘des-cubrimientos’ de evasiones fiscales con cifras de capital astronómicas acumulado por sujetos de países con muy diversos tipos de sistemas políticos. Tanto la acumulación del capital en base a la explotación creciente no sustentable de los recursos naturales y a un *outsourcing*, es decir, a un traslado del trabajo humano a sociedades de bajo costo laboral tienen al sustrato digital como fundamento de los procesos y los medios de producción. La explotación del trabajo humano y de los recursos naturales y la subordinación del “valor de uso” al “valor de cambio” es algo que Marx no se cansó de criticar. Vivimos en el contexto de lo que llamo *ontología digital*, es decir, de una visión del mundo desde la perspectiva de su digitabilidad a

diferencia de su *materialidad e idealidad* como la pensaba la filosofía del siglo XIX. Las cosas en cuanto instrumentos destinados a satisfacer las necesidades de la vida humana así como su transformación en mercaderías con un valor de cambio están condicionadas por su creación, producción, distribución y uso en la sociedad de la información basada en el capitalismo. Para comprender el mundo en que vivimos es ineludible replantear la crítica marxiana a la economía política en la era digital, crítica que tiene como hilo conductor *la pregunta por el poder* y su relación con *la pregunta por el ser*. Política, economía y ontología son co-originarias. Este replanteo debe tener en cuenta, además, tanto las nuevas realidades del poder económico y político condicionadas por la técnica digital así como las experiencias, buenas, menos buenas y malas que hicieron aquellos que interpretaron la obra de Karl Marx y sus seguidores no como un pensamiento vivo sino como una doctrina, haciendo del pensar marxiano un pensar marxista.

El actual renacimiento del pensar marxiano, como se manifiesta en el libro de Marco Schneider, no es una revancha o una moda académica, sino que surge del enfrentamiento con los desafíos sociales de la era digital. Cuando pensamos hoy en los efectos del poder político y económico sobre la explotación del trabajador lo hacemos con una referencia explícita a su impacto en el sustrato material de la vida humana y no humana, es decir desde una perspectiva ecológica. Por otro lado, la sociedad de clases del siglo XIX no es la misma que la complejo mundo del siglo XXI con sus luchas culturales y religiosas diferentes a las que se vió confrontado Karl Marx. Tal vez sea así que la crítica a la religión como “opio del pueblo” tenga que ser repensada desde el punto de vista de una crítica tanto a los medios de comunicación de masas como a los nuevos medios digitales interactivos basados en internet. Una tarea a la que el libro de Marco Schneider hace aportes importantes. ¿Hasta qué punto la “superación de la modernidad” llamada por José Ortega y Gasset (1883-1955) “el tema de nuestro tiempo” (Ortega 1955) desemboca en la actual sociedad de la comunicación digital global? La crítica a la “industria de la cultura” (“Kulturindustrie”) de Max Horkheimer (1895-1973) y Theodor W. Adorno (1903-1969) y sus sucesores de la *Escuela de Frankfurt* hasta Jürgen Habermas (1929-), ponen de manifiesto la necesidad de repensar tanto las respuestas de Marx a los fenómenos sociales y económicos de su época como los subsiguientes intentos de replantear la pregunta por el poder que se mostraba y se muestra como siendo inseparable de las estructuras y medios de comunicación. ¿Estamos en camino a una *ilustración digital* o necesita esta de una “dialéctica

de la ilustración” (“Dialektik der Aufklärung”) como la pensaron Horkheimer y Adorno (Horkheimer y Adorno 1971)? Al replantear el pensamiento de Marx en la era digital no se tiene que olvidar las experiencias históricas traumatizantes y sin precedentes en su brutalidad de los regímenes dictatoriales tanto fascistas como comunistas del siglo XX – “los hijos terribles de la modernidad” (Sloterdijk 2014) – y las actuales guerras asimétricas con sus ideologías, así como las guerras e intervenciones hegemónicas también por parte de naciones democráticas en nombre de principios éticos universales utilizados como instrumentos para intereses particulares. ¿“Cómo vivir juntos” (Barthes 2002) siete mil millones de seres humanos en este recién comenzado y ya turbulento siglo XXI?

Este libro que el lector tiene en sus manos es una invitación para repensar estos temas a los que, dejándome inspirar por el título “La dialéctica del gusto”, quisiera que el lector pregustara conmigo, como *amuse-gueule*, algunas ideas entrelazadas con las líneas de pensamiento de Marco Schneider, en torno a tres temas: valor, gusto e información. No pretendo presentar en este prólogo un resumen del libro, cosa que hace el autor mismo en la introducción, sino tentar al lector para que le vaya tomando el gusto al menú del autor, con lentitud y saboreando algunas cosas que puedan despertar su curiosidad para gustarlas en la forma original como las presenta Marco Schneider. La “dialéctica del gusto” gira para el autor en torno a “información, música y política”. Esto parece indicar que la música es la mediadora dialéctica entre los dos polos y la pregunta surge entonces si esta mediadora que vale, *pars pro toto*, para todo el ámbito de la cultura, está sometida a ellos y, si es este el caso, en qué medida y con qué posibilidades de cambiar esta situación. Podemos pensar a la música como el medio donde confluyen gusto y razón, vibraciones corporales y estructuras matemáticas y por medio del cual nos experimentamos, si bien transitoriamente, como viviendo juntos con gustos diferentes. La música nos permite un enlace entre el sustrato natural y su percepción sensorial, las estructuras matemáticas y la frágil libertad humana. Tal vez sea por su intermedio que podamos pensar y realizar nuevas formas de vida en común en las que se conjugan más libremente en forma de juego y no sólo de lucha, la información y la política en vez de verla o, mejor dicho, de oírla, sometida por la interacción dialéctica entre estos dos polos. Marco Schneider quiere devolver al sujeto musical, informacional y político algo de su autonomía cuya pérdida se vuelve casi imperceptible en la era digital. Tanto Marx como el autor de este libro hacen explícita esta pérdida *como* pérdida. Leamos a Marco Schneider:

“Como Marx e Engels bem o disseram no *Manifesto Comunista*, o capitalismo liberou forças produtivas como nenhum outro período histórico. Contraditoriamente, o fez às custas de gradual alienação da autonomia dos produtores, em nosso caso dos músicos, apesar da maior autonomia que possa ter propiciado à maioria deles em seus primeiros estágios de desenvolvimento, em comparação aos constrangimentos anteriores, e a alguns deles em todos os momentos – assim como o servo feudal e o artesão transformaram-se em trabalhadores assalariados “livres”, o músico “criado de libre” libertou-se da corte, mas somente para submeter-se gradualmente ao capital.” (p. 143)

Algunos de sus diagnósticos muestran, implícita o explícitamente que existen formas negativas de autonomía como las que indiqué al comienzo respecto al sujeto moderno con su ambiciones de dominio sobre la naturaleza así como formas positivas de heteronomía cuando, por ejemplo, el sujeto se encuentra inmerso en redes comunicacionales donde es al mismo tiempo receptor y actor capaz de responder *sponte sua*, desde sí mismo, a los mensajes de los otros. Esta interactividad fue la gran promesa de la red digital frente a la estructura jerárquica de los medios de comunicación de masas del siglo XX una promesa positiva que se ha ido transformando vertiginosamente en su contrario. Esta transformación es uno de los temas centrales de este libro. Es también a una forma positiva de heteronomía a la que alude Jacques Lacan cuando habla del sujeto como ligado al “objeto a” causa del deseo, un deseo que lo descentra y lo expone *angustiosamente* a lo que no puede dominar pero a lo que puede responder (Lacan 1991, 2004). ¿Para qué sirven las cosas? Marco Schneider escribe:

“Marx refere-se a essas necessidades (alimentarse, habitar, vestir-se etc.), desde as da ordem da natureza (necessidades biológicas, “do estômago”) às da ordem dos costumes (necessidades “espirituais”, isto é, culturais ou simbólicas, “da fantasia”), como determinadas pela interação concreta entre natureza e cultura (pelo “metabolismo do homem com a natureza”), historicamente constituída pelo conjunto dos fatores biológicos, ambientais e dos meios e modos de produção desenvolvidos pelo homem, que implicam em uma ou outra forma de divisão do trabalho e, a partir daí, estabelecem as estratificações sociais, as relações de poder e as cooperações e conflitos correspondentes (a luta de classes).”

El problema surge, para Marx y Marco Schneider, cuando las cosas se convierten en mercaderías dentro del sistema de producción capitalista y cuando el trabajo humano de producción de dichas mercaderías no lleva *en su mayor parte* a dicha satisfacción sino a la explotación del trabajador y de su *tiempo de vida* mediante el “robo” de la plusvalía: “De cierto modo, é a partir desta contradição nuclear que Marx desenvolve sua crítica do capital.”

La transformación de las cosas *como* objetos de uso al modo de ser *como* mercadería es para Marx un punto fundamental de su crítica a la Economía Política. El término clave de dicho pasaje es el concepto de valor de uso pensado por Marco Schneider de una forma muy original *como* gusto. Él escribe:

“O termo ‘gosto’ é aqui pensado como expressão e medida do valor de uso dos bens, materiais e simbólicos, e como substrato sensível das ideologias. Optou-se por empregar a noção de gosto para pensar o problema do valor de uso, porque ela conserva a noção de necessidade e ao mesmo tempo a transcende, pois envolve também os aspectos culturais presentes na atribuição de utilidade a um bem qualquer. ‘Aspectos culturais’ englobam tudo aquilo que é histórico, até certo ponto livre, isto é, arbitrário, por paradoxal que possa parecer: tudo aquilo não totalmente determinado por uma ‘natureza’ para além da história ou de uma escala temporal para além da experiência humana.” (p. 4)

El libro de Marco Schneider es una invitación a repensar el concepto marxiano de valor de uso como gusto. Valoramos positiva o negativamente en base a que algo nos gusta o no y lo hacemos tanto dentro como fuera del contexto económico de intercambio de mercancías. ¿Qué mejor manera de abrirse a la libertad del otro que la de preguntarle ¿te gusta o no te gusta? ¿Y qué peor manera de hacerlo cuando le damos la impresión de que esta pregunta no está sujeta a fines de lucro más o menos encubiertos para hacer del valor de uso de su respuesta un valor de cambio sin incluso pedirle su consentimiento? A este encubrimiento Marco Schneider dedica muchos pasajes de su libro, como por ejemplo:

“Os valores de uso importam então não por sua propriedade de satisfazerem necessidades e desejos, mas como mediadores eficientes da conversão de seu próprio valor de troca em capital, como chamarizes para a troca, isto é, para a realização monetária da mais valia que contém embutida em si. Deu-se, pois, uma inversão, e o gosto tornou-se matéria dessa alquimia

contábil. Boa parte deste livro consiste em uma análise e em uma crítica dessa inversão.” (p. 26)

Lo que aparece como libre mercado, es decir, como la libertad de los individuos de producir y luego comprar y gustar de las mercaderías, se torna en su contrario: lo que gusta o no gusta es un producto de los imperativos económicos de la producción. ¿Qué signo más claro de esta tesis que el botón “Me gusta” de *Facebook*? La formación del gusto es un fenómeno social dependiendo en la sociedad de la información justamente de la ‘in-formación’ de todas las relaciones sociales en la economía digital. Somos entes valorantes si entendemos el concepto de valor no sólo como relacionado la satisfacción de las *necesidades* “del estómago y de la fantasía” (Marx) sino también al *deseo* en sentido Lacaniano. Vista así, la discusión marxiana sobre la plusvalía puede pensarse no desde el punto de vista del valor de cambio como un “falso infinito” (“schlechte Unendlichkeit”) hegeliano o como un proceso de explotación del trabajador y su trabajo en sentido marxiano, sino como una expresión de una dimensión que confronta al sujeto no sólo con sus necesidades sino también con su deseo. Podemos pensar también esta última relación como una *heteronomía positiva* es decir como una forma del ser social por la cual somos conscientes del valor invaluable del ente humano que valora, siendo él mismo invaluable en el sentido de tener meramente un *precio* en el mercado laboral. Kant distingue entre un “valor relativo” (“relativen Wert”) o un “precio” (“Preis”) o “precio de mercado” (“Marktpreis”) y un “valor interno” (“innerer Wert”) al que llama también “dignidad” (“Würde”) (Kant 1974, B 77). Todo lo que tiene un precio es intercambiable, mientras que lo que tiene dignidad no lo es. Salvando esta diferencia fundamental, es interesante observar que en ambos casos Kant habla de valor, es decir sin restringir este concepto a las relaciones de valor de cambio en el mercado. Tanto Marx como Marco Schneider son conscientes de la tergiversación de las relaciones a la que lleva el sistema capitalista cuando instala una jerarquía de gustos en cuya cúspide se ubica el gusto por la acumulación del capital. Una sociedad así organizada, de acuerdo al diagnóstico de Marx, le quita al trabajador no sólo la libertad de uso de los productos de su trabajo por medio de explotación salarial sino también gran parte su tiempo de vida sometándolo si bien no totalmente, como en el caso de la esclavitud, pero sí de forma creciente y, como lo muestra Marco Schneider, en muchos casos velada o camuflada, a la vida asalariada al servicio del capital.

Los dos modos de ser de las cosas *como* “cosas” (“Ding”) o *como* “mercaderías” (“Ware”) producidas artificialmente por el ser humano tienen una correspondencia en la diferencia que hace Heidegger entre el ser de las cosas en su uso *práctico* “a la mano” (“zuhanden”) y su cambio en el momento en que son vistas en su “mero estar ahí” (“vorhanden”), por ejemplo cuando se rompen o cuando faltan (Heidegger 1976, 83ss). Esto tiene lugar, siguiendo a Marx, cuando se transforman en mercaderías entrando en el juego económico de su intercambio en base a dos medios que las homogenizan y universalizan, el dinero y el trabajo. La pregunta a Heidegger desde la crítica a la economía política de Marx es entonces: ¿para quién están las cosas “a la mano”? y ¿quién y bajo qué condiciones puede producirlas? Detengámonos por un instante degustando el pensamiento marxiano sobre el valor relacionándolo con su fuente, Aristóteles. Al comienzo de “El capital” escribe Marx que una “cosa” (“Ding”) puede tener un “valor de uso” (“Gebrauchswert”) sin ser producto del trabajo humano, como es el caso del aire, de las praderas naturales o de la madera del bosque (Marx 2009, 54-55), todas cosas que, doscientos años más tarde, han dejado de ser vistas como independientes del trabajo humano, habiéndose transformado en mercaderías. Marx alude a los productos del trabajo humano como cosas útiles y no como mercaderías, en cuanto que satisfacen una necesidad individual o social pero no vice versa, es decir que una cosa inútil no tiene ningún valor. Algunas páginas más adelante escribe Marx una autocrítica del uso de los conceptos de “valor de uso” (“Gebrauchswert”) y “valor de cambio” (“Tauschwert”). En sentido estricto, indica Marx, sólo podemos hablar de valor en el sentido del ser de las cosas *como* “mercaderías” (“Ware”). El término técnico es “forma de valor” (“Wertform”). Marx escribe que cuando hablamos de las mercaderías como teniendo un valor de uso, es, “hablando en forma precisa” (“genau gesprochen”), “falso” (Marx 2009, 73). “Hablando en forma precisa” entonces, el concepto de valor o la “forma de valor” (“Wertform”) es algo propio de las mercaderías y no de las cosas en su “forma natural” (“Naturalform”) (Marx 2009, 73). Esto presupone también que el ser humano no tiene ni una ni otra “forma de valor”. Marx se apresura a indicar que este doble uso de la palabra valor no es muy importante si uno sabe de qué está hablando y sirve simplemente como una “abreviación” (“Abkürzung”). Hay, por tanto, una forma *común* de hablar de valor con relación a las cosas y a las mercaderías que Marx no considera técnicamente relevante para su teoría cuyo objetivo es pensar la “forma de valor” (“Wertform”) de las cosas en el plano económico, es decir como mercaderías: “Una cosa puede tener valor de uso sin tener valor”

(“Ein Ding kann Gebrauchswert sein, ohne Wert zu sein.”) (Marx 2009, 54) es decir sin tener valor en sentido propio, que es el valor de cambio. Dejo de lado aquí el problema que trae consigo la traducción del alemán “ser” al castellano “tener”. Con esta “abreviación” es Marx mismo quien propone un uso más amplio del concepto de valor el cual podría ser extendido a las relaciones sociales mismas en el sentido de la mutua valoración interpersonal y de la construcción de identidades sostenidas frágilmente, es decir, temporalmente, por tal valoración. De todas maneras, el valor de las cosas no es algo inherente a ellas sino que es una categoría de segundo orden, es decir, que depende del *juego social* en el que las cosas son valoradas, un *juego* que, para Marx, ha perdido su dimensión de libertad o la presenta como camuflada, siendo su verdadera realidad el otro polo posible de las relaciones sociales, es decir, el de *lucha*.

Marx toma de Aristóteles los conceptos de valor de uso y valor de cambio de la “Ética a Nicómaco” así como de la “Política”. En la “Ética a Nicómaco” el contexto es la diferencia entre justicia distributiva y conmutativa (Aristoteles 1962, 1132 b 21ss). ¿Cuál es la “medida” (“meson”) para que podamos decir que una cosa “sea mejor” (“kreitton einai”) que otra (Aristóteles 1962, 1133 a 13)? Una medida, cualitativa, está basada en la capacidad de algo de satisfacer una necesidad y depende de lo que las cosas son “por naturaleza” (“physei”). La otra medida, cuantitativa, es el dinero, que es convencional o “por ley” (“nomo”) y permite la comparación de todas las cosas en vistas a su intercambio. Para Aristóteles “la necesidad” (“chreia”) es el fundamento de la “comunidad humana” (“koinonía”), siendo el dinero su “representante” (“hypallagma”) y la medida de las cosas que, de por sí, son cualitativamente inconmensurables. Sin una medida cuantitativa, escribe Aristóteles, “no hay ni cambio (“allagé”) ni comunidad (“koinonía”)", siendo esta ella “convencional” (“nomo”) y no dependiente de la “naturaleza” (“physei”) de los cosas. De ahí el término dinero (“nomisma”) (Aristóteles 1962, 1133 a 1ss). Para Marx, a diferencia de Aristóteles, no es sólo el dinero sino también el trabajo humano la medida común de conmensurabilidad de las mercaderías y por tanto el fundamento de la comunidad humana, algo que Aristóteles no podía concebir en una sociedad basada en la esclavitud (Marx 2009, 72). Tanto para Marx como para Aristóteles la medida de uso de las cosas es más fundamental que la medida de cambio. El valor de algo reside en su “fuerza” (“kratos”) para satisfacer o no una necesidad. El concepto de valor de uso en Marx equivale al concepto griego de “fuerza”. En la “Política” analiza Aristóteles los dos tipos de “uso” (“chresis”) de lo que se “posee” (“ktema”), siendo uno el uso original o

“propio” (“oikeion”), y el otro el uso en vistas al “cambio” (“allagé”) (Aristóteles 1950, 1257 a ss). Este análisis tiene lugar en un contexto “político” diferente al de la “Ética a Nicómaco”. Aristóteles opone, como lo indica Marx, la “crematística”, es decir, la acumulación del capital, a la “economía”, entendida como la administración de lo necesario para la “casa” (“oikos”) y el “estado” (“polis”) (Marx 2009, 154-155 y 166). Esto le permite a Marx constatar, junto con Aristóteles, que “el movimiento del capital no tiene medida” (“Die Bewegung des Kapitals ist daher maßlos”) ya que no encuentra ninguna necesidad que pueda llegar a satisfacer (Marx 2009, 154). Leamos con este trasfondo lo que escribe Marco Schneider sobre la “política” de Aristóteles:

“[...] se tomamos o termo “política” na acepção que Aristóteles (1991) lhe atribui na *Ética a Nicômaco*, como a arte de administrar a polis para o bem geral, que mal haveria na subordinação da ciência ao bem geral? Quanto à “economía”, entendida como utilização ótima dos recursos disponíveis para atender a necessidades humanas, como oposto de desperdício, que mal haveria em a ciência submeter-se à economia? O problema é sua subordinação à lógica perdulária do capital, que submete o conjunto das atividades humanas (não só a ciência, mas as artes, os costumes, inclusive a política e a economia, na teoria e na prática) ao seu imperativo cego de autoexpansão, o que tem conduzido a consequências extremamente destrutivas, sobretudo a partir do pós-guerra, com o crescimento brutal do complexo industrial militar nas nações mais ricas (e não só nelas), complexo este, aliás, que financia a maior parte da pesquisa acadêmica nos EUA e na Inglaterra (ver Mészáros, 2004, p. 243-300).”

Si las cosas nos gustan originariamente por las necesidades que ellas satisfacen y sólo secundariamente por la posibilidad de cambiarlas en el mercado, resulta que en la era de la información nuestros gustos, los de los productores y de los consumidores, están cada vez más determinados por la industria cultural digital y sus imperativos capitalistas. Sobre este condicionamiento de nuestros gustos por la industria cultural escribe el autor:

“Ora, se, como sugerimos, o gosto é uma formação socialmente mediada, podemos desde já concluir que os donos da indústria cultural detém atualmente a hegemonia dessa mediação. Não que estes senhores conspirem no sentido de impor a todos o seu gosto pessoal, o qual, aliás, pouco interfere

no processo – esse descritério também caracteriza a irracionalidade do modelo: os gostos de todos, inclusive os do próprio capitalista, são subordinados, nas práticas da indústria cultural, aos imperativos da reprodução ampliada do capital.” (p. 29)

Cuando cambia el sentido del ser de las cosas, cambia también el sentido del ser humano. De usuarios nos transformamos en consumidores. Lo que hace posible esta transformación en la sociedad actual son los medios de comunicación, cuya influencia Marco Schneider no la ve como absoluta:

“Não vamos tão longe a ponto de afirmar que vivemos em uma “sociedade estruturada e ambientada pela mídia”. Os dados elencados, porém, retratam o papel crescente desempenhado pelas ITCs [infotelecomunicações] em uma sociedade, sim, ambientada pela mídia, mas (ainda) estruturada pelo capital.” (p. 38)

La industria cultural tiene también sus aspectos positivos como lo indica el autor tomando distancia de la “crítica de la cultura” (“Kulturkritik”) de Horkheimer y Adorno:

“O que deve ser, nos parece, descartado, é a falta de visão de Adorno e Horkheimer para os vetores contrahegemônicos existentes na cultura popular (parcialmente justificável em face da imensa adesão popular ao terror nazista em seu tempo, em grande parte devida ao poder manipulatório do rádio e do cinema sob controle nazista), fora e dentro da indústria cultural, bem como o racionalismo etnocêntrico de Adorno, que aparentemente o tornava incapaz de distinguir determinado jazz de música barata.” (p. 42)

Y más adelante añade:

“Mas só no modo de produção capitalista a troca tornou-se princípio e fim de todas as atividades produtivas, e o valor de uso não somente “dissocia-se do valor de troca”, mas subordina-se a ele, primeiro na esfera da produção, depois na circulação e no consumo (pois só se pode trocar e consumir o que foi produzido).” (p. 44)

¿Podrían ser libres nuestros gustos?

“Sabemos ser inconcebível que algo como gostos individuais “livres e espontâneos” em termos absolutos, e independentes de mediações sociais tenham algum dia existido (ou possam vir a existir), porque 1) a existência de indivíduos isolados é uma impossibilidade prática (ou uma situação excepcional) e 2) “liberdade” e “espontaneidade” são noções necessariamente relativas. Contudo, antes de o modo de produção capitalista ter começado a conquistar a hegemonia global, o ato de se converter o capital investido por um mediador em mais capital jamais constituiu – em nenhuma época ou local, em meio ao variado rol de objetivos sociais que determinaram a produção musical (Attali, 1999) – a finalidade última dessa produção, ou somente de modo marginal e insignificante: a mediação social na formação dos gostos se dava, como hoje, através de um complexo de determinantes culturais, religiosos, etários, de gênero etc., inclusive econômicos (classe ou estrato social), mas jamais foi, até então, determinada em última instância pela necessidade de realização de mais-valia.” (p. 49)

El problema, como lo ve Marco Schneider, no es que no tengamos libertad de elección, sino a “falta de liberdade de escolha disfarçada de liberdade de escolha” (p. 36). El autor describe este “disfraz” de la siguiente manera:

“Vivemos em uma época na qual as sociedades humanas, globalmente interconectadas, têm suas atividades vitais – econômicas, científicas, educacionais, lúdicas etc. – visceralmente vinculadas às ITCs [infotecnologias], cuja notável ubiquidade pode ser facilmente aferida se pensarmos em quanto de nosso tempo, “livre” ou de trabalho, passamos em meio a informação, espetáculo, publicidade, jogos, sistemas de armazenamento, busca e transmissão de dados, desde a mais tenra infância.” (p. 40)

¿Cuál es la consecuencia para un pensador como Marco Schneider? La contraria a la del aforismo *de gustibus non est disputandum*:

“Ancorados no velho clichê “gosto não se discute” (afirmação peremptória que pretendemos discutir), julgamos nossos próprios gostos e juízos de gosto – quando nos damos ao trabalho de elaborá-los em juízos – espontâneos e individuais, fonte autônoma de prazer, reserva de liberdade de escolha, na esfera do consumo, em face das pressões massacrantes da realidade social. Parece, portanto, perda de tempo e desgaste injustificável discuti-los.” (p. 48)

¿Quiénes somos, los humanos, como seres capaces de gustar, en la era digital? La relación que hace Marco Schneider entre el sentido del gusto y la crítica marxiana al valor es un aporte nuevo no sólo al pensar marxiano sino también a una nueva forma de pensar qué es el gusto que tiene una larga tradición (Groulier y Brugère 2004; Stierle, Klein y Schümmer 1974). Pensamos desde el lenguaje. Lo hace Marx cuando reflexiona sobre el concepto de valor. Lo hace Aristóteles como lo vimos anteriormente. Lo hace Wittgenstein con los “juegos del lenguaje” (“Sprachspiele”) (Wittgenstein 1984). Lo hace Heidegger con las etimologías, es decir, entrelazando los usos de las palabras con formas nuevas de pensar. Y lo hace también Marco Schneider cuando coloca esta cita del “Así habló Zaratustra” de Friedrich Nietzsche (1844-1900) como divisa de su libro:

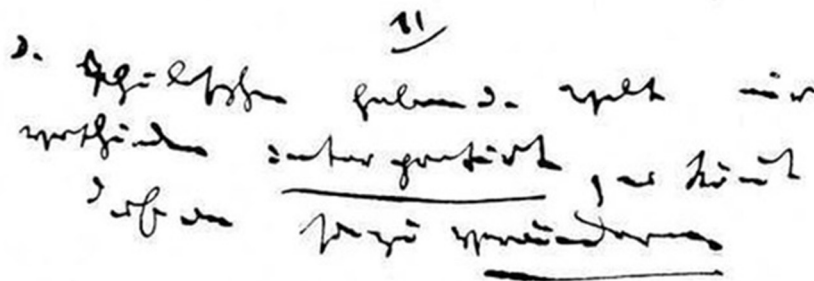
“E vós me dizeis, amigos, que de gostos e sabores não se discute? Mas a vida inteira é uma discussão de gostos e sabores! O gosto: é, ao mesmo tempo, peso, balança e pesador; e ai de todo vivente que quisesse viver sem discutir de peso e balança e pesadores! (NIETZSCHE, 1986, p. 129)“

Este es el texto original en alemán:

„Und ihr sagt mir, Freunde, dass nicht zu streiten sei über Geschmack und Schmecken? Aber alles Leben ist Streit um Geschmack und Geschmack und Schmecken! Geschmack: das ist Gewicht zugleich und Wagschale und Wägender; und wehe allem Lebendigen, das ohne Streit und Gewicht und Wagschale und Wägende leben wollte!“ (Nietzsche 1999, 150-151)

¿Qué sucede cuando traducimos „Geschmack“ como „gusto“? Es lo mismo „gusto“ en portugués que „gusto“ en español o „taste“ en inglés? Filosofía es un juego desde y con el lenguaje, siendo nosotros mismos, nuestro ser-en-el-mundo con los otros, lo que está en juego. El tiempo de este juego es la vida. Para jugar este juego es fundamental aprender a gustar el sabor de las palabras y de la comida, sin olvidar que hay dos mil millones de seres humanos que sufren de hambre. Nietzsche dice que cuando hablamos de „Geschmack“ no lo podemos hacer sin „Streit“ que podríamos traducir como „debate“ o incluso „pelea“, siendo „Streit“ un término menos belicoso que „lucha“ („Kampf“) pero no tan pacífico como „besprechen“ („hablar de algo“) o „erörtern“ („deliberar“ o „examinar“). Marx habla de „lucha de clases“ („Klassenkampf“) y no de „pelea de clases“ („Klassenstreit“). La filosofía precede a la acción, pero no la sustituye, como lo dijo claramente Marx en la tesis XI sobre Feuerbach:

„Die Philosophen haben die Welt nur verschieden interpretiert; es kömmt drauf an, sie zu verändern.“ (Marx 1969) [Los filósofos han sólo interpretado al mundo de diversos modos, se trataría de cambiarlo.]



Original en: http://de.wikipedia.org/wiki/Thesen_%C3%BCber_Feuerbach

Cito la versión original escrita por Marx en 1845. El texto publicado por Friedrich Engels en 1888 tiene dos cambios: en vez de decir „se trataría de“ („es kömmt darauf an“), dice „pero se trata de“ („es kommt aber darauf an“), o sea que hay un cambio del modo subjuntivo al modo presente del verbo „tratar“. Engels añade además un „pero“ que subraya una aparente oposición entre la filosofía como „interpretación“ del mundo y la acción misma. Heidegger cita esta tesis, en la versión original, en una entrevista con Richard Wisser indicando que el texto da la impresión de ser una tesis „decididamente en contra de la filosofía“ („entschieden gegen die Philosophie“), una impresión que corrobora el texto de Engels. En realidad Marx está diciendo que si bien la filosofía (incluyendo la suya) interpreta al mundo de diversas formas, no hay que quedarse allí, sino que habría (!) que pasar a la acción (Wisser 1988, 22). El reproche que le hace Heidegger a Marx de que esta frase es infundada, ya que postula lo que aparentemente niega, es, a su vez, infundado, ya que Marx no está negando la necesidad de una nueva interpretación del mundo a fin de cambiarlo – esto es lo que ha hecho la mayor parte de su vida –, sino que critica una posición cómoda: la de quedarse allí y no pasar a la acción, es decir, ir más allá del juego de lenguaje de la filosofía. En este sentido escribe Marco Schneider si bien citando la versión de Engels de la tesis XI sobre Feuerbach:

“[...] a décima primeira tese sobre Feuerbach – “Os filósofos têm apenas interpretado o mundo de maneiras diferentes; a questão, porém, é transformá-lo” – não é uma negação da filosofia, mas um apelo à implementação de suas grandes conquistas. Uma delas, sem dúvida, no plano moral, é o imperativo categórico kantiano que interdita a conversão do sujeito em objeto (Kant, 2009).” (p. 161)

Cuando digo que la filosofía es un juego desde y en el lenguaje, estoy diciendo que este juego es, como escribe Nietzsche, un “debate” o una “pelea” (“Streit”) sobre “gusto” (“Geschmack”) y “gustar” (“Schmecken”). ¿De qué se trata o se trataría en este juego según Nietzsche? Ni más ni menos que de valoraciones que conciernen no sólo a lo que ponemos en la balanza, o sea lo que valoramos en las cosas cuando las usamos y cuando las vendemos como mercaderías, sino cuando nos colocamos a nosotros mismos y a “todo ser viviente” (“allem Lebendigen”) en la balanza ya que la vida *es* un proceso evaluativo. ¿Qué es el “gosto”? Leamos lo que escribe Marco Schneider:

“Como sabemos, o próprio conceito gosto traz em sua origem etimológica uma cisão interna, entre as noções de sabor e saber, tornados estranhos um ao outro. Além disso, só pode ser compreendido à luz da relação do sujeito (cindido em sujeito sensível e cognoscente) com o objeto degustável, relação esta mediada por um “novo” terceiro elemento, aquele precisamente que cria no primeiro a propensão para o segundo, e que cria o segundo para o primeiro: o mundo, a situação, o contexto, o tempo histórico, a estrutura social, noções que, na atualidade, para fins heurísticos, podem ser sintetizadas no conceito “camada geo-tecnosocial”, “onde” ambos, sujeito e objeto, se situam.” (p. 157-158)

Para Barbara Cassin el gusto es uno de los conceptos que ella llama “intraducibles” (Cassin 2004). ¿Y qué son los conceptos “intraducibles”? Ella lo explica así:

„Parler d’intraduisibles n’implique nullement que les termes en question, ou les expressions, les tours syntaxiques et grammaticaux, ne soient pas traduits et ne puissent pas l’être – l’intraduisible, c’est plutôt ce qu’on ne cesse pas de (ne pas) traduire. Mais cela signale que leur traduction, dans une langue ou dans l’autre, fait problème, au point de susciter parfois un néologisme ou l’imposition d’un nouveau sens sur un vieux mot: c’est un

indice de la manière dont, d'une langue à l'autre, tant les mots que les réseaux conceptuels ne sont pas superposables [...]" (Cassin 2004, xvii-xviii)

Filosofía es, de acuerdo a Barbara Cassin, un juego desde y en el lenguaje que implica aquello que en sus comienzos, particularmente con Platón, se intentó negar, es decir, la sofística (Cassin 1995). El estilo de Marx es a menudo *polémico*, es decir, es un estilo que gusta de un debate claro y directo, irónico o mordaz, sin perder de vista que su objetivo no es sólo un juego de interpretación sobre la posibilidad de cambiar el modo de *interpretar* al ser humano, partiendo de algo que no le gusta y sobre lo que quiere argumentar, sino que dicha interpretación aspira a su realización práctica, lo que supone un querer y *poder* pasar a la acción. Si el juego del lenguaje filosófico, no menos aunque no idéntico al lenguaje científico, tiene una dimensión de "pelea" ("Streit") con respecto a argumentos, teorías, conceptos y palabras, pero muchas veces también con respecto a personas y escuelas, el juego social se caracteriza por tener, a su vez, una dimensión de *juego* y otra de "debate" ("Streit") o "lucha" ("Kampf"), a veces también de "guerra" ("Krieg") entre naciones, partidos, clases, naciones, grupos o intereses personales. Ambos aspectos en ambos campos, el filosófico y el político, pensados en torno al concepto "intraducible" de "gosto", "goût", "Geschmack" o "taste" (Groulier y Brugère 2004) constituyen el trasfondo *problemático* de este libro. ¿Cómo traducir "pólemos" cuando Heráclito escribe: "El 'pólemos' es padre y rey de todo(s), a unos los designa como dioses, a los otros, como hombres; a los unos los hace esclavos, a otros, libres" (Heráclito 1956, Fr. 53)? Si la filosofía, incluyendo la sofística, es un juego interminable de traducción, podemos afirmar, *mutatis mutandis*, que también lo son las "luchas" ("Streit", "Kampf") sociales que giran en el sistema capitalista en torno a la acumulación del capital y en la era de la información en torno a la acumulación de datos digitales. Dicha acumulación permanente de capital y datos digitales se erige por encima de los sujetos de forma tal que ellos tienen la impresión de gustar libremente cuando en realidad se han convertido, con su consentimiento implícito o explícito, no sólo en consumidores sino en una mercadería digital al servicio del capital. De esta "dialéctica del gusto" trata este libro, con todos los matices y debates dentro pero también más allá de la escuela marxiana, que el lector podrá saborear. Seguramente no se le escapará un cierto gusto brasileiro de un pensador cuyo medio dialéctico entre la información y la política es la música con el ritmo de la samba y el carnaval carioca. Cuando hablemos y pensemos en el futuro sobre gustos y culturas en la era digital no

podremos pasar por alto este libro que está emparentado con lo que yo llamo ética intercultural de la información. Le doy la palabra una vez más al autor:

“Uma crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura deve, portanto, confrontar as representações coletivas mediadas pelas ITCs [infotelecomunicações] e a realidade extradiscursiva, tanto nos aspectos e momentos desta última aos quais se referem as informações midiáticas, quanto naqueles aos quais essas mesmas informações deixam de se referir, visando reconhecer os efeitos ideológicos de ambos e identificar os interesses (quais e de quem) em jogo, bem como a correlação de forças envolvida.” (p. 61)

En su comentario al texto de Lewis Carroll que puse al inicio de este prólogo, el filósofo y periodista norteamericano Martin Gardner (1914-2010) cita un artículo de Roger W. Holmes, antiguo profesor de filosofía del Mount Holyoke College (Massachusetts):

“*May we, like Humpty-Dumpty, make our words mean whatever we choose them to mean? One thinks of a Soviet delegate using “democracy” in a U.N. debate. May we pay our words extra, or is this the stuff that propaganda is made of? Do we have an obligation to past usage? In one sense words are our masters, or communication would be impossible. In another we are the masters; otherwise there could be no poetry.*” (Holmes 1959, 137; Carroll 1960, 275)

Como dice Humpty-Dumpty, para hacer que las palabras puedan querer decir *solamente* lo que uno quiere “hay que pagar extra”. Los grandes monopolios digitales en la red han comprendido muy rápidamente, después de aprender las lecciones de los ‘viejos’ medios de comunicación, la lógica inherente a este uso del lenguaje que transforma a los usuarios aparentemente autónomos o ‘auto-parlantes’ en verdaderos autoparlantes para cuyo uso, es decir para el valor de uso de sus datos, los departamentos de marketing tienen que, justamente, pagar extra. El otro polo dialéctico de la relación del ser humano con el lenguaje y por tanto con aquello que nos posibilita vivir juntos, más allá de las relaciones de mercado, reside en nuestra capacidad de participar en diferentes juegos de lenguaje. Uno de ellos consiste en dejarnos decir algo más allá de lo que las palabras significan en su uso diario por la polifonía de sus redes semánticas creadas por

la poesía y la literatura así como por la historia de sus traducciones. Al hacerlo transformamos nuestras formas de ser y de pensar liberando a las palabras de sus sentidos usuales más o menos fijos, pero no como lo hace Humpty-Dumpty basándose en el puro *poder*, sino entretejiendo nuevos sentidos que dan lugar a nuevas formas de ser y de pensar. Es a esta relación entre el decir lo que es o puede ser y el hacer a la que alude Marx en la tesis XI sobre Feuerbach. Ella tiene un origen en la concepción aristotélica de la ética como disciplina filosófica la cual forma parte de la filosofía “política” (“he politiké”) no menos que la “estrategia”, la “economía”, la “retórica” y “las demás ciencias prácticas” (Aristóteles 1962, 1094 b 1-5). La finalidad de la ética no es, escribe Aristóteles, como en el caso de otras ciencias, la teoría misma que nos permite “ver algo críticamente” (“hina skeptómetha”), sino “el mejoramiento de nosotros mismos” (“hin agathoi genómetha”) (Aristóteles 1962, 1103 b 26-28). Si bien uno puede estar contento de poder ayudar a *un* sujeto a que se transforme, es “mucho mejor” (“kállion”) cuando esto sucede con un “pueblo y ciudad-estado” (“ethnei kai pólesin”) (Aristóteles 1962, 1094 a 11). Desde esta perspectiva, tanto “El capital” de Marx como “La dialéctica del gusto” de Marco Schneider son tratados éticos que no se contentan con exponer una teoría sino que aspiran a que los lectores, y no sólo ellos, mejoren sus vidas, individual y socialmente. La definición epistemológica de verdad como *adaequatio intellectus ad rem* cambia cuando la pensamos éticamente como adecuación transformadora de la razón a la vida: *veritas est adaequatio intellectus ad vitam*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARISTÓTELES (1962). *Ethica Nicomachea*. Ed. I. Bywater. Oxford University Press.
- ARISTÓTELES (1950). *The Politics of Aristotle*. Ed. W.L. Newman. Oxford University Press.
- BARTHES, Roland (2002). *Comment vivre ensemble*. Ed. Claude Coste. Paris: Seuil.
- CARROLL, Lewis (1960). *Through the Looking Glass*. En: *ibid.*: The Annotated Alice. Alice's Adventures in Wonderland & Through the Looking Glass. With an Introduction and Notes by Martin Gardner. New York: Bramhall House.
- CASSIN, Barbara (Ed.) (2004). *Vocabulaire européen des philosophies*. Dictionnaire des intraduisibles. Paris: Seuil.
- CASSIN, Barbara (1995). *L'effet sophistique*. Paris: Gallimard.
- DESCARTES, René (1996). *Discours de la Méthode*. En: *ibid.*: Oeuvres, Vol. VI, Ed. Ch. Adam and P. Tannery. Paris: Vrin.
- EISENHOWER, Dwight D. (1961). *Military-Industrial Complex Speech*. <http://coursesa.matrix.msu.edu/~hst306/documents/indust.html>
- GROULIER, Jean-François y BRUGÈRE, Fabienne (2004). Art. Goût. En: Barbara Cassin (Ed.): *Vocabulaire européen des philosophies. Dictionnaire des intraduisibles*. Paris: Seuil, págs. 515-525.
- HEIDEGGER, Martin (1976). *Sein und Zeit*. Tübingen: Niemeyer.
- HERÁCLITO (1956). Fragmente. En: *Hermann Diels* (Ed.): *Die Fragmente der Vorsokratiker*, Vol. 1. Berlin: Weidmannsche Verl.
- HOLMES, Roger W. (1959). *The Philosopher's Alice in Wonderland*, en: *The Antioch Review*, Vol. 19, No. 2, 133-149.
- HORKHEIMER, Max y ADORNO, Theodor W. (1971). *Dialektik der Aufklärung*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- KANT, Immanuel (1974). *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*. Frankfurt a. Main: Suhrkamp.
- LACAN, Jaques (1991). *Le séminaire*. Livre VIII. Le transfert. Paris: Seuil.
- LACAN, Jacques (2004). *Le séminaire. Livre X. L'angoisse*. Paris: Seuil.

MARX, Karl (2009). *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie*. Colonia: Anaconda Verlag.

MARX, Karl (1969). *Thesen über Feuerbach*. En: Marx-Engels Werke, Band 3, pp. 5ss. Berlin: Dietz Verlag. http://www.mlwerke.de/me/me03/me03_005.htm

NIETZSCHE, Friedrich (1999). *Also sprach Zarathustra*. En: *ibid.* Kritische Studienausgabe, ed. Giorgio Colli y Mazzino Montinari. Vol. 4. München: dtv

ORTEGA y Gasset, José (1955). *El tema de nuestro tiempo*. Madrid: Revista de Occidente.

SLOTERDIJK, Peter (2014). *Die schrecklichen Kinder der Neuzeit*. Berlin: Suhrkamp.

STIERLE, Karalheinz; KLEIN, Hannelore; Schümmer, Franz (1974). Art. Geschmack. En: Joachim Ritter (Ed.): *Historisches Wörterbuch der Philosophie*. Darmstadt: Wiss. Buchgesellschaft, Vol. 3, 444-456.

WISSER, Richard (1988). *Martin Heidegger im Gespräch mit Richard Wisser*. En: Günther Neske, Emil Kettering (Ed.): Antwort. Martin Heidegger im Gespräch. Pfullingen: Neske.

WITTGENSTEIN, Ludwig (1984). *Philosophische Untersuchungen*. Frankfurt: Suhrkamp.



INTRODUÇÃO

Como se formam os nossos gostos? Até que ponto as escolhas por eles orientadas são livres, autônomas, conscientes? Ou o contrário?

Discute-se aqui os gostos, ou mais propriamente o papel dos fluxos informacionais na formação das preferências e escolhas dos sujeitos, da música à política.

A discussão envolve, entre outras coisas, uma hipótese sobre as origens dos diversos usos da noção de gosto; a crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura; a história econômica da indústria fonográfica; uma atualização do debate em torno do problema da ideologia e da luta de classes; uma investigação em torno da dimensão político-ideológica do gosto.

A informação atravessa o conjunto, pois trata-se acima de tudo de entender o modo como os gostos, positivos e negativos, isto é, as simpatias e aversões em geral, são em grande medida condicionadas pelos fluxos informacionais, em especial aqueles midiáticos.

O termo “gosto” é aqui pensado como expressão e medida do valor de uso dos bens, materiais e simbólicos, e como substrato sensível das ideologias. Optou-se por empregar a noção de gosto para pensar o problema do valor de uso, porque ela conserva a noção de necessidade e ao mesmo tempo a transcende, pois envolve também os aspectos culturais presentes na atribuição de utilidade a um bem qualquer. “Aspectos culturais” englobam tudo aquilo que é histórico, até certo ponto livre, isto é, arbitrário, por paradoxal que possa parecer: tudo aquilo não totalmente determinado por uma “natureza” para além da história ou de uma escala temporal para além da experiência humana.

Quanto à música, ela nos oferece um parâmetro de comparação único para entender a especificidade do modo capitalista de produzir e socializar cultura em escala massiva, em relação a formas anteriores: subordinando, de modo crescente, o valor de uso dos bens simbólicos ao seu valor de troca. Por que um parâmetro único? Por ter havido música antes de ela ter se tornado mercadoria massificada, diferentemente das outras artes: não havia cinema antes da

emergência de determinado estágio de desenvolvimento das forças produtivas e as demais artes “tradicionais” – literatura, dança, teatro, pintura – jamais foram mercantilizadas em escala massiva na mesma escala que a música.

Uma investigação acerca dos determinantes econômicos atuantes na formação dos gostos musicais deve ainda enriquecer o debate mais amplo, e a crítica, a respeito da produção das subjetividades e das práticas intersubjetivas ao longo do período estudado. Ao mesmo tempo, essa perspectiva metodológica favorece o reconhecimento do caráter histórico da forma atual de socialização da cultura, o que ajuda a conceber sua superação.

O tema central do livro é a ação simultaneamente estética e ético-política da informação na formação dos gostos. Seu problema: a captura do gosto pelo capital. Seu argumento central: se o gosto é expressão e medida do valor de uso dos bens, materiais e simbólicos, e ao mesmo tempo o substrato sensível das ideologias, e se a informação – em especial a midiaticizada – é o principal agente responsável pela formação dos gostos nas sociedades contemporâneas, logo a informação midiaticizada possui uma dimensão estética e ético-política mais profunda do que até então se pensava, dado que atuaria não somente na urdidura das noções e valores que orientam a prática dos sujeitos, como é sabido, mas igualmente na composição e regência das simpatias e antipatias, afetos e desafetos, fascínios, aversões e indiferenças, dos gostos, enfim, subjacentes a essas noções, valores e práticas, e por isso talvez esteja aí o seu papel politicamente decisivo.

O conceito gosto, então, merece mais atenção, a começar por sua importância prática vital. Que importância é essa? Ora, viver requer, entre outras coisas, a faculdade de o sujeito humano relacionar-se com o mundo, selecionando (e ao mesmo tempo rejeitando) coisas, ideias e pessoas, conforme sua propriedade, real ou aparente, de colaborarem para a satisfação de necessidades e desejos, e para a realização de projetos. Esta seleção promove sempre uma hierarquização cruzada, em parte consciente, em parte inconsciente, de valores estéticos e ético-políticos.

A informação midiaticizada é um fator central na disposição geral e no posicionamento específico dos elementos dessa seleção em meio ao universo socio-cultural atual: é a principal provedora de hierarquias e repertórios de práticas, ideias, objetos, horizontes e atributos, verdadeiros ou falsificados. O gosto é a bússola da seleção, sendo cada gosto o produto mais ou menos acabado do

conjunto de experiências singulares de afecção do sujeito. E a economia é um fator decisivo tanto na composição das disposições e posicionamentos desses elementos quanto na determinação das condições de afecção do sujeito.

Só que o gosto é um assunto muito complicado e cheio de contradições: gosta-se ou não de alimentos, lugares, coisas, pessoas, ideias e obras de arte, como se fossem entes da mesma natureza.

Segundo Williams (1985, p. 313), Wordsworth se indignava com aqueles que “conversariam gravemente conosco sobre um gosto por poesia (...) como se fosse algo tão indiferente quanto um gosto por ‘rope-dancing’, ou Frontiniac ou Sherry.”¹

Essa amplitude de empregos do termo já é em si um tema para reflexão, cujo ponto de partida pode ser a hipótese de que “o conceito do gosto é originariamente um conceito mais moral do que estético”, conforme sugere Gadamer (1998, p. 82), que, assim como Ferry (1994), atribui ao espanhol Balthasar Gracian a primeira reflexão mais cuidadosa sobre o tema. Nos termos de Gadamer (1998, p. 82):

Gracian parte do princípio de que o gosto, sensível, o mais animalesco e o mais íntimo de nossos sentidos, já contém o ponto de partida da diferenciação que se realiza no julgamento espiritual das coisas. O diferenciar do gosto, que é, de uma forma mais imediata, o usufruir da receptividade e da rejeição, não é, pois, na verdade, um mero instinto, mas já mantém o meio termo entre o instinto e a liberdade espiritual. O que justamente caracteriza o gosto é que ele mesmo, com relação a isso, ganha a distância da escolha e do julgamento, o que pertence à exigência mais eminente da vida. É assim que Gracian vê no gosto uma “espiritualização da animalidade” e indica, com razão, que a formação (cultura) procede não somente do espírito (ingenio) mas já também do gosto (gusto).

Deste mesmo trecho podemos inferir uma hipótese alternativa à de Gadamer, a saber, que o gosto não seria “um conceito mais moral do que estético”, mas um conceito que traz em si uma tensão dialética que confronta a estética – aqui entendida ainda não como a ciência ou teoria do belo, mas da percepção da medida e do tipo de prazer que as coisas podem despertar-nos, que é aliás

¹ Esta e todas as outras citações diretas que constam no presente trabalho, retiradas de originais em língua estrangeira, foram traduzidas por seu autor

a definição de Montesquieu (2005, p. 12) para o gosto: “[...] nosso gosto [...] nada mais é senão a vantagem de descobrir com sutileza e presteza a medida de prazer que cada coisa deve dar às pessoas.” – com a moral, tensão esta cuja base se encontra, e não poderia ser diferente, na alimentação: do mesmo modo que nem tudo que é nutritivo é saboroso, nem tudo que é moralmente recomendável é aprazível. Há ainda a possibilidade do venenoso ser aprazível e do saboroso ser moralmente recomendável. Essas quatro possibilidades, por assim dizer estruturais ou universais, se complexificam ao infinito em suas atualizações, se considerarmos a ampla variedade de costumes que aproxima e separa as sociedades humanas particulares, e a incomensurável variedade de experiências singulares dos indivíduos.

A estética e a ética estão sempre em relação, de maneira em geral não confessada ou mesmo percebida. Como nos sugere Nietzsche (1950, p. 173) a propósito da formação da vontade, tema central de qualquer debate sobre a ética:

[...] primeiramente, para que uma vontade se forme é necessário que esteja presente uma representação de prazer e de desprazer. Em segundo lugar: que uma excitação violenta produza uma sensação de prazer ou de desprazer, é assunto do intelecto *interpretador*, que, por sinal, na maior parte do tempo, opera sem que o saibamos.

Uma pista para compreendermos isto melhor pode ser encontrada na seguinte notação do mesmo Nietzsche, citado por Agamben (1992, p. 139): “[...] a propósito da palavra grega *sophos*, ‘sábio’: ‘Etimologicamente, pertence à família de *sapio*, degustar, *sapiens*, o degustante, *saphes*, perceptível ao gosto.’”

Nesse momento, à dialética estética / ética presente no gosto é acrescentado um terceiro termo, o saber, ou o conhecimento – cuja condição de constituição, por sua vez, é a informação. Mas nada disso é tão misterioso quanto pode parecer a primeira vista, se pensarmos bem; tampouco o fato de um termo que supostamente teria sua origem na moral ter se desdobrado para a estética e a alimentação, ou ainda que o que tenha ocorrido seja exatamente o contrário, como é mais provável: da alimentação à moral, passando pela estética. Pois seja qual for o sentido da evolução do termo gosto, se a moral vem de algum lugar terrestre, o Bem e o Mal só podem ter vindo do bom e do ruim, como bem o sabia Aristóteles (1991), ainda que após inúmeras mediações, as quais, das mais variadas formas, só fazem atualizar em níveis mais complexos o problema de origem. E é graças à alimentação, matriz do gosto, que se produzem e

reproduzem as condições necessárias para a ação dos outros sentidos e do resto das atividades humanas, pela razão ordinária de que quem não come e não bebe morre, e mortos não lutam nem dançam.

Temos então que as noções de prazer, conhecimento e juízo (ético ou estético) são mais íntimas do que supúnhamos e que a economia é um fator importante em sua formação, incluindo a economia da informação: a que estímulos, dados, referências, repertórios temos acesso, da alimentação à música, da música à política? Por que a esses e não a outros, e nessa forma particular e não em outra?

Desses novos dados e perguntas surge um conjunto de questões mais geral: por que se tornou “natural” conceber sabor e saber como níveis distintos e até antagônicos da experiência vital? Por que se deu esta cisão? Por que os prazeres foram idealmente afastados dos juízos?

Outro conjunto de questões emerge da constatação de que embora o gosto varie muito de pessoa para pessoa, há padrões que se repetem, no espaço e no tempo, nas classes sociais e nos gêneros, nas faixas etárias e nas idiossincrasias, bem como transversalmente. O gosto tem assim um quê de singular, particular e ao mesmo tempo universal. Por esta razão, Ferry chega mesmo a ponto de dimensionar a discussão em torno do gosto como essencial para a filosofia política, partindo do princípio metodológico de que a estética é um *locus* privilegiado para a observação de uma característica central da modernidade, que ele chama de “subjetivação do mundo”: “[...] a estética é por excelência o campo dentro do qual os problemas levantados pela subjetivação do mundo, característica dos Tempos Modernos, podem ser observados, por assim dizer, em estado quimicamente puro.” (FERRY, 1994, p. 17-8)

Tal “subjetivação do mundo” teria sua primeira grande expressão no *cogito* cartesiano, isto é, no momento em que a verdade passa a depender não mais da doutrina ou da autoridade de um universal abstrato, mas do juízo questionador de um indivíduo racional, de um sujeito, de uma subjetividade potencialmente capaz de mediar – articular com coerência – a singularidade (a propriedade de ser único no espaço e no tempo) de cada raciocínio particular seu (sua propriedade de ser parte de um todo) com a universalidade da “razão”; capaz de fazer com que cada raciocínio singular que desenvolve possa legitimamente transcender seus limites e ser universalizável enquanto particular de um universal, a razão, que o legitima em sua particularidade e singularidade.

Essa tensão dialética entre singular, particular e universal encontraria sua forma mais pura na questão do belo:

Se o objeto belo é concebido como puramente subjetivo, num paradoxo que mal ousamos formular, tanto se parece com uma contradição lógica, se apenas pode ser apreendido por essa faculdade inapreensível que é o gosto, como seria possível obter consenso sobre a beleza de uma obra de arte ou da natureza? No entanto, *numerosos* são os que amam as “belas paisagens”, as obras de Homero e de Shakespeare, os pintores italianos... (FERRY, 1994, p. 43)

Ou seja, o problema do consenso em torno da beleza traz em seu bojo um outro mais abrangente, de ordem política, centrado na tensão dialética entre a subjetividade e a objetividade, e entre o indivíduo e a coletividade, que seria, para Ferry, “o problema central da modernidade”:

A investigação sobre os critérios do belo (do gosto), que caracterizou toda estética moderna, mostra-se ainda mais essencial: pois é em seu nível que se coloca de modo mais difícil, mais decisivo, o problema central da modernidade em geral: como fundamentar a verdade na subjetividade, a transcendência na imanência? Em outros termos: como pensar o liame (social, é claro, mas não somente social) numa sociedade que pretende partir dos indivíduos para reconstruir o coletivo? (...) é no domínio da estética que se lê essa questão em estado puro, porque nela é mais forte a tensão entre o individual e o coletivo, entre o subjetivo e o objetivo. O belo é ao mesmo tempo o que nos reúne mais facilmente e mais misteriosamente. Contrariamente a tudo que podíamos esperar, o consenso em torno das grandes obras de arte é tão amplo quanto em qualquer outro domínio. Parodiando um argumento de Hume, poder-se-ia dizer que há menos desacordo quanto à grandeza de um Bach ou de um Shakespeare do que sobre a validade da física de Einstein (para não mencionar a física de Newton). No entanto, estamos no próprio cerne da mais intensa, da mais confessa subjetividade. (FERRY, 1994, p. 45)

Como isso se dá? Ora, o gosto é tanto espontâneo quanto cultivado: marca distintiva da nossa individualidade, de nossas “diferenças” e experiências singulares, mas também de nossas particularidades enquanto partes de um universo identitário qualquer, ou de muitos; marca distintiva, como demonstrou Bourdieu (2000), dos variados esquemas e sistemas de distinção que nos

constituem e com os quais inescapável e reiteradamente nos confrontamos, com destaque, ainda hoje, para aqueles propagados pela impregnante repetição midiática, por diversa que possa parecer.

Não se pretende com isso negar certa margem de liberdade ao agente, somente chamar atenção para o fato de que sua autonomia é potencial, requer amadurecimento crítico e ação, não está dada a priori, não se situa onde é mais comum apontá-la: no consumo.

Por essas razões, o gosto pode ser entendido como expressão da contradição entre autonomia e heteronomia ou automatismo; ou melhor, entre as próprias noções de autonomia e automatismo heterônomo, ou ainda entre o caráter automático heterônomo da (pseudo) autonomia individual, que a nega, e o caráter autônomo, estrutural e estruturante, do automatismo heterônomo, que o fortalece precisamente quando o disfarça, na aparente liberdade do gosto dos consumidores, que “não se discute”, dada a sua suposta legitimidade, intrínseca, “natural”.

A propósito desse caráter supostamente inato dos gostos, Bourdieu (2000, p. 68) denuncia, com ironia, o que ele tem de ideológico:

A ideologia do gosto inato deve sua plausibilidade e eficácia ao fato de que, como todas as estratégias geradas na luta de classes do dia a dia, ela *naturaliza* diferenças reais, convertendo as diferenças no modo de aquisição da cultura em diferenças da natureza; ela só reconhece como legítima a relação com a cultura (ou a linguagem) que menos se aproxima das marcas visíveis de sua gênese, que não tenha nada de “acadêmico” [...], mas que manifeste, por sua desenvoltura e naturalidade, que cultura verdadeira é natureza – um novo mistério da imaculada concepção.

A formação do gosto, portanto, é necessariamente resultado da tensão inerente ao fato de as experiências singulares, imediatas, subjetivas e informacionais de prazer, indiferença ou desprazer serem sempre, ao mesmo tempo, experiências particulares, mediatas, intersubjetivas e comunicacionais de cultivo, menos ou mais institucionalizado, menos ou mais compreendido, ou apresentado como tal. Essas experiências são sempre alimentadas pela informação, em suas múltiplas encarnações, das mais “simples” ou primárias (o dado, o estímulo sensível) às mais elaboradas (o signo artístico e sua crítica); em outras palavras, de sua fisicalidade elementar aos seus aspectos sociocognitivos mais complexos.

Camuflar o caráter socialmente determinado dos gostos com o foco exclusivo na experiência singular traz o risco de se gerar a falsa ideia de que, paralelamente ao que se considera bom ou mau gosto, haveria indivíduos perceptivamente superiores e inferiores por natureza, o que por si só legitimaria a dominação de classe, gênero, etnia, particulares desses singulares. Ora, só é possível pensar seriamente em hierarquias universalizáveis de valor em termos éticos, lógicos e técnicos, mas não “estéticos”, a estética, aqui, entendida ainda em termos de pura percepção: a percepção individual não pode ser a única referência de valores universalizáveis, sem mediação crítica, dada sua imensa volatilidade e ilusória naturalidade. As hierarquias valorativas, em estética, estão sempre subordinadas à ética ou à lógica ou à técnica, ou às suas várias combinações possíveis, muitas vezes de modo camuflado – na camuflagem da dimensão ética, sobretudo, do discurso estético, ainda que bem fundamentado em termos lógicos ou técnicos, encontramos a ideologia, se quisermos procurar. De toda forma, um discurso valorativo, com pretensões universais, de base puramente perceptiva singular, sem mediações, é logicamente, eticamente e tecnicamente insustentável.

Outro efeito ideológico da mistificação que naturaliza o gosto, dessa vez com viés não elitista, mas populista, o termo significando aqui o apreço falsamente desinteressado pelas classes populares, é que ela serve de justificação para que se negue automaticamente legitimidade a qualquer crítica negativa dirigida a um produto que venda muito, como se a escolha de amplos contingentes da população por um filme ou uma canção fosse decisivo quanto ao seu valor estético, dado que a escolha seria natural, espontânea, quase sagrada – “a voz do povo é a voz de Deus” – e não o resultado da (in)formação do público, associada à velha estratégia da repetição, além de outros fatores motivacionais envolvidos. Assim, qualquer crítica a determinado produto midiático de grande popularidade comercial soa arrogante, elitista, antipopular. Isso pode, de fato, ocorrer, mas não necessariamente. Deve-se, por isso, além de elitismos infundados, evitar a postura de um antielitismo apriorístico, que só serve para cultivar a ilusão da legitimidade de valores econômicos e culturais (prestígio), gêmeos siameses, gerados pela ampla e “livre” circulação e venda de tais produtos e produtores, automaticamente legitimados pelo valor político-moral (pseudo) democrático resultante do gosto supostamente espontâneo do “povo”.

Ora, o capital não cresce e se concentra cada vez mais – com todas as conhecidas consequências destrutivas implicadas no processo – porque as pessoas gostam daquilo que ele faz produzir; as pessoas gostam daquilo que ele faz produzir

porque 1) gostar, como foi sucintamente demonstrado, é necessário à vida, é inevitável; 2) só se pode gostar de algo que existe; 3) só se pode gostar de algo que existe quando se está informado de sua existência; 4) só existe o que é produzido; 5) sob o comando do capital, que está em toda parte, a tendência é que só se produza e se informe o que possa estar direta ou indiretamente relacionado com seu próprio crescimento e concentração (mesmo os sonhos), o que significa cada vez mais lidar com escalas exorbitantes. Deste modo, o gosto das pessoas, ou melhor, as pessoas inteiras tornam-se reféns dessas escalas exorbitantes de produção, informação e venda lucrativa. Tornam-se triplamente reféns: enquanto produtoras, enquanto consumidoras e enquanto excluídas do processo.

Alguém poderia levantar aqui uma velha objeção ao que foi dito acima, tirando da cartola o “poder” do consumidor, sua liberdade de escolha etc. – passe de mágica que desconsidera o fato de determinada demanda só influenciar a qualidade e a quantidade de determinada oferta se for solvente – e a solvência não depende principalmente das disposições psicoculturais do consumidor – e permitir ao capital investido neste ciclo particular de produção e circulação expandir-se; ou seja, se os compradores e devedores devolverem aos produtores, vendedores e credores, no tempo mais curto possível, mais dinheiro (ou qualquer papel que valha dinheiro) do que aquele investido neste ciclo (ou em outro negócio), permitindo a realização monetária da parte da mais-valia a que se chama lucro, isto é, reconvertendo em dinheiro o capital investido, acrescido do valor monetário correspondente à parte não paga do salário dos trabalhadores que o valor do produto contém. Em outras palavras, haja a demanda que houver, só será satisfeita se atender – nos termos da lógica do sistema, que é, por outro lado, disfuncional – a esse imperativo. Assim, muitas coisas não serão produzidas, não devido a uma ausência de demanda (abstraindo a questão da solvência) ou a alguma impossibilidade técnica, de ideias, sentimentos ou recursos produtivos, mas ao fato de não possibilitarem a conversão ótima de capital em mais capital. Ao longo do tempo, é somente o conjunto de produtos e serviços que atende a esse imperativo que se torna a única referência possível da demanda. O mesmo, é claro, vale para a produção de bens simbólicos em escala industrial, que envolve a informação midiaticizada, que é o que nos interessa em particular.

Sobre esta noção, “bem simbólico”, cabe aqui questionar sua “transparência”: a antropologia ensina que todos os **bens** são em alguma medida **simbólicos**, sejam ou não “materiais”, pois só assim são “bens”. Mas a verdade dessa

afirmação traz o risco de indiferenciar uma série de características distintivas dos *bens*, como seu caráter vital ou acessório – alimentos ou artigos de luxo, para utilizar um exemplo extremo –, ou ainda suas propriedades materiais e os diversos modos, mais diretos ou indiretos, como essas propriedades contribuem para fazer de algo um bem.

A este propósito, Marx (s/ data, p. 118) define “produto de luxo” como “todo aquele que não é necessário à reprodução da força de trabalho”. Essa noção de “necessidade”, contudo, não é essencialista, mas histórica, conforme recorda Althusser (1985, p. 56-7):

Lembremos que esta quantidade de valor (o salário) necessário para a reprodução da força de trabalho não está apenas determinado pelas necessidades [biológicas] [...], mas também por um mínimo histórico (Marx assinalava: os operários ingleses precisam de cerveja e os operários franceses de vinho) e, portanto, historicamente variável.

Em outras palavras, bens materiais são aqueles cuja principal utilidade reside *diretamente, imediatamente, primariamente* em sua própria materialidade, ou melhor, na propriedade de esta materialidade em si mesma suprir algum tipo de necessidade ou desejo, em dado contexto sócio-histórico, mesmo que abstraídas as suas funções simbólicas – ex: roupa / vestir; alimento / alimentar; adorno / enfeitar; tinta / colorir etc. Que essas necessidades ou desejos sejam culturalmente mediados em nada altera essa relação imediata entre a materialidade desses bens e sua utilidade. Bens simbólicos, por sua vez, são aqueles bens cuja propriedade de suprir algum tipo de necessidade ou desejo não reside diretamente em sua materialidade, mas é por ela mediada: bandeira branca (tecido pintado de branco preso a uma haste de madeira) / declaração de paz; véu negro cobrindo a face de uma mulher (tecido pintado de preto) / demonstração de luto; livro (papel e tinta) / leitura.

Por economia, analisemos somente o último exemplo: a história lida não é propriedade do papel nem da tinta, embora seja mediada por essas substâncias. Aqui, abstraída a função simbólica do “bem”, a materialidade que resta nem ao menos é útil.

Tendo isto em conta, e considerando a complexidade da produção simbólica, bem como sua centralidade em meio à totalidade das atividades econômicas (e extra-econômicas) na atualidade, incluindo suas especificidades tecnológicas,

administrativas, políticas e sociais, parece-nos oportuno fazer uso do conceito “infotelecomunicação”, de Dênis do Moraes:

Podemos unir os prefixos dos três setores convergentes (informática, telecomunicações e comunicação) em uma só palavra, que designa a conjunção de poderes estratégicos relacionados ao macrocampo multimídia: *infotelecomunicação*. Ela comporta as reciprocidades e interdependências entre os suportes técnicos, bem como as ações coordenadas para a concorrência sem fronteiras. O paradigma infotelecomunicacional constitui vetor decisivo para a expansão transnacional dos impérios mediáticos, tendo por escopo a comercialização de uma diversidade de produtos e serviços com tecnologias avançadas. Os conglomerados reconfiguram-se como arquipélagos transcontinentais, cujos parâmetros são a produtividade, a competitividade, a lucratividade e a racionalidade gerencial. Para tanto, buscam conferir escala a seus produtos, por intermédio de alianças e parcerias entre si e com grupos regionais; absorvem firmas menores ou concorrentes, diversificam investimentos em áreas conexas. O cenário daí resultante não poderia ser outro: uma brutal concentração de atividades nas mãos de poucas companhias (quase todas baseadas nos Estados Unidos da América) e uma aglomeração de patrimônios e ativos sem precedentes. (MORAES, 2000, p. 13-4).

Originalmente, as tecnologias e empresas de informática lidavam com o processamento de informações; as de telecomunicações, com a transmissão de informações; e as de comunicações, as indústrias culturais, com a produção de informações, a serem comunicadas. Hoje, graças à “revolução” digital, esses dispositivos tecnológicos, práticas produtivas e estruturas empresariais até então distintos, fundiram-se em um único e gigantesco complexo tecno empresarial, cuja centralidade econômica e ideológica supera a de seus elementos constitutivos, quando tomados isoladamente.

Iremos então investigar a ação das infotelecomunicações (doravante ITCs²) na formação e na captura do gosto – encruzilhada onde se encontram e se debatem a sensibilidade e a razão dos sujeitos, divididos no universo maior do patrimônio econômico e simbólico comum –, mediante a associação da noção de gosto com a categoria econômica valor de uso, isto é, a partir de um entendimento do gosto como expressão e medida do valor de uso dos bens materiais

2 Não confundir ITCs com TICs, pois a última noção designa somente os aspectos tecnológicos do fenômeno em pauta, enquanto a primeira agrega ao debate o elemento econômico e o político.

e simbólicos. Iremos também atualizar o debate em torno das consequências estéticas e ético políticas da subordinação dos valores de uso aos valores de troca, resultante da crescente mercantilização da cultura.

“A mercadoria é, antes de mais nada, um objeto externo, uma coisa que, por suas propriedades, satisfaz necessidades humanas, seja qual for a natureza, a origem delas, provenham do estômago ou da fantasia.” (MARX, 2002, p. 41) Essa propriedade de satisfazer necessidades humanas, “do estômago ou da fantasia”, materiais ou espirituais, diz respeito ao valor de uso da mercadoria, expressão gradualmente subordinada, ao longo da conquista da hegemonia global pelo capital, à segunda propriedade dos bens quando convertidos em mercadorias, seu valor de troca.

Tal conversão gera uma outra, a do gosto, em substrato sensível da ideologia hegemônica, aquela que legitima a sociedade de mercado como a única desejável.

A mais grave consequência desse processo é a *reificação* e a *internalização* da dominação de classe por parte dos trabalhadores, devido ao afastamento entre a produção material e seu controle, conforme demonstra Mészáros (2002, p. 101-2) ao comparar o capitalismo com modos de produção anteriores:

As unidades básicas das formas antigas de controle sociometabólico eram caracterizadas por um grau elevado de *auto-suficiência* no relacionamento entre a produção material e seu controle. [...] Ao se livrar das restrições subjetivas e objetivas da auto-suficiência, o capital se transforma no mais dinâmico e no mais competente *extrator do trabalho excedente* em toda a história. Além do mais, as restrições subjetivas e objetivas da auto-suficiência são eliminadas de uma forma inteiramente reificada, com todas as mistificações inerentes à noção de “trabalho livre contratual”. Ao contrário da escravidão e da servidão, esta noção aparentemente absolve o capital do peso da dominação forçada, já que a “escravidão assalariada” é *internalizada* pelos sujeitos trabalhadores e não tem de ser imposta e constantemente reimposta *externamente* a eles sob a forma de dominação política, a não ser em situações de grave crise.

Em outras palavras, quando não se trata de violência pura e simples, a “escravidão assalariada” é “internalizada” pelos sujeitos trabalhadores”. Como isto se dá? Menos através do convencimento racional do que da divisão da propriedade, intimamente articulada à distribuição desigual de informação

estrategicamente decisiva (que forma o capital educacional, por exemplo, na acepção de Bourdieu) e à *captura do gosto*, mediante a qual a ordem do capital se inscreve no corpo e na mente, na sensibilidade e no juízo, no estômago e na fantasia das pessoas.

Hoje, as ITCs ocupam uma posição privilegiada nessa captura. Porém, como a ordem do capital não está isenta de conflitos e contradições – muito pelo contrário –, o gosto pode ao mesmo tempo tornar-se o substrato sensível de práxis contra hegemônicas. E as ITCs podem, em tese, ser instrumentalizadas neste sentido.

Iremos agora explorar a validade dessas hipóteses. O primeiro capítulo busca responder a uma das perguntas-chave do livro: por que o termo gosto é universalmente empregado para referirmo-nos a nosso apreço seja por alimentos, seja por ideias, pessoas, obras de arte etc. No segundo capítulo, situamos o gosto no debate estético em torno dos polos racionalismo x sensibilidade, característico da modernidade. No terceiro capítulo, iniciamos a investigação em torno da mercantilização da música, tomada como exemplo modelar para se pensar as consequências da mercantilização da cultura em geral. No quarto capítulo, discutiremos a ideia de captura do gosto pelo capital, captura esta, em sua maior parte, possibilitada pela ubiquidade atual da informação mediatizada, que operaria uma “ação pedagógica anônima e difusa” (Bourdieu e Passeron, 1975), tão mais eficaz quanto menos se apresenta como tal. O quinto capítulo atualiza um antigo debate, que Umberto Eco certa vez formulou em uma expressão tornada célebre, “apocalípticos e integrados”, opondo aqueles que enxergam na mídia uma promessa de democratização da informação e da cultura, e os que a veem como um instrumento de alienação, mistificação, infantilização, degradação cultural. O sexto capítulo explora a possibilidade de elaboração de uma teoria infocomunicacional da reificação, dialogando com a filosofia e com a semiótica. O sétimo problematiza as relações entre economia, política e cultura, explora a complexidade não transparente dos próprios termos da relação e, por esta via, apresenta elementos que podem contribuir para a crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura. O oitavo confronta algumas posições correntes sobre o consumo, de inspiração antropológica, e aprofunda o debate em torno da relação entre economia e cultura, retomando a discussão a respeito das noções de utilidade e utilitarismo, com ênfase no problema do gosto. Abre-se então caminho para o tema do nono capítulo, que, após desfazer alguns mal-entendidos sobre a noção de ideologia, explora a dimensão ideológica

do gosto e dos juízos de gosto, tomando, mais uma vez, a música e os gostos musicais como exemplos. O décimo capítulo apresenta nossa teoria do capital midiático e verticaliza, por assim dizer, o debate a respeito da mercantilização da música, propondo uma nova abordagem para a sua história econômica.

A segunda parte do livro começa com um capítulo que discute a dimensão ético política do debate epistemológico e da própria ciência. O segundo capítulo consiste em uma panorâmica histórico conceitual da lógica dialética e em um esforço de desvelamento do elemento ético-político implicado nessa lógica. O terceiro capítulo defende a atualidade e a necessária complementariedade das noções de fetiche do valor e luta de classes. O quarto capítulo desenvolve alguns tópicos do anterior, com destaque para o problema da estratégia emancipatória. O quinto retoma e advoga a relevância do problema da consciência de classe, relacionando o gosto à noção de inconsciência de classe. O sexto e o sétimo capítulos identificam o elemento contraditório da informação mediatizada e dos aparatos informacionais em geral, isto é, seu caráter tendencialmente conservador e potencialmente progressista; efetuam uma leitura materialista de parte da erudição judaica em torno do problema do fruto proibido e da condenação ao trabalho, do Velho Testamento; articulam o argumento precedente a uma crítica materialista da metafísica platônica, no que diz respeito ao afastamento da verdade e da experiência sensível. O oitavo e último capítulo reconstitui a formação do gosto, buscando apreender e apresentar o conceito em sua máxima riqueza significativa. O posfácio, enfim, propõe um uso diferente das ITCs, voltado à criação de uma pedagogia da autonomia.

PARTE I: O ESTÔMAGO, A FANTASIA E O ESPETÁCULO

1. HIPÓTESE PARA UMA GENEALOGIA DO GOSTO

Ninguém em sã consciência duvida que para haver linguagem, semiótica, pós-modernismo, simulacros, cauda longa, reality shows, facebook, transmídia e chicabon é necessário que antes haja vida:

[...] devemos lembrar um pressuposto de toda a existência humana e, portanto, de toda a história, a saber, que os homens devem estar em condições de poder viver a fim de ‘fazer história’. Mas, para viver, é necessário antes de mais beber, comer, ter um teto onde se abrigar, vestir-se etc. O primeiro fato histórico é pois a produção dos meios que permitem satisfazer essas necessidades, a produção da própria vida material; trata-se de um fato histórico, de uma condição fundamental de toda a história, que é necessário, tanto hoje como há milhares de anos, executar dia a dia, hora a hora, a fim de manter os homens vivos. (Marx e Engels, 1980, p. 32)

Para que haja vida, deve haver, antes de mais nada, ar, água e comida. Mas respirar é uma ação automática, enquanto a obtenção, transporte e preservação de água e comida, bem como o preparo da última (aí incluídas as bebidas preparadas pelo homem), demandam esforço e trabalho. Se esse esforço e esse trabalho foram uma condenação, como diz o velho testamento – *ganharás teu pão com o suor de tua face* –, isto se deveu à escassez natural e à precariedade dos meios de produção; em seguida, alguns poucos fugiram à condenação, lançando-a multiplicada sobre os demais, através da divisão do trabalho e de diversas formas brutais de exploração do trabalho alheio, o que ao mesmo tempo favoreceu o desenvolvimento das forças produtivas; hoje, porém, a condenação ao trabalho alienado, sem sentido e mortificante (e ao desemprego), deve-se

somente à irracionalidade automática do capitalismo e às narrativas ideológicas que o legitimam. Não há mais justificativas materiais ou metafísicas. Pois a divisão da sociedade em classes, que nos conduziu ao capitalismo, já realizou, às custas de sacrifícios terríveis de todas as gerações passadas, sua perversa potência histórica (não seu fado, pois não acreditamos em uma finalidade da história preestabelecida) de desenvolver as forças produtivas em uma escala suficiente para atender a todas as necessidades primárias (“do estômago”) e a boa parte das secundárias (“da fantasia”) de todos os homens – só que não o faz, reforçando a condenação ao trabalho sem gosto ao limite da exclusão do trabalho, seu paroxismo.

Com o advento do capitalismo, o corpo do trabalhador braçal foi reduzido a auxiliar de máquinas; com a automação crescente, vem tornando-se, em números alarmantes, desnecessário para o capital, enquanto o cérebro do trabalhador informacional converte-se em auxiliar, insumo ou modelo de máquinas “inteligentes”.

Agamben propôs em seu ensaio sobre o gosto:

Uma situação do gosto como lugar privilegiado onde emerge a fratura do objeto do conhecimento em verdade e beleza e do *telos* ético do homem (...) em conhecimento e prazer, que caracteriza essencialmente a metafísica ocidental. Na formulação platônica, esta fratura é antes tão original que se pode dizer que ela mesma constitui o pensamento ocidental, não como *sophia*, mas como *philo-sophia*. Só porque verdade e beleza se acham originalmente cindidas, só porque o pensamento não pode possuir integralmente o seu objeto, este deve tornar-se amor da sabedoria, isto é, filosofia. (Agamben, 1992, p. 140)

Partindo do mesmo “lugar privilegiado” de Agamben, esboçaremos, como hipótese, uma genealogia da possível razão de ser desta “fratura”, desta cisão entre *verdade* e *beleza*, considerando a relação entre o corpo, o trabalho e a informação, com o objetivo de identificar a relevância (ou a irrelevância, se estivermos enganados) da noção de gosto neste processo. A hipótese aqui defendida é: a “fratura do objeto do conhecimento em verdade e beleza” e “do *telos* ético do homem em conhecimento e prazer” não é um fado, mas o resultado da fratura social provocada pela divisão da sociedade em classes, que tem na divisão do trabalho em intelectual (comando) e braçal (execução) um momento decisivo.

Ao avançarmos nessa trilha, estaremos igualmente explorando a “inesperada afinidade” entre a crítica da economia política de Marx e a estética, identificada por Agamben (1992, p. 153-54): “[...] assim como a estética tem por objeto o saber que não se sabe, a economia política tem por objeto o prazer que não se goza”.

A cultura ocidental tem estabelecido ao longo dos séculos uma hierarquização dos sentidos. É ainda Agamben quem nos informa que:

Em oposição ao estatuto privilegiado atribuído à vista e ao ouvido, na tradição da cultura ocidental, o gosto é classificado como o sentido mais baixo, cujos prazeres o homem partilha com os outros animais [Aristóteles, *Ética a Nicómaco*, 1118^a] e a cujas impressões não se mistura “nada de moral” [Rousseau 1761, cap. XV]. Ainda nas *Lições sobre a Estética*, de Hegel [1817-1829], o gosto é oposto aos dois sentidos ‘teoréticos’, vista e ouvido, porque ‘não se pode degustar uma obra de arte como tal, porque o gosto não deixa o objeto livre para si, mas tem que ver com ele de modo realmente prático, dissolve-o e consome-o’ [...] (Agamben, 1992, p. 139)

Essa posição hierarquicamente inferior atribuída ao gosto por tantos pensadores importantes adviria do fato de a satisfação do gosto nos aproximar dos animais, isto é, do nosso corpo? Do fato de a satisfação do gosto do filósofo requerer trabalho braçal de outrem, com o qual ele não pretende se identificar? Ou o gosto seria mesmo um sentido inferior, portanto inadequado como metáfora para o juízo estético e moral, embora, por alguma razão misteriosa, tenha-se consagrado como tal aparentemente em todas as línguas ocidentais?

Voltaire, no *Dicionário Filosófico*, definiu o problema nos seguintes termos:

O gosto, este sentido, este dom de discernir nossos alimentos, produziu em todas as línguas conhecidas a metáfora que exprime, pela palavra gosto, o sentimento das belezas e dos defeitos em todas as artes: é um discernimento rápido, como o da língua e do palato, e que como ele antecede a reflexão; como ele, é sensível e voluptuoso em face do bom; como ele, rejeita o ruim com repulsa; como ele, é frequentemente incerto e fugidio, ignorando mesmo se o que se lhe apresenta deverá agradá-lo, e tendo às vezes necessidade de hábito para formar-se. [...] Não basta, para o gosto, ver, conhecer a beleza de uma obra; é necessário senti-la, ser tocado. Não basta sentir, ser tocado

de uma maneira confusa; é necessário desvendar as diferentes nuances. Nada deve escapar à prontidão do discernimento, e trata-se ainda de uma semelhança deste gosto intelectual, deste gosto pelas artes, com o gosto sensual: pois o gastrônomo sente e reconhece rapidamente a mistura de dois licores; o homem de gosto, o especialista, verá num lance de vista veloz a mistura de dois estilos; ele verá uma falha ao lado de um acerto.

Enquanto Voltaire propõe nesta passagem uma espécie de síntese entre sensibilidade e discernimento intelectual, encarnada na figura do *conaisseur*, Kant (1995) junta-se de algum modo a Platão, Aristóteles, Rousseau e Hegel, ao distinguir duas formas de prazer: o desinteressado e o agradável, sendo o primeiro superior ao segundo.

Embora afaste-se da estética do classicismo ao rejeitar a possibilidade de uma conceituação universal do belo, Kant postula a superioridade de uma faculdade de juízo universal e desinteressada, isto é, imune à satisfação imediata dos sentidos pelo objeto estético.

A este respeito, Bourdieu (2000, p. 488-490) denuncia o caráter ideológico da crítica kantiana:

O princípio do gosto puro, de Kant, não é nada além de um recusa, de uma aversão – uma aversão por objetos que impõem o gozo e uma aversão pelo gosto bruto, vulgar, que festeja este gozo imposto. [...] A antítese entre cultura e prazer corporal (ou natureza) está ancorada na oposição entre a burguesia cultivada e o povo, o local imaginário da natureza não cultivada, barbaramente chafurdando no puro gozo.

Nietzsche (1950, p. 124), a seu modo, também percebe o caráter classista dos juízos hegemônicos:

O Bem e o Belo. – Os artistas glorificam sem cessar – não fazem senão isto –: glorificam todas as situações, todos os objetos que têm a reputação de levar o homem a sentir-se bom, ou grande, ou ébrio, ou alegre, ou são e sábio. Estas situações, estes objetos de eleição, que possuem para a felicidade humana um valor estimado como certo e estabelecido, constituem o objeto da obra dos artistas: os artistas estão sempre vigilantes para encontrá-los a fim de convertê-los em matéria para a arte.

Eu penso, não que eles próprios definam o que é felicidade ou evento feliz, mas que sempre se apressam em se aproximar dos definidores com a maior curiosidade e com o desejo vivo de desfrutar de suas definições. Assim, possuindo, além de sua impaciência, pulmões de pregadores e pés de corredores, eles aparecem sempre como os primeiros a glorificar os novos valores, passando com frequência por serem quem os descobriu e definiu. Mas, eu o repito, isto é um erro: eles são somente mais rápidos e barulhentos que os verdadeiros definidores. E quem são estes afinal? Os ricos e os ociosos.

Nietzsche também se opõe com veemência à condenação moral do corpo e dos sentidos, que atravessa toda a história da metafísica ocidental. Nas palavras de Luc Ferry (1994, p.214), referindo-se a *A Vontade de Potência*, de Nietzsche:

Na verdade, por temor da sensualidade (sempre ‘imoral’) é que se chega a depreciar a sensibilidade (sempre ‘falaciosa’). Aos olhos do ‘genealogista’ (como mais tarde aos olhos do psicanalista), as teses filosóficas são sempre ‘racionalizações’, ‘sintomas’, como já diz Nietzsche, são a expressão fetichizada de certo *pathos*, ou até de uma patologia.

Coerente com sua aversão à recusa da sensibilidade, Nietzsche (1950, p. 198) chega ao ponto de afirmar: “Antes se deixar roubar que utilizar espantalhos; esse é o meu gosto. E é sempre uma questão de gosto, nada além que de gosto.”

Agamben acredita que o desdobramento do termo gosto do paladar às artes advém do fato de tratar-se “do mais opaco dos sentidos”. Identifica-o, assim, como um “saber, onde viria a suturar-se a cisão metafísica entre sensível e inteligível”, “um saber que o sujeito propriamente não sabe, porque não o pode explicar, um sentido falho ou excessivo, que se situa na interferência de conhecimento e prazer”.

Sem nos opormos propriamente a este raciocínio, sugerimos uma alternativa, de certo modo buscando responder, ainda que parcialmente, à seguinte questão formulada por Nietzsche (1950, p. 271): “Vosso juízo [...] tem uma gênese nos vossos instintos, inclinações e repugnâncias, nas vossas experiências e in experiências; ‘como este juízo nasceu?’ é uma questão que deveis vos propor [...]”

O corpo humano dispõe de cinco sentidos. Todos os órgãos nos quais atuam os sentidos possuem tanto funções indispensáveis à sobrevivência (as quais denominaremos *funções primárias*) como funções relacionadas ao prazer

(as quais denominaremos *funções secundárias*), dado que a sobrevivência é condição necessária para o prazer, enquanto o contrário não é verdade. As funções primárias do nariz e da boca (respiração e alimentação) são *diretamente* indispensáveis à sobrevivência *individual e da espécie* (portanto podem ser denominadas *funções primárias diretas*, ou *fpd*). A função primária dos órgãos sexuais (reprodução), nos quais o sentido do tato atinge sua máxima potência de prazer nos humanos adultos, é *diretamente* indispensável à sobrevivência *da espécie*. Por sua vez, as funções primárias da visão, da audição – os sentidos “teoréticos” de Hegel – e do tato (como um todo, desconsiderando os órgãos sexuais) somente são indispensáveis à sobrevivência de modo indireto (*funções primárias indiretas*, ou *fpi*), como sentidos de *orientação, informação e comunicação*.

Todos os órgãos e sentidos possuem ainda funções primárias indiretas e secundárias (*fs*), conforme o modelo:

Órgão	Sentido(s)	<i>fpd</i>	<i>fpi</i>	<i>fs</i>
Nariz	Olfato e paladar	Respiração	Orientação	Prazer
Boca	Paladar	Alimentação e respiração	Comunicação	Prazer
Genitais	Tato	Reprodução	Identificação	Prazer
Olhos	Visão	-	Orientação e comunicação	Prazer
Ouvidos	Audição	-	Orientação e comunicação	Prazer

Porém, uma das *fpd* da boca (alimentação) possui uma peculiaridade muito especial, que, como vimos, a distingue da do nariz (respiração, automática, involuntária), que é *exigir esforço prévio de todos os outros órgãos e sentidos*, para a caça, a pesca, a coleta e toda e qualquer forma de trabalho (do dono do órgão ou de outras pessoas) que recolha, prepare, conserve ou distribua alimentos. Começa aí, no trabalho indispensável para que se possa comer, a relação *vital* entre o gosto e os juízos de valor?

Suposto que isto esteja correto, é possível sugerir a hipótese de que o desdobramento do termo *gosto*, do paladar para os juízos de valor em geral, deriva

de organizações primevas de valores – superestruturais –, constituídas a partir do campo de possibilidades (potência) que os meios e modos de produção – estruturais – necessários à alimentação estabeleçam no esforço propriamente humano – social e teleológico – de controlar as forças da natureza, isto é, a si mesmo e à Terra (Adam / Adamá).

Em outras palavras, viria o sentido originalmente dilatado do termo *gosto* da relação entre os *saberes* necessários à alimentação (selecionar, coletar, sugar, engolir, morder, mastigar, fabricar instrumentos, caçar, pescar, depenar, esfolar, cortar, espremer, temperar, misturar, cozinhar, assar, conservar etc.) e o *sabor* dos alimentos, tendo desdobrado-se em preceitos alimentares e em seguida nos demais códigos e articulações simbólicas que organizam as sociedades humanas e buscam dar sentido às suas práticas? Seriam as práticas e preceitos alimentares a fonte de todos os juízos de valor?

Quanto à sucção, lembremos que Freud identificou a relação entre a satisfação alimentar e a afetiva na amamentação. Por isso “gosta-se” ou não dos alimentos, das pessoas, das ideias, das músicas? Por isso se tem “fome” de conhecimento, de aventura etc.?

Lévi-Strauss menciona a seguinte reflexão, elaborada por Firth, sobre a noção “interesse econômico”, em um estudo de determinadas sociedades polinésias:

Podemos assim classificar as plantas alimentares em ordem hierárquica decrescente, levando-se em conta: a posição que ocupam na alimentação (I), o trabalho necessário para o seu cultivo (II), a complexidade do ritual destinado a assegurar seu crescimento (III), a complexidade dos ritos de colheita (IV), enfim, a importância religiosa dos clãs que regulam as espécies principais (V)(...) (Firth, *Primitive Polynesian Economy*, Londres, 1939, p. 65, *apud* Lévi-Strauss, *El totemismo en la actualidad*, p. 99.)

Lévi-Strauss nos informa também que, para Malinowski, o totemismo recorre aos animais e às plantas “porque estes fornecem ao homem seu alimento, e a necessidade de alimentar-se ocupa o primeiro lugar na consciência do primitivo” (Malinowski, *apud* Lévi-Strauss, *op. cit.*, pp. 86-7).

Nas palavras do próprio Malinowski: “É curto o caminho que conduz da selva virgem ao estômago, e daí à mente do selvagem: o mundo se apresenta a ele como um quadro confuso no qual se destacam as espécies animais e vegetais úteis, e em primeiro lugar as que são comestíveis.” (idem).

Deste modo, “segundo a primeira teoria de Radcliffe-Brown, assim como para Malinowski, um animal só se torna totêmico se for ‘bom para comer’.” (Lévi-Strauss, 1965, p.94)

Na sequência, Lévi-Strauss descarta esta interpretação quanto à problemática do totemismo, considerando-a teoricamente reducionista e empiricamente insuficiente, dado que haveria mais exceções do que comprovações da suposta regra. Além disso, sabemos que a mente do “selvagem” é mais complexa do que pensava Malinowski, o que faz da categoria “selvagem” um equívoco conceitual, de viés etnocêntrico etc.

Dito isto, e fora do terreno do debate em torno do totemismo, que não é o nosso, nossa hipótese permanece no mínimo verossímil, pois a satisfação da necessidade alimentar – diariamente renovada – é a base de toda a vida, dada a antecedência determinante entre a produção de alimentos (envolvendo trabalho social, na caça, pesca, coleta etc.) e todas as demais produções humanas, incluindo as simbólicas, de onde pode-se inferir as possíveis causas do amplíssimo desdobramento do termo *gosto* do paladar para os juízos de valor “em todas as línguas conhecidas”.

Seria evidentemente estúpido reduzir o sentido de todos os juízos de valor a imperativos utilitários alimentares. Contudo, sendo a alimentação (e o trabalho necessário para satisfazê-la) não *um*, mas *o* imperativo utilitário inalienável para a sobrevivência humana em todas as épocas, entre todas as culturas, é inverossímil que não esteja de alguma forma presente, em uma relação de *antecedência*, ainda que de modo indireto, nas produções simbólicas de qualquer cultura. Como o próprio Lévi-Strauss demonstra em diversas ocasiões, é comum observar-se o costume de certas partes de um animal serem destinadas a determinadas pessoas e outras partes a outras pessoas de acordo com a hierarquia social dos grupos humanos estudados. Estas distribuições desiguais se devem a complexas analogias simbólicas entre o corpo do animal, ou de diferentes animais, e as posições sociais ocupadas pelo sujeito, que não cabe aqui detalhar.

Nas sociedades contemporâneas, igualmente, a divisão da distribuição social do caviar e da sardinha, do filé mignon e do bofe, da alcachofra e do jiló, é determinada, antes de mais nada, pela classe social, no que pesem idiosincrasias individuais ou culturais e sua carga simbólica (distinção, tradição etc.) ou científica (fatores nutricionais)

Também na Torá há uma complexa rede de relações entre tipos de alimentos, modos de preparo e posição social dos destinatários e dos “cozinheiros”, inclusive em relação aos sacrifícios e oferendas ao Senhor. Aliás, todo o episódio capital do Êxodo e do Levítico, que culmina no (re)encontro espetacular entre Deus e Moisés no Monte Sinai, está carregado dessas relações, ao mesmo tempo de princípios morais (políticos, jurídicos, econômicos, comportamentais), alimentares (alimentos proibidos e permitidos, jejum, sacrifícios etc.) e da divisão do trabalho, entre sacerdotes, desenhistas, fiadores, bordadores, gravadores, entalhadores, ourives, perfumistas etc. Como dado que integra moral, alimentação e trabalho, temos os preceitos da agricultura e, sobretudo, a extensa relação entre os tipos de pecado, a posição social dos pecadores (príncipes, sacerdotes, plebe), as oferendas em sacrifício de animais e vegetais necessárias à obtenção do perdão, e o que deve ou não ser comido em função do tipo de pecado. A própria construção do santuário divino baseia-se na competência de cada um em lidar com materiais específicos (divisão do trabalho), e na qualidade e na quantidade das oferendas para os sacrifícios (tributos). Destaque-se ainda o elemento estético das determinações divinas, nas quais arte, trabalho, valores morais, comida, aromas, materiais, medidas, formas e cores compõem um quadro orgânico quase futurista. Além disso, cada vegetal ou cada parte de cada animal adquire uma função e um sentido sagrado ou profano. O próprio pecado maior, a idolatria, que quase pôs a aliança a perder, foi o culto ao *bezerro* de ouro! Na Índia, a vaca é sagrada; na Argentina, o é o churrasco etc.

É possível afirmar que não há em todas as culturas uma relação profunda e *de antecedência* entre a alimentação e a moral? Junto ao oxigênio, a água e a comida são a base da existência orgânica, imperativo indispensável para a emergência de um ser cultural. A passagem humana da natureza à cultura se dá através do trabalho racional cooperativo. O primeiro de todos os trabalhos é aquele orientado para a alimentação. Daí a utilização do termo *gosto* ter-se desdobrado da alimentação para o resto: porque é no *gosto* que se dá a síntese dialética entre necessidade (comer) e liberdade (escolher o alimento e o preparo), e entre prazer (degustar, desfrutar) e conhecimento (identificar, saber onde encontrar, saber adquirir, saber fazer, saber preservar). Assim, insistimos que se deve buscar o desdobramento do termo *gosto*, do paladar para os juízos de valor, no fato de o trabalho necessário à alimentação anteceder todas as demais produções humanas, materiais e simbólicas.

Lévi-Strauss conclui sua polêmica sobre a questão do totemismo com a célebre sentença: “compreende-se que as espécies naturais não sejam eleitas por serem ‘boas para comer’, mas por serem ‘boas para pensar’.” (Lévi-Strauss, 1965, p. 131)

Lembrando mais uma vez que nossa discussão não se refere ao totemismo, tampouco ao fato de a “eleição” de uma ou outra espécie para significar uma ou outra coisa se dever direta e exclusivamente a razões alimentares, insistimos que as espécies só podem ter sido, para todos os povos, boas ou ruins para pensar *após* terem sido boas ou ruins para comer (e para não ser comido), pelo simples fato de que para se pensar é necessário *antes* que se esteja vivo e, portanto, alimentado.

Assim, mesmo admitindo que o que é definido como bom ou ruim para se comer se deva ao *status* que o alimento ocupa dentro de uma determinada ordem simbólica, esta, por sua vez, necessariamente é derivada, de forma mediada por diversos fatores, de um determinado modo de produção:

Fome é fome, mas a fome satisfeita pela carne cozida, comida com garfo e faca, é uma fome diferente daquela que mastiga às pressas carne crua com o auxílio das mãos, unhas e dentes. A produção então produz não só o objeto mas também o modo do consumo, não apenas objetivamente, mas também subjetivamente. Assim a produção cria o consumidor. (3) A produção não somente fornece um material para a necessidade, mas também uma necessidade pelo material.³ Assim que o consumo emerge de seu estágio inicial de crueza e imediatez – e, caso permaneça neste estágio, isto dever-se-ia à própria produção ter aí se detido – torna-se mediado pelo objeto [...]. A necessidade que o consumo sente pelo objeto é criada por sua percepção dele. O objeto de arte – como qualquer outro produto – cria um público que é sensível à arte e aprecia a beleza. A produção então não somente cria um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto. Então a produção produz o consumo (1) criando o material para o consumo; (2) determinando os modos de consumo; e (3) criando os produtos, inicialmente apresentados pela produção como objetos, na forma de uma necessidade sentida pelo consumidor. Produz assim o objeto de consumo, o modo de consumo e o motivo do consumo. [...] (MARX, *Grundrisse*)⁴

3 Nietzsche (1950, p. 203) diz algo muito parecido: “[...] acredita-se que a necessidade cria a coisa; mas é a coisa, com frequência, que cria a necessidade..”

4 Tradução feita pelo autor - referência https://www.marxists.org/archive/marx/works/download/Marx_Grundrisse.pdf. Há também outra tradução: Grundrisse- manuscritos econômicos de 1857-1858: Esboços da crítica da economia política. Coleção Marx e Engels. Boitempo editorial, São Paulo, 2011.

É provável que o fato de algumas espécies serem boas ou não para comer não determine em todos os casos, nem mesmo em sua maioria, as construções simbólicas que as utilizam como significantes; ou ainda, quando determina, tudo indica que isto não se dá de modo linear e mecânico, envolvendo no processo de significação diversas mediações de outros fatores além da questão da produção alimentar – a começar, ao que tudo indica, pelas relações de parentesco, constituídas dialeticamente na relação sexualidade (princípio de prazer-eros-sabor) x necessidades gregárias (princípio de realidade-logos-saber). Seja como for, insistimos na possibilidade de as relações alimentares entre os homens e as espécies animais e vegetais, relações estas mediadas pelo trabalho, estarem na origem da dupla acepção do termo gosto (sabor/saber). Pois a preservação da espécie, que começa pelo trabalho necessário à obtenção de alimentos, é o imperativo sobre a qual se erguem todas as culturas.

Se nossa linha de raciocínio merece algum crédito, pode-se afirmar que os juízos de gosto de um grupo social dado derivam indiretamente dos saberes e sabores necessários à existência *material* de cada classe ou estrato social desse grupo. Mas até que ponto parte dos gostos em um presente dado permanecem como *resíduos* fadados ao desaparecimento, conjunto de sabores e saberes socialmente inadequados aos imperativos de novas relações de produção? Mais importante, *como* se configuraria essa mediação, essa *passagem complexa* da estrutura à superestrutura num dado contexto sócio-histórico, e como se explicariam os *efeitos de retorno*?

Como pretendemos que a abordagem dialética da acepção mais dilatada que iremos desenvolver do conceito *gosto* possa contribuir para o esclarecimento dessa problemática, devemos antes de tudo nunca perder de vista que este efeito de retorno da circulação ou do consumo sobre a produção só é possível graças à antecedência de uma produção anterior: só se pode trocar e consumir o que foi produzido. Por isso, metodologicamente, se uma crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura é obrigada a considerar os efeitos do consumo sobre a produção, não pode jamais desconsiderar a antecedência desta sobre aquela, como veremos mais detidamente adiante.

Certo é que, após a “condenação divina”, o primeiro trabalho social necessário para a sobrevivência humana utilizou todos os outros sentidos e teve sua consagração no ato de comer – donde, metaforicamente, sob o prisma dos sentidos, o paladar é originalmente o fim e os outros sentidos são os meios.

O trabalho *de todo o corpo* (dos nervos, dos músculos e do cérebro) seria, portanto, o meio para que se atinja a satisfação do gosto, a princípio como satisfação das necessidades indispensáveis à sobrevivência, em seguida como satisfação dos desejos, do sexo à estética.

A história do gosto começa e termina na boca, passando por todos os poros e nervos. Vai da sucção à mordida, da alimentação à fala e ao canto, do paladar ao juízo e, de volta, do juízo ao paladar. Mais do que o polegar opositor, o que diferencia o homem do bicho é o mesmo que os aproxima: sua língua. É, porém, a qualidade polivalente desta língua humana, alma da boca, expressa no sentido dilatado do termo gosto, a medida que a distingue da língua do bicho – os dedos vêm depois. O gosto é, portanto, a primeira e a última instância canônica da língua, tanto em sua acepção física quanto simbólica.

No fundo, como proclamou um outrora célebre gastrônomo francês, “todas as ciências foram dispostas para contribuir no sentido de destacar e moldar convenientemente os prazeres do gosto”. (Brillat Savarin, 1864, p. 34)

Mas do gosto de quem?

2. RAZÃO, SENSIBILIDADE E ALTERIDADE

O gosto expressa uma verdade subjetiva insubordinável a qualquer crítica. Pouco importa o que se diga a respeito: o que proporciona prazer, proporciona prazer e pronto, e cada um tem o pleno e justo direito de considerar que ninguém tem nada a ver com isso.

O gosto não precisa ser discurso, não precisa “ter razão”.

Essa era aproximadamente a posição do abade Dubos (apud Ferry, 1994, p. 68), em 1719, nas suas “Reflexões Críticas Sobre a Poesia e a Pintura”, obra tida por Voltaire como a mais importante existente sobre a matéria:

Será que, depois de termos assentado os princípios geométricos do sabor e de termos definido as qualidades de cada ingrediente que entra na composição do prato, resolveríamos discutir a proporção usada na mistura deles para

concluirmos se a comida está boa? Não fazemos nada disso [...] provamos a comida e mesmo sem conhecermos essas regras saberemos se está boa. O mesmo acontece, de algum modo, com as obras de espírito e com as pinturas, feitas para nos agradarem e nos comoverem.

É verdade. Por outro lado, se gostarmos de um prato sem sabermos o que contém e descobirmos, após tê-lo comido, que se tratava, por exemplo, de baratas flambadas, haverá uma repulsa violenta resultante do conflito entre o nosso paladar e o nojo coletivo que sentimos pelas baratas, mesmo na hipótese – improvável – de serem saborosas e inofensivas à saúde. Pior que isso: se soubermos que alguém aprecia tal iguaria, provavelmente julgaremos a pessoa, no mínimo, extravagante.

No caso do povo Ojibwa, cujo sistema de relações com o mundo sobrenatural encerra proibições alimentares referentes a certas espécies animais, “as enguias, lacustres e marinhas, [...] são objeto de uma proibição alimentar tão estrita que sua simples visão provoca às vezes o vômito.” (Lévi-Strauss, 1965, p. 50) Os japoneses, por outro lado, apreciam as enguias.

Por que esses paladares variam de cultura para cultura? A resposta não pode estar no próprio paladar. Ele torna-se, por assim dizer, determinado pela superestrutura ideológica.

Há, pois, uma transcendência do gosto para além das singularidades da sensibilidade individual; tal caráter transcendente, que de certo modo compõe e às vezes se opõe à sensibilidade, merece ser investigado. Ele remete ao universal (o humano) e ao particular (o étnico, o nacional etc.).

Isso, porém, não justifica que se pretenda discutir o valor de certos produtos da criatividade humana, cuja própria razão de ser consiste em nos emocionarem de alguma forma, desconsiderando a singularidade da experiência sensível, ao contrário do que acreditava Adorno, quando sentenciou: “O próprio conceito de gosto está ultrapassado. A arte responsável orienta-se por critérios que se aproximam muito dos do conhecimento: o lógico e o ilógico, o verdadeiro e o falso.” (1975, p. 173)

A este propósito, é ilustrativo mencionar aqui a explicação dada por Freud (1970, p. 75) para a sua indiferença em relação à música: “Uma disposição racionalista ou talvez analítica se rebela em mim contra a possibilidade de emocionar-me sem saber porquê e o que é que me emociona”.

Seria aceitável reduzir o julgamento estético a esse racionalismo extremado? Se é certo que nem a própria gastronomia reduz seus juízos à sensação de prazer que um prato proporciona ao paladar, considerando também sua aparência, o contexto no qual é servido, a convivialidade, eventuais parâmetros nutricionais etc., por outro lado eliminar a sensação de prazer ou desprazer de sua posição privilegiada no rol desses elementos constituintes do juízo de gosto seria, para o gastrônomo, uma heresia. Julgo que o mesmo vale para o juízo estético. Não é possível que Adorno, ao perscrutar a estrutura arquitetônica de uma obra de Haydn, o fizesse sem prazer.

A oposição entre gosto e conhecimento (entre sabor e saber) é mesmo necessária? É sustentável? Como bem observou Bourdieu (2000, p. 80)

Não há dúvida de que, uma vez que abandone o reino da pura técnica, a crítica musical raramente é articulada senão através de adjetivos e exclamações. Assim como os místicos falam do amor divino na linguagem do amor humano, as evocações menos inadequadas do prazer musical são aquelas capazes de reproduzir as formas peculiares de uma experiência tão profundamente enraizada no corpo e nas experiências corpóreas primitivas como os gostos dos alimentos.

Não é razoável excluir o prazer do juízo estético e postular uma cientificidade de qualquer (pretensamente universal) para a crítica musical, pois isso conduz inevitavelmente à conclusão de que se trata mais (quando não exclusivamente) de uma questão de significação do que de sensibilidade, ou, em outras palavras, mais de uma questão de *verdade* (saber) do que de *prazer* (sabor). Nos termos de Della Volpe (1991, pp. 218-19):

(a). Não deveríamos ficar surpresos se a ideia musical consiste em uma indizível *Gedankenfülle*, ou plenitude de pensamento: não tomando o termo “indizível” no sentido místico no qual poderia ser entendido por um esteticismo romântico, mas no sentido de que uma ideia-tema [...] só pode ser indizível. Ou seja, ideias cujos meios de expressão consistem em uma gramática particular de intervalos e notas, não em uma gramática de fonemas e significantes [...] que é a gramática da ideia literária ou poética. [...]

Tampouco deveria nos surpreender se o ‘sentido’ ou significado da música deve ser identificado com esta *Gedankenfülle*, a idéia musical produzida ou

expressa por uma ordem de imagens auditivas pessoais cujo instrumento é um sistema gramatical de intervalos, escalas etc. Precisamente por consistir em uma tal plenitude de pensamento indizível, a música [...] é cultivo, ou cultura e humanidade, antes e bem mais do que gozo.

Sem entrar propriamente no mérito do argumento de Della Volpe, o que nos interessa destacar é a presença renitente da oposição saber x sabor, junto à ideia kantiana de desqualificar ou, pelo menos, desconsiderar o “agradável”, o gozo, mesmo em pensadores identificados com o marxismo, como Adorno e Della Volpe. A oposição é falsa e esnobe, assim como a do discurso da indústria cultural (“tocamos o que o povo gosta”), avesso à crítica, é falsa e populista.

Se é verdade que ninguém pode emitir um juízo aceitável sobre o que não conhece ou conhece mal, por outro lado como pode alguém apreciar o que não apraz? O reconhecimento de fatores como maestria na execução, inventividade na composição, desenvolvimento de novas possibilidades estruturais etc. pode, de fato, se dar junto a uma ausência de prazer, assim como uma peça musical evidentemente ordinária do ponto de vista destes critérios, ou de outros, pode despertar prazer. Mas a sensação de prazer ou desprazer que uma música desperta no crítico deve ser excluída da crítica? Ou, pelo contrário, essa exclusão reflete o mesmo dispositivo ideológico identificado por Bourdieu no pensamento estético de Kant? A tentativa de excluir o gosto da crítica da “arte responsável”, como propôs Adorno, não seria também uma forma de escamotear o difícil problema do eventual desacordo subjetivo entre sensibilidade e discursos de legitimação? No fundo, não seria toda e qualquer teoria estética uma racionalização mal ou bem elaborada do gosto do crítico?

Não pretendemos responder essas questões, mas apresentá-las como matéria para reflexão. Nosso objetivo agora é discutir a insistência que encontramos por toda parte nessa *cisão* entre razão e sensibilidade, privilegiando ou uma verdade última do objeto à luz de uma teoria que se pretende universal (racionalismo), ou a verdade última do sujeito à luz da pura percepção singular (irracionalismo).

Ao que parece, Marx não foi aprisionado por esta dicotomia, tendo enxergado que, sendo a prática dos sujeitos que atribui ao objeto uma dimensão humana, é a sua verdade, tanto sensível quanto intelectual, que lhe atribui *um*, não *o* sentido; ou seja, a não ser que aceitemos a hipótese de uma teoria estética universal no tempo e no espaço, e não aceitemos esta hipótese, é na interação entre um objeto específico e um sujeito específico – sujeito histórico, munido

de sensibilidade e razão, ocupando um determinado *locus* social em um espaço geopolítico e em um momento histórico dados – que se estabelece não *a*, mas *uma* verdade. Bourdieu bem demonstrou em seu *Distinction* o caráter classista dos gostos e juízos de gosto. Nos *Manuscritos Econômico Filosóficos*, (Marx, 1954, p. 171-72), lemos que, do ponto de vista subjetivo,

[...] a mais bela canção não possui nenhum sentido para uma orelha não musical, não é um objeto, porque meu objeto só pode ser a manifestação de uma das forças do meu ser; a força do meu ser é em si uma disposição subjetiva, porque o sentido de um objeto para mim só possui um sentido para um sentido correspondente e vai tão longe quanto meu sentido; é por isto que os sentidos do homem social são diferentes dos do homem que não vive em sociedade; é somente através do desdobramento objetivo da riqueza do ser humano que a riqueza dos sentidos humanos subjetivos, que um ouvido musical, um olho sensível à beleza das formas, em uma palavra, os sentidos capazes de gozos humanos tornam-se os sentidos que se manifestam como força do ser humano e são ou desenvolvidos ou produzidos. Pois não se trata apenas dos cinco sentidos, mas também daqueles ditos espirituais (vontade, amor etc...), em uma palavra, os sentidos humanos, o caráter humano dos sentidos, que só se formam graças à existência de um objeto, através da natureza tornada humana. A formação dos cinco sentidos é o trabalho de toda a história do mundo até o dia de hoje.

Em vez de reencontrarmos em Marx a insistente cisão entre razão e sensibilidade, deparamo-nos com a tensão dialética da objetividade sócio-histórica atuando na formação das subjetividades e da faculdade humana de ajuizar sobre objetos sensíveis para os sentidos humanos historicamente objetivados. O que isso nos diz a respeito dos juízos de gosto?

Por mais que a sensibilidade não esgote a questão da “verdade” de um objeto estético, e já vimos que não esgota, desconsiderá-la, desconsiderar a questão da quantidade (intensidade) e da qualidade (tipo) de prazer ou desprazer provocados pela afecção de um objeto que possua ainda que seja a mínima pretensão estética, é desconsiderar sua especificidade e sua própria razão de ser em relação aos demais produtos simbólicos – ciência, religião, filosofia, jornalismo, organização do conhecimento etc. –, cujo valor de uso é de outra ordem. É igualmente desconsiderar os determinantes sociais de sua conformação distintiva e das variadas formas

particulares de fruição e crítica a que o objeto estético, ou o bem simbólico em questão, está sujeito.

Por outro lado, considerar a sensação de prazer ou desprazer como o *único* critério determinante do gosto seria comparar música, pornografia, exorcismo e chikabom, o que seria igualmente inútil.

Em estética, essa dicotomia entre racionalismo e empirismo ou sensualismo poderia ser resumida, para o racionalista, na necessidade de a sensibilidade justificar-se perante a razão; para o empirista, na necessidade de a razão justificar-se perante a sensibilidade. O fato é que homens do porte de Hume, Voltaire, Descartes, Diderot, Montesquieu, Kant, Hegel, Nietzsche, entre outros, se dedicaram mais ou menos detidamente à questão, o que atesta no mínimo a sua relevância filosófica. O que sempre atravessa todas essas análises é um *conflito* entre razão (pretensamente universal) e sensibilidade (pretensamente particular ou singular). Se não se desse este conflito, não haveria necessidade de justificação de espécie alguma.

Porém, só há uma única condição para que não se dê o conflito: que o gosto individual esteja de acordo com determinado padrão coletivo e que nenhum dos dois seja confrontado com outro padrão. Quando o conflito se dá, o que não é nada raro, a atitude mais comum costuma ser o recurso ao lugar-comum “gosto não se discute”, às vezes acompanhado do “se lamenta”. Mas a questão posta dessa maneira não é resolvida, somente recalçada.

Quando surge o conflito – ao descobrirmos que o que comemos sem saber do que se tratava consistia em algo cuja ideia (dado sociocultural que transcende uma inexistente fisiologia “pura” do paladar particular) nos provoca repulsa, ou quando nos comunicamos com alguém a respeito de nossa aprovação ou desaprovação por uma música, por exemplo, e a pessoa discorda do nosso gosto –, surge também a necessidade de o gosto justificar-se através de um discurso. Não perante a “razão universal”, mas perante a razão do outro, seja o funkeiro, seja o colecionador de discos do Roberto Carlos, seja o musicólogo alemão. O apelo exclusivo a uma racionalidade universal representa, neste caso, nada mais que um artifício retórico de cunho etnocêntrico, idealista e classista. O que não significa que a racionalidade mereça menos crédito que a tradição, a sensibilidade etc.; muito pelo contrário, mas desde que se livre da miopia de se pretender “universal”, não identificando sua própria historicidade.

Quando surge o conflito, surge também o desejo do difícil acordo, seja na esfera subjetiva (individual), seja na intersubjetiva (coletiva). Esse desejo de acordo e de elaboração discursiva advém tanto da eventual discrepância entre a experiência sensível e os juízos de valor consagrados (seja nas tradições populares, na mídia ou na academia) quanto da simples constatação de que os gostos variam e do eventual desconforto provocado por ela.

Este desconforto resultaria da frustração do desejo de ser reconhecido pelo outro: “[...] o desejo do homem encontra seu sentido no desejo do outro, não tanto porque o outro detém as chaves do objeto desejado, quanto porque seu primeiro objeto é de ser reconhecido pelo outro.” (LACAN, 1978, p.132)

Talvez esta reflexão nos auxilie a compreender o incômodo provocado pela sentença “gosto não se discute”. No terreno da intersubjetividade, se meu gosto é uma expressão de um sentimento indiscutivelmente verdadeiro para mim em relação a alguma coisa, inevitavelmente há algo de desagradável na ideia de que há quem não goste do que eu gosto (principalmente se for alguém de quem eu goste), pelo simples fato de que a minha verdade é automaticamente posta em questão pela verdade do outro. Como observou La Rochefoucauld (apud Bourdieu, 2000, p. 257): “Ofende mais o nosso orgulho ataques aos nossos gostos do que a nossas opiniões.”

Se a solução para esse desconforto não for simplesmente desprezar ou desconsiderar o outro, para que haja acordo e/ou convencimento é necessária a elaboração discursiva. Conforme argumenta Hume (Of the Standard of Taste):

[...] o julgamento de um homem havia sido mais bem aceito que o de outro; mas não teria sido tão fácil silenciar o mau crítico, que pode sempre insistir em seu sentimento particular e recusar-se a se submeter ao seu antagonista. Mas quando lhe mostramos um princípio de arte avalizado; quando ilustramos este princípio através de exemplos, cuja operação, segundo seu próprio gosto particular, ele reconhece estar de acordo com o princípio; quando provamos que o mesmo princípio pode ser aplicado ao caso presente, onde ele não percebeu ou sentiu sua influência: Ele tem que concluir, por fim, que a falha reside nele mesmo (...)

Quando, porém, há desacordo quanto ao “princípio de arte avalizado”, surge o impasse. Além disso, nem sempre a elaboração discursiva é possível nesses assuntos. Se ela não é possível, o desconforto e o desacordo persistem de modo

recalcado. É difícil traduzir sentimentos em palavras. E isso só aumenta o desconforto e o embaraço que nos provoca o fato de alguém não gostar de algo que gostamos, e vice-versa, incômodo que talvez provenha também da impressão, despertada por esta discordância, de uma relatividade excessivamente radical do que é ou não real, como se uma pessoa chamasse de amarelo uma cor, por exemplo, que eu chamo de vermelho; no caso, ou a pessoa mente ou nossas percepções óticas são distintas, suposto que dominemos a língua e estejamos observando a cor sob as mesmas condições de apreensão (a mesma luz, o mesmo ponto de vista).

No que se refere à variedade dos gostos, excetuando-se a hipótese da mentira, a solução empirista sugere que os fatores que a determinam podem ser identificados nas percepções superiores ou inferiores. De Hume podemos inferir que o gosto para a música varia segundo varie a capacidade auditiva, fisiologicamente falando, acrescida do cultivo dos sujeitos. Isto é verdade e não é. No extremo, diante da surdez e da ignorância crassa, o postulado se justifica. Mas é perfeitamente razoável imaginarmos dois sujeitos cultivados, que dispõem de um aparelho auditivo igualmente bem formado, divergirem em seu gosto musical. A solução de Hume para este dilema poderia ser traduzida na expressão “a nata da nata”, isto é, no fundo, há algumas obras artísticas inquestionavelmente superiores às outras, o que pode ser atestado por sua longevidade histórica e pelo consenso de todos os povos (europeus!) a respeito; e há raríssimos indivíduos que, estejam onde estiverem, seja em que época for, possuem um aparelho perceptivo e um grau de cultivo inatingível aos demais mortais. Porém, tais postulados, provavelmente, são empiricamente verificáveis e, mesmo que o fossem, só diriam respeito a indivíduos excepcionais.

Portanto, voltemos à questão de como algo que desperta prazer em uma pessoa menos agraciada pelos deuses desperta desprazer ou indiferença em outra igualmente cultivada e capacitada fisiologicamente. Mais do que nas percepções em si, a resposta talvez se encontre na rede valorativa que cada um estabelece através delas, rede tecida com dois materiais: 1) maior ou menor acesso do sujeito a um repertório simbólico comum e aos cânones da classe e/ou da fração de classe à qual ele pertence, bem como aos das classes ou frações de classe às quais ele não pertence, ambos os graus de acesso condicionados pela sua posição de classe; 2) as condições objetivas de apreensão (contexto da afecção) e reapreensão (novos contextos de apreensão), que têm como referência de afecção prazerosa – ou desprazerosa – o primeiro, apreensão esta que

se busca reproduzir – ou não –, no esforço de carregar os novos contextos de significação e gozo equivalentes aos anteriores. Assim, o sujeito pode reproduzir o cânone – se o prazer que legitima lhe satisfizer e se não houver conflito entre sensibilidade e razão –, abandoná-lo ou se opor a ele.

Cumpre, portanto, para um estudo e para uma crítica da produção, circulação e da reprodução social dos gostos, partir de uma investigação destas redes valorativas individuais, destes repertórios simbólicos comuns, desses cânones e destas condições de apreensão e reapreensão. Para tanto, é importante levar também em conta as mediações que complexificam a divisão desigual de um repertório simbólico coletivo disponível e das condições objetivas de apreensão: formação, etnia, gênero, idade etc.

Um dos fatores que dificultam a tarefa é que esses “cânones”, sobretudo nas grandes concentrações urbanas modernas, e ainda mais no mundo globalizado, nem sempre possuem contornos nítidos e muitas vezes não existem de modo verbalizado, o que impõe o esforço teórico de recortá-los e decifrá-los semioticamente. Para que isto seja possível, há que se identificar sua gramática e semântica distintivas, o que requer uma observação atenta e minuciosa, e/ou o recurso à tradução verbal pelos próprios sujeitos. Pois somente redes valorativas *conscientes* – isto é, passíveis de elaboração discursiva que traduza o cânone, as experiências sensíveis concretas e a posição destas em meio àquele –, que emergem nos discursos de legitimação, ou juízos de gosto, podem indicar as pistas dessa investigação. Meras estatísticas de consumo afastam-se muito pouco da tautologia: gosta-se do que se conhece porque se conhece o que se gosta, isto é, porque sim. Por outro lado, identificar o que não se gosta do que se conhece, e por quê, contribuiria para a composição de um expressivo quadro sociossemântico.

Rousseau (1999, p. 315-16), em outros termos, antecipou essa questão, ao propor que há uma relação a ser desvendada entre sensações e impressões intelectuais ou morais:

Enquanto se continuar considerando os sons unicamente pela excitação que despertam em nossos nervos, de modo algum se terá verdadeiros princípios da música, nem noção de seu poder sobre os corações. Os sons, na melodia, não agem em nós apenas como sons, mas como sinais de nossas afeições, de nossos sentimentos [...] Quem desejar filosofar sobre a força das sensações, comece, pois, por afastar, das impressões puramente sensuais, as impressões intelectuais e morais que recebemos por via dos sentidos, mas das quais estes

são só causas ocasionais; evite o erro de conferir aos objetos sensíveis um poder que não possuem ou derivado das afeições da alma que nos sugerem.

Mas como fazê-lo? Sugerimos que possíveis respostas podem ser encontradas se buscarmos desvelar, em primeiro lugar, o complexo de fatores que determinam quais “objetos sensíveis”, ou bem simbólicos, são produzidos e postos em circulação. Em segundo lugar, quem os consome, de que forma, em quais circunstâncias, a partir de quais referências ou expectativas? Em terceiro, quais são as “impressões intelectuais e morais” produzidas por esses consumo e que, ao mesmo tempo, o produzem? Em quarto, o que possuem de ideológico?⁵

3. MÚSICA E FETICHE

No princípio (1892)⁶, a companhia fonográfica limitava-se a registrar, reproduzir e a pôr em circulação as músicas que as pessoas produziam e gostavam. Depois, as pessoas passaram a reproduzir e a gostar das músicas que a companhia fonográfica produzia, registrava, reproduzia e, junto ao rádio, ao cinema e à TV, punha em circulação. É certo que a digitalização da música e a popularização da internet vêm alterando este quadro. Acreditamos, porém, que, até o momento, as parcerias entre indústria fonográfica, rádio, cinema, TV e, mais recentemente, a indústria de games, permanecem centrais na formação da maioria dos gostos musicais. E a companhia fonográfica, o rádio, o cinema e a TV, mais os games – os órgãos vitais da indústria cultural – não baseiam suas operações em juízos de gosto, preocupados com valores de uso, mas em juízos contábeis, ocupados com valores de troca. Os valores de uso importam então não por sua propriedade de satisfazerem necessidades e desejos, mas como mediadores eficientes da conversão de seu próprio valor de troca em capital, como chamarizes para a troca, isto é, para a realização monetária da mais valia que contém embutida em si. Deu-se, pois, uma inversão, e o gosto tornou-se matéria dessa alquimia contábil.

⁵ Ver anexos. Dessas indicações metodológicas, a pesquisa que resultou neste livro explorou mais detidamente a primeira e um pouco a terceira, restando as demais sugestões para pesquisas posteriores.

⁶ A data remete aos primórdios da comercialização de fonogramas, mais precisamente à primeira exibição pública de um fonógrafo no Rio de Janeiro, praticamente em sincronia com os EUA e a Europa (Tinhorão, 1981).

Boa parte deste livro consiste em uma análise e em uma crítica dessa inversão.

A primeira relação entre a indústria cultural e os gostos musicais converteu-se ao longo de pouco mais de um século na segunda, em um espaço social definido: o mercado. O mercado é a superfície idílica do modo de produção capitalista, onde se dá a troca livre de mercadorias – trabalho por dinheiro, dinheiro por coisas produzidas – entre indivíduos livres.

Observando-se esta superfície vibrante, pode-se objetar nosso postulado de que teria havido uma inversão, responsável pela subordinação do gosto das pessoas aos juízos contábeis da indústria cultural. Afinal, ninguém há de negar que, embora a indústria cultural produza e veicule coisas para serem vendidas, para que o sejam, devem satisfazer o gosto do público. Além disto, não é o departamento financeiro das empresas, mas os músicos e cantores, livremente contratados, quem efetivamente produz as músicas, em cooperação com produtores musicais, engenheiros e técnicos de som. Quanto ao público, enfim, no mercado cada um é livre para gostar do que quiser, segundo o seu próprio juízo.

Sob esta superfície, porém, ocultam-se as relações reais de produção, bem menos idílicas. É, portanto, nos subterrâneos da produção, uma região à qual o público não tem acesso, que a objeção se mostra falsa. Porque se em um momento inicial – início do século XX – a seleção e a estrutura formal do que seria produzido (registrado), reproduzido (serializado) e posto em circulação (publicizado comercialmente) ainda era orientada pela percepção de empresários sobre o gosto de artistas e públicos locais – que, por assim dizer, se conheciam diretamente –, os quais se formavam em meio a todo um conjunto de práticas intersubjetivas pré midiáticas, o show business mostrou-se tão lucrativo em um momento seguinte que a seleção e a estrutura formal dos produtos, e consequentemente o gosto dos artistas e do público, passaram aos poucos a serem crescentemente orientados pelos imperativos econômicos da produção. Esse “momento seguinte” foi aquele no qual a produção musical tornou-se “trabalho produtivo” do ponto de vista do capital. Ora, se, desse ponto de vista, um trabalho só é “produtivo” na medida em que o capital investido na compra da força de trabalho se converte em mais capital, a produção musical só entra neste circuito a partir do início do comércio de edições e apresentações musicais, mediadas por um empresário, e este processo só adquire importância econômica mais relevante com o desenvolvimento da indústria cultural: é a partir daí que os imperativos econômicos da produção passam a determinar a reprodução e a

circulação – consequentemente, o consumo de música. Afirmar que estes imperativos coincidem com o “gosto popular” é, na melhor das hipóteses, uma tautologia, pois só se pode gostar ou não do que se conhece, do que se tem ao menos alguma informação a respeito, e, na esmagadora maioria dos casos, desde então, praticamente só se conhece as músicas que a indústria cultural produz, reproduz e põe em circulação. Quem, por outro lado, tem acesso a outras fontes de informação e de formação que não os meios de comunicação massivos – academias, tradições populares, vanguardas etc. –, tende a expressar juízos de gosto consideravelmente distintos do chamado “gosto popular”, que permeia o discurso populista da indústria cultural, embora ambos os juízos possam pontualmente coincidir.

Contudo, como se efetuou, na prática, a inversão que postulamos ter ocorrido? Ora, se o gosto não é um dado acabado, mas um processo, uma formação socialmente mediada, e se essa formação reproduz, em cada sociedade, em última instância, ainda que de modo indireto e complexo, isto é, não linear, mecânico, automático, os imperativos econômicos contraditórios que a regem (é a velha ideia cuja atualidade defenderemos aqui), o aumento da importância econômica da produção musical industrializada relaciona-se, antes de mais nada, com o crescimento intensivo das concentrações urbanas durante o século XX em todo o mundo, gerando, como lembra Hobsbawm (1997), uma configuração inédita na história humana, a partir dos anos 1970: a maior parte da humanidade vivendo em cidades. Esse fenômeno promoveu miríades de contatos, afecções, conflitos e miscigenações entre tradições culturais pré-urbanas, locais, dos vários locais do mundo, deslocadas espacialmente. Isto favoreceu, por um lado, notáveis possibilidades de enriquecimento e renovação formais dessas tradições; por outro, contraditoriamente, a configuração de um quadro social passível de aniquilá-las em sua capacidade de desenvolvimento e em sua diversidade expressiva.

Para que se compreenda esse fenômeno, deve-se ter em conta, conforme ensina Martin-Barbero, que [...] “o que se passa na cultura quando as massas emergem não é pensável a não ser em articulação com as readaptações da hegemonia, que, desde o séc. XIX, fazem da cultura um espaço estratégico para a reconciliação das classes e a reabsorção das diferenças sociais.” (1997, p.191)

“Readaptações da hegemonia” são reconfigurações de relações sociais de poder econômico, político e cultural. Este poder é em última instância determinado

pela posição econômica que os sujeitos ocupam na sociedade, por sua posição de classe. Isso significa necessariamente ter em foco o sujeito do gosto – não somente mas também – como sujeito econômico, isto é, sujeito que produz e consome, e a forma específica como ele produz (ou seja, a posição que ocupa em meio às relações de trabalho) estabelece as possibilidades e limites do seu consumo, material ou simbólico.

Além disso, paralelamente ao fato de a cultura ter se tornado “um espaço estratégico para a reconciliação das classes e a reabsorção das diferenças sociais”, a “emergência das massas urbanas” mostrou-se também uma magnífica promessa de ganho de escala para a emergente indústria cultural; em primeiro lugar porque, dispondo-se de vultoso capital para investir em produção e promoção, é mais lucrativo serializar e pôr em circulação em larga escala uma mesma matriz (fonográfica, gráfica, vídeo-digital) do que serializar e promover em escalas mais modestas matrizes diversas, da mesma forma que

(...) custa menos trabalho construir uma oficina para 20 pessoas do que 10 oficinas, cada uma com capacidade para 2 pessoas (...) Por isso, diminui a porção de valor do capital constante [instalações, maquinaria e matérias-primas] que se transfere a cada produto isolado e na proporção dessa queda cai o valor global da mercadoria. (Marx, 1982, p. 373)

Em segundo lugar, tudo indica que, repetindo-se *ad infinitum* a fórmula de sucesso consagrada, ou variando-a de modo epidêmico, e com o auxílio luxuoso de um imenso aparato de publicidade e marketing, diminuem os riscos de rejeição por parte do consumidor, o que não representa propriamente uma preocupação fraternal do investidor com a satisfação íntima ou com a formação estética do público, mas uma preocupação exclusiva em minimizar os riscos e maximizar os lucros do investimento. A indústria contemporânea apenas radicalizou o processo em escala global. O mesmo vale para a indústria cultural

Todavia, pode-se aqui novamente objetar que, pelo contrário, a indústria capitalista caracteriza-se pelo imperativo da “novidade” e da variedade, tendência que vem se intensificando ultimamente, com a obsolescência planejada dos produtos e os mercados de nicho. Ora, mas isto, ao menos no que tange à música produzida na indústria cultural raramente é consequência de novidades orgânicas (isto é, de renovações devidas a experiências orientadas por imperativos

estéticos e/ou ao esgotamento de possibilidades formais existentes), mas, sobretudo hoje, 1) de uma superprodutividade acelerada, expressão da ebulição caótica das forças produtivas e de uma pressão concorrencial titânica, que motiva a corrida enlouquecida entre os monopólios transnacionais, compostos pelas cada vez menos numerosas empresas pantagruélicas sobreviventes e reinantes, para transformar dinheiro (D) em mais dinheiro (D', isto é, capital), e 2) da previsível saturação *dos* e da busca *por* novos (e moribundos) mercados, devido à desaceleração da economia mundial. Em outras palavras, assim como a repetição, a “novidade” permanece em última análise determinada por imperativos econômicos.

Como consequência desse processo, ao se privilegiar a veiculação massiva de algumas poucas fórmulas em detrimento de uma imensa variedade de outras, existentes e potenciais, bloqueia-se a socialização de uma infinidade de experiências formais, que permanecem restritas ao âmbito dos músicos e dos circuitos marginais à grande mídia, sejam espaços de elite, sejam espaços populares, sejam espaços híbridos digitais, ou simplesmente desaparecem. Seu desaparecimento tem ainda duas outras consequências possíveis: leva consigo o conteúdo existencial concreto que veiculavam, ou o emudecem.

Insistimos, portanto, que o crescente valor econômico atingido pela música ao longo do século XX operou uma inversão de prioridades, tendo os imperativos do gosto dos artistas e dos públicos sido subordinados aos imperativos econômicos da indústria cultural. E a indústria cultural – seu capital, suas máquinas, suas redes de informação, suas equipes de trabalho, seus *lobbies* políticos, sua razão social, suas concessões públicas, seus *jabás*, enfim, seus meios de produção e circulação, seu aparato jurídico, formal e informal – não pertence aos artistas ou ao público, mas ao capital.

Ora, se, como sugerimos, o gosto é uma formação socialmente mediada, podemos desde já concluir que os donos da indústria cultural detêm atualmente a hegemonia dessa mediação. Não que estes senhores conspiram no sentido de impor a todos o seu gosto pessoal, o qual, aliás, pouco interfere no processo – esse descritório também caracteriza a irracionalidade do modelo: os gostos de todos, inclusive os do próprio capitalista, são subordinados, nas práticas da indústria cultural, aos imperativos da reprodução ampliada do capital.

Voltemos então ao nosso postulado original e sigamos as etapas através das quais se procedeu esta inversão subterrânea, evidentemente estúpida, entre a

primazia dos juízos de gosto e dos juízos contábeis na produção musical do século XX; investiguemos como a música adquiriu, na sociedade de consumo contemporânea, a mesma dupla natureza das demais mercadorias: seu valor de uso e seu valor de troca; de que forma o valor de troca foi gradualmente, graças ao desenvolvimento da indústria cultural erigida porta-voz do capital, tornando-se a natureza predominante da música, enquanto seu valor de uso, que pertence à ordem do prazer, como consequência dessa inversão, gerou um gosto social de contornos nitidamente fetichistas.

Ouçõ desta vez nova e aflita objeção dos meus contemporâneos pós-modernos: “E daí? Que direito tem alguém de julgar as formas que as pessoas escolhem para obter prazer?”

Dito desta maneira, realmente ninguém deve se atribuir tal direito, a não ser que se trate de um sectário em estética ou de um moralista empedernido. Afinal, que o fetichista obtém prazer de sua prática, parece não haver dúvidas, e se ainda por cima essa prática for inofensiva a ele mesmo e aos outros, concordamos piamente que ninguém tem nada a ver com isso. Mas a objeção está mal formulada. Porque 1) o fetichista não escolhe as formas com as quais obtém prazer, sendo, antes, por assim dizer, escolhido por elas, e 2) não se trata de criticar alguma idiosincrasia individual, mas um padrão social historicamente determinado, altamente heterônomo, embora aparentemente calcado em autonomias.

O que há em comum entre a acepção psicanalítica e a marxista de fetiche, que utilizaremos sinteticamente, com certa liberdade, é o fato de tratar-se, no fetichismo, de transferência de energia (libidinal ou força de trabalho) do sujeito para o objeto, carregando o último de valor (erótico, simbólico ou econômico) alienado do primeiro, na medida em que o sujeito é sujeitado ao objeto. Baudrillard (1972, p. 97 em diante) questiona a validade do conceito “fetichismo” em sua acepção marxiana, sugerindo, entre outros argumentos, o exemplo do “pensamento mágico” das tribos *bantous*, para quem a “força difusa” do *mana* é na verdade desviada para o “proveito” do “indivíduo ou do grupo”; neste caso, concordamos, não há fetichismo, que só ocorre, como nas sociedades contemporâneas, quando a *força concreta* do indivíduo ou do grupo é desviada para o proveito do capital.

Para Baudrillard, porém, fetiche é um conceito fetiche:

O que significa o conceito “fetichismo da mercadoria”, senão a ideia de uma “falsa consciência”, de uma consciência dedicada ao culto do valor de troca [...] o que supõe em alguma parte o fantasma ideal de uma consciência não alienada, ou de um estatuto objetivo “verdadeiro” do objeto: seu valor de uso?⁷

Isso é uma caricatura. Mas a caricatura pode ser uma boa peça didática – em nosso caso, pelo efeito de contraste com uma imagem mais fiel do que se pretende retratar.

Baudrillard simplesmente parece não perceber que, a despeito de sua intenção irônica (sugerida pelas aspas que envolvem o termo *verdadeiro*), a resposta à questão formulada já está contida em sua própria formulação: a verdade (sem aspas) de um objeto, ou melhor, sua verdade humana, social, encontra-se precisamente em seu valor de uso, em sua propriedade de satisfazer necessidades humanas, “do estômago ou da fantasia”: de satisfazer o gosto, portanto.

Ora, se este gosto é orientado por fins utilitários imediatos ou por sensibilidades altamente mediadas, isso não muda nada quanto a essa verdade simples. Pois a própria contradição dialética do gosto faz com que sua objetividade, sua efetividade, sua “verdade” consista na tensão entre o caráter objetivo e o subjetivo de um valor de uso qualquer. A solução dessa contradição reside no movimento de objetivação dessa subjetividade mediante a saciedade do desejo lacunar (desejo sem objeto predeterminado de satisfação) propiciada pela ação de um objeto qualquer (que cumpra essa função) sobre o sujeito, seguida pela apropriação do objeto pelo sujeito. Essa apropriação pode se dar de tal modo que o objeto se desvaneca ao tornar-se parte do sujeito, como no caso da alimentação, ou permanece em si tal qual era, mas se torna diferente *para nós*, como na diferença que há entre uma habitação vazia e uma ocupada, ou entre um livro não lido e um livro lido.

Isso, quanto ao polo subjetivo do problema, o qual, da maneira como colocamos a questão, parece ser o momento predominante da contradição. Mas isso só é

7 Nosso debate com Baudrillard restringe-se às posições antimarxistas que ele defende nesse livro. É, aliás, pelo caráter exemplar dessas posições, em um autor identificado com a esquerda do espectro político, que precisamente este texto foi escolhido para a crítica que desenvolvemos agora. Este livro de Baudrillard, aliás, é citado algumas vezes por Sahlins, com quem dialogaremos a seguir, em defesa da “supremacia da cultura” sobre a “razão prática”.

verdadeiro na aparência. Pois o mundo dos objetos, em sua concreticidade⁸, bem como as formas efetivas de apropriação, são, em princípio, universais, já que virtualmente acessíveis a todos. Essa universalidade objetiva dos objetos concretos, porém, é cindida em várias formas particulares, determinadas 1) pelas diversas disposições dos sujeitos singulares em meio à luta, mais aberta ou mais velada, entre as classes sociais e suas frações; 2) pelas conseqüentes formas de fruição que lhes são ou não acessíveis (incentivadas, interdidas ou desestimuladas); e 3) pela disponibilidade de um repertório simbólico (bens, códigos e juízos de valor) específico, em um determinado estágio do desenvolvimento histórico da sociedade.

O “estatuto objetivo verdadeiro do objeto”, além de suas propriedades físico-químicas, permanece e só pode permanecer em seu valor de uso (onde mais buscá-lo?), potencialmente universal, mas nem por isso um “fantasma ideal”, dado seu caráter efetivamente histórico e parcial nas formas particulares e singulares de atualização dessa potência.

Quanto a essa dialética entre potência universal e efetividade particular ou singular, tomemos um exemplo empírico. Vamos admitir que seja verdadeira a ideia, amplamente difundida, de que as classes cultas, modernas e contemporâneas, tendem a privilegiar experiências de prazer mais mediadas, e as classes “populares” as mais imediatas. Novamente temos a impressão de que o polo subjetivo e particular é o dominante. Porém, essas distinções (particulares) aparentemente subjetivas são uma reprodução, no campo da estética, de formas de distinção classista bastante objetivas, que remetem ao universal cindido e se manifestam nas oposições *raro/comum*, *nobre/vulgar*, *refinado/grosseiro* etc., identificáveis tanto no gosto artístico quanto na gastronomia, nas falas, nos gestos, na decoração, no modo de se abrir a boca quando se ri, conforme Bourdieu demonstra exhaustivamente em seu *Distinction*. A própria noção de distinção de classe, aliás, pode ser vista sob o prisma da potência universal concreta do homem como ser genérico, cindida em efetividades particulares, que são as classes. A concreticidade atual desse universal, ou totalidade, se dá na forma contraditória da unidade do diverso. Tal contradição, porém, não pode permanecer estática, dada a natureza especificamente tensa da relação entre esses particulares, as classes, que é de antagonismo estrutural.

8 A noção de *concreticidade*, em Kosik (2002), diz respeito à totalidade do real enquanto articulação dialética da empiria – do fenomênico, do existente, do perceptível – com as leis dinâmicas que a regem, com suas potências geradoras, com suas determinações, com suas múltiplas causalidades concebíveis e até certo ponto verificáveis – a “essência”. Esta concreticidade é cognoscível graças à mediação ativa da práxis humana, embora nunca seja imediata, integral e definitivamente cognoscível de uma forma acabada.

Dito isto, a verdade dos objetos permanece, sim, em seu valor de uso, mas esta não é uma verdade do tipo matemático, “definitiva”, dado o seu conteúdo mutável: se trata de uma verdade histórica, dinâmica, processual.

Além disso, reconhecer que é do interesse das pessoas que fazem as coisas em uma sociedade que essas coisas atendam às necessidades destas pessoas, sejam elas fisiológicas ou simbólicas, do estômago ou da fantasia, esse reconhecimento não envolve nenhum “fantasma ideal”. Pois quando se fala em fetiche, falsa consciência ou alienação, não se está discutindo se as necessidades humanas bio historicamente determinadas são falsas ou verdadeiras sob um prisma universal abstrato, somente que 1) universalmente não são levadas em consideração, ou o são como mera *contingência* para a transformação de capital em mais capital; 2) que as pessoas compreendem ou não o processo; e 3) que se situam, ou podem se situar, de uma ou outra forma, em meio à luta de classes, em função desta compreensão.

É simplesmente disso que trata, não de fantasmas ideais.

O fato de essas necessidades variarem de época para época, de lugar para lugar, de cultura para cultura e, em certa medida, de indivíduo para indivíduo, bem como a divisão conceitual que pode ser estabelecida entre necessidade e desejo, não impede que uma das qualidades das coisas feitas pelas pessoas, ou melhor, que sua qualidade *primária* seja satisfazer necessidades (ou desejos) humanas. Marx refere-se a essas necessidades (alimentar-se, habitar, vestir-se etc.), desde as da ordem da natureza (necessidades biológicas, “do estômago”) às da ordem dos costumes (necessidades “espirituais”, isto é, culturais ou simbólicas, “da fantasia”), como determinadas pela interação concreta entre natureza e cultura (pelo “metabolismo do homem com a natureza”), historicamente constituída pelo conjunto dos fatores biológicos, ambientais e dos meios e modos de produção desenvolvidos pelo homem, que implicam em uma ou outra forma de divisão do trabalho e, a partir daí, estabelecem as estratificações sociais, as relações de poder e as cooperações e conflitos correspondentes (a luta de classes).

Dada a complexidade de sua elaboração crítica do capital e posto que não há, para o homem, natureza sem cultura, nem cultura sem natureza, Marx limitou-se, a este respeito, a falar em necessidades em geral, atendo-se à seguinte contradição fundamental: as necessidades humanas, sejam quais forem, não são satisfatoriamente supridas pelo modo de produção capitalista, o qual, ao mesmo tempo, cria pela primeira vez na história as condições materiais para

que o sejam, em abundância, senão em todas as instâncias, certamente nas elementares (alimentar-se, habitar, vestir-se etc.), e o resultado da maior parte do trabalho humano não se converte em satisfação de necessidades humanas, mas, através do roubo (alienação de mais-valia), em capital, tornado sujeito automático da história, e os homens, suportes objetificados para sua expansão. De certo modo, é a partir desta contradição nuclear que Marx desenvolve sua crítica do capital.

Quanto ao fetiche do dinheiro, o salário é a parcela em dinheiro do capital indispensável à reprodução da força de trabalho. Tornou-se também, sobretudo nas sociedades capitalistas mais desenvolvidas, amenizador das tensões de classe graças ao estímulo midiático ao consumo de valores de uso, muitas vezes falsos, isto é, fruto não de necessidades existentes, mas de necessidades criadas pela indústria de bens de consumo (incluindo a indústria cultural), as quais, embora lastreadas em necessidades existentes, as remodelam, estimulam ou recalcam segundo os imperativos de reprodução ampliada do capital em um momento dado.

Originalmente, só o excedente de uma produção social era trocado, pois

Um objeto útil só pode se tornar valor-de-troca depois de existir como não-valor-de-uso e isto ocorre quando a quantidade do objeto útil ultrapassa as necessidades diretas do seu produtor. (...) Com o tempo, passa-se a fazer para a troca, intencionalmente, pelo menos uma parte dos produtos do trabalho. A partir deste momento, consolida-se a dissociação entre a utilidade das coisas destinadas à satisfação direta das necessidades e a das coisas destinadas à troca. Seu valor-de-uso dissocia-se de seu valor de troca. (Marx, 1982, p.98)

Mas só no modo de produção capitalista a troca tornou-se princípio e fim de todas as atividades produtivas, e o valor de uso não somente “dissocia-se do valor de troca”, mas subordina-se a ele, primeiro na esfera da produção, depois na circulação e no consumo (pois só se pode trocar e consumir o que foi produzido).

É evidente que a produção só se justifica para o capital se for posta em circulação, e para tanto é necessário que satisfaça, de algum modo, necessidades humanas. Por outro lado, necessidades humanas só devem ser satisfeitas, do ponto de vista do capital, se lhe proporcionarem maiores possibilidades de crescimento que a satisfação de outras necessidades humanas. Em outras palavras,

o capitalista não se pergunta propriamente se há uma demanda, mas quais dentre as demandas existentes é mais lucrativo atender, e de que modo. A partir deste ponto, selecionam-se alguns produtos, como mísseis, cocaína, chikabom e Luan Santana, e começa a guerra comercial, em meio à qual alguns produtos, mas não outros, menos rentáveis em um momento dado, são lançados na esfera da circulação, no mercado, e somente sobre essas mercadorias o sujeito, como consumidor, possui algum arbítrio. Com o tempo, e o fim, ou o aborto, da produção de mercadorias que não aquelas mais rentáveis para o capital em um momento anterior, os valores de uso das mercadorias em circulação se tornam as únicas referências do consumo. Assim, se as coisas só se tornam valores de uso após terem sido produzidas para um mercado pelo melhor valor de troca possível, isto é, levando consigo, por assim dizer, a maior quantidade de mais-valia possível, seu valor de uso, sua propriedade de satisfazer necessidades humanas, converte-se em uma propriedade secundária e subordinada em seu ciclo de vida. O mesmo vale para a produção de bens simbólicos, quando subordinada aos imperativos da produção industrial capitalista, subordinação que se intensifica quando a indústria cultural converte-se em complexo infotecomunicacional, mediante um movimento que conduziu as muitas indústrias culturais concorrenciais, que dominaram o cenário até o início dos anos 1980, rumo à convergência tecnológica e empresarial, de tendências monopolistas, de meados dos anos 1990 em diante.

A indústria cultural, outrora secundária diante da indústria siderúrgica, petroquímica, elétrica etc., conforme destacaram Adorno e Horkheimer na *Dialética do Esclarecimento*, adquiriu ao longo do século XX uma crescente importância econômica, tendo, a partir dos anos 1980, atingido o estágio monopolista a que se refere Lenin (1979, p. 588) em relação aos empreendimentos capitalistas em geral:

[...] ao chegar a um determinado grau de seu desenvolvimento, a concentração [de capital] [...] conduz diretamente ao monopólio, visto que, para umas quantas dezenas de empresas gigantescas, é muito fácil chegarem a acordo entre si e, por outro lado, as dificuldades da concorrência e a tendência para o monopólio nascem precisamente das grandes proporções das empresas.

Por essas razões, um dos maiores desafios para a efetivação do projeto socialista (ou da cidadania ampliada) consiste em descobrir “como solapar o processo produtivo capitalista constantemente renovado pela homogeneização orientada

para a quantidade e o valor de troca e substituí-lo pelo processo qualitativo orientado para a necessidade e o valor de uso?” (Mészáros, 2002, p. 629)

Baudrillard, porém, ao escrever as linhas que criticamos, não está mais preocupado com essas coisas. Por isso, talvez, como vimos, não se limita a questionar a verdade do “valor de uso”. No mesmo lance, ele também põe em dúvida o valor de uso dos conceitos *falsa consciência* e *fetichismo da mercadoria*.

De acordo com a sua argumentação, ambos seriam praticamente sinônimos – o que está rigorosamente errado, pois a falsa consciência é um fenômeno *derivado* do fetichismo da mercadoria. Este, por sua vez, não consiste em nenhum “culto” ao valor de troca, ao qual se oporia uma fantasmática consciência não alienada como o seu outro necessário, mas em um *processo* social bastante concreto, que pode ser corretamente apreendido por qualquer consciência empírica, desde que interessada.

Fica-se com a impressão que Baudrillard cultiva uma espécie de ressentimento – absurdo – pela ausência de semiótica no coração da teoria do valor de Marx, que é a teoria do fetichismo da mercadoria (ou do valor). O problema é que a teoria do valor de Marx *não precisa* da semiótica, pois o fato de o valor de uso estar carregado das mais variadas cargas simbólicas *em nada altera o fato de que se trata de propriedade distinta do valor de troca*, e é na supremacia desta propriedade sobre aquela, característica exclusiva do modo de produção capitalista, que se dá o caráter fetichista deste modo de produção, no qual as coisas não são produzidas para a satisfação de necessidades humanas (pelo seu valor de uso), mas por si mesmas como etapas da transformação de trabalho em capital, convertendo-se o valor de uso em propriedade derivada do valor econômico. É simples assim. E grave.

Como esclarece Mészáros (2002, p. 606):

Para tornar a produção de riqueza a finalidade da humanidade, foi necessário separar o valor de uso do valor de troca, sob a supremacia do último. Esta característica, na verdade, foi um dos grandes segredos do sucesso da dinâmica do capital, já que as limitações das necessidades dadas não tolhiam seu desenvolvimento. O capital estava orientado para a produção e a reprodução ampliada do valor de troca, e portanto poderia se adiantar à demanda existente por uma extensão significativa e agir como um estímulo poderoso para ela.

O que o processo concreto descrito acima, desvendado por Marx, tem a ver com fantasmas? Porém, já que Baudrillard mencionou fantasmagorias, embora as situando no lugar errado, retomemos a passagem clássica de Marx (2002, p. 81) sobre o assunto:

Uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. Para encontrar um símile, temos de recorrer à região nebulosa da crença. Aí, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas que mantêm relações entre si e com os seres humanos. É o que ocorre com os produtos da mão humana, no mundo das mercadorias. Chamo a isto de fetichismo, que está sempre grudado aos produtos do trabalho, quando são gerados como mercadorias. É inseparável da produção de mercadorias. Esse fetichismo do mundo das mercadorias decorre [...] do caráter social próprio do trabalho que produz mercadorias.

Um pouco adiante (p.83), Marx acrescenta: “Para este [os participantes da troca], a própria atividade social possui a forma de uma atividade das coisas sob cujo controle se encontram, em vez de as controlarem.”

Portanto, quanto à questão “de uma ‘falsa consciência’ [...] que supõe em alguma parte o fantasma ideal de uma consciência não alienada”, não há nenhum “fantasma ideal”, tampouco mistério: consciência não alienada, em Marx, significa simplesmente a compreensão do processo capitalista concreto – e de seus desdobramentos superestruturais –, como um modo de produção historicamente dado, que expropria trabalho excedente produzindo mais valia etc., e consciência alienada, falsa consciência, o desconhecimento deste processo, a crença em sua inevitabilidade, sua naturalização, seu “direito” de determinar todas as atividades humanas, legitimado pela aparência de liberdade na superfície do mercado (aparência esta, por sinal, que tanto tem deslumbrado alguns teóricos do consumo recentemente).

Consciência não alienada, em Marx, como vimos, não tem nada a ver com fantasmas ideais, mas com o simples reconhecimento de que, no capitalismo, o trabalhador (que, não se deve esquecer, é também consumidor, e seu consumo está diretamente condicionado por sua condição de trabalhador, o que inclui o seu salário) não possui os meios de produção, a ciência e os frutos do trabalho,

mas é por eles possuído; ou seja, não é dono do seu nariz; significa que as coisas não são produzidas pelo homem para satisfazer suas necessidades, sejam elas fisiológicas ou espirituais, mas apenas para multiplicar capital; significa que o trabalho, na aparência “livre”, é trabalho forçado, e ocupa a maior parte do tempo de vida do sujeito em troca de merda. Significa que, sob tais condições, a falsa consciência é a que reifica o processo em vez de compreendê-lo como estágio histórico passível de superação, conduzindo a ação do sujeito neste sentido.

Voltemos a Baudrillard. No desenvolvimento de sua crítica à noção de fetiche, em Marx, ele descreve, como vimos, o efeito social benéfico do “mana”, um elemento central no pensamento mágico dos *bantous*, para ilustrar que, se a magia pode ser socialmente benéfica, nenhum racionalismo autoritário e universalizante teria legitimidade moral ou epistêmica para diminuí-la, denominando-a com o termo pejorativo “fetiche” – essas não são as palavras, mas este é o tom da acusação, que revela, mais uma vez, uma surpreendente e distorcedora incompreensão da noção marxiana.

Ora, numa perspectiva marxiana, ao contrário do que sugere Baudrillard, algo que gere resultados benéficos para os indivíduos e para o coletivo, não deveria com justiça ser designado como fetiche, apenas por ser expressão de um pensamento mágico. Pois fetiche, em Marx, não é um conceito de natureza epistemológica, antes analítica, descritiva e ético-política: o caráter fetichista de um processo, de uma prática ou de uma crença, não está em sua maior ou menor racionalidade, ou caráter mágico, mas sim no fato de envolver subordinação sacrificante do sujeito aos objetos, do homem às coisas *por ele mesmo* criadas, subordinação esta que se desdobra em falsa consciência, em consciência alienada, quando ignora o processo, ou representa-o de modo distorcido e mistificador.

É como se Baudrillard, em sua defesa politicamente correta do “pensamento mágico” das tribos *bantous*, de repente descobrisse que a “força difusa” do *mana*, ou melhor, seu *fluxo*, não mais fosse “desviado” para o “proveito” do “indivíduo ou do grupo”, mas que, ao contrário, toda atividade do indivíduo ou do grupo fosse desviada para o proveito do *mana*.

Fetichismo, enfim, não é primariamente um problema subjetivo, psicológico, dos consumidores, que “cultuam” a mercadoria – essa é somente a face mais superficial do fenômeno. O que realmente importa aí, porém, é que se trata de um dado objetivo, que emerge, na realidade econômica, das relações de trabalho e propriedade, em pleno processo produtivo.

Fetichismo do dinheiro, fetichismo da mercadoria, fetichismo do valor: diversas expressões particulares, articuladas entre si, de uma totalidade social fetichista: se nem os meios de produção, nem as mercadorias, nem o capital pertencem a quem os produz, o sistema é fetichista; enquanto as coisas não são feitas para satisfazer necessidades humanas (sejam quais forem), ou melhor, os gostos, mas, ao contrário, os gostos são formados e capturados para que as coisas sejam feitas, como meros estágios funcionais para a multiplicação do capital, para sua concentração e reprodução ampliada, o sistema é fetichista; na medida em que os produtores não só não determinam quanto ou o quê será produzido, como também não têm suas necessidades supridas e seus gostos satisfeitos a contento pelo que é produzido, o sistema é fetichista, autônomo, auto-reprodutor, só se interessando pelas necessidades de quem produz e de quem consome – que, aliás, são as mesmas pessoas – na exata proporção em que lhe possam ser proveitosas em termos políticos e contábeis. As coisas são, deste modo, tornadas fetiches. E seus valores de uso refletem este processo.

O conceito de fetichismo permanece, pois, útil para compreender, denunciar e combater um sistema onde, na prática, não se produz para se consumir, mas se é consumido para produzir; onde quem produz não determina a coisa que será produzida, mas é pela coisa determinado. O não reconhecimento desse mecanismo é a *“fausse conscience”* mencionada por Baudrillard, à qual não se opõe nenhuma consciência ideal, mas tão somente a compreensão *do* e o combate *ao* processo.

A sujeição do sujeito (o trabalho vivo) ao objeto (o trabalho morto) no processo de valorização do valor é a chave para a compreensão do fetichismo, se não na antropologia ou na semiótica, na crítica da economia política de Marx. Em seus próprios termos (1985, p. 53-4):

No processo de trabalho efetivo, o operário *consome* os meios de trabalho como veículo do seu trabalho e o objeto de trabalho como a matéria na qual o seu trabalho se representa. É precisamente por isto que transforma os meios de produção na forma, adequada para um fim, do produto.

Do ponto de vista do processo de valorização, contudo, as coisas apresentam-se de maneira diferentes. Não é o operário que emprega os meios de produção, são os meios de produção que empregam o operário. Não é o trabalho vivo que se realiza no trabalho material como seu órgão objetivo; é o trabalho material que se conserva e se acrescenta pela sucção do trabalho

vivo, graças ao qual se converte num valor que se *valoriza*, em *capital*, e funciona como tal. Os meios de produção aparecem já unicamente como *sorvedouros* do maior quantum possível de trabalho vivo.

Fetichismo⁹, portanto, é a expressão conceitual de um processo que culmina na “falsa consciência”, mas que é gestado na conversão do trabalho vivo – a única mercadoria capaz de produzir um valor superior ao seu próprio – à condição de principal mediação nas metamorfoses pelas quais passa, no curso de sua reprodução ampliada, o verdadeiro sujeito do processo, o “sujeito automático”, o capital, o único “fantasma” dessa história toda.

Por isso, nossa crítica ao fetichismo não se dirige à liberdade de escolha, mas à falta de liberdade de escolha disfarçada de liberdade de escolha. Nesse sentido, e lembrando que essa crítica não possui propósitos normativos de ordem moral ou estética, faz-se importante identificar as características desse prazer fetichista socialmente hegemônico.

A relevância da questão, aparentemente irrelevante a não ser para quem vive da música – afinal, o que importa quais são as músicas que as pessoas gostam ou não? –, baseia-se na hipótese de o capital, após haver colonizado o tempo, o corpo e boa parte das ideias das pessoas, em seu estágio atual tender a exercer, com o mais do que nunca eficiente auxílio da indústria cultural, um controle crescente da maior parte de suas mais íntimas atividades sensoriais e cognitivas, bem como de suas referências intersubjetivas, e isto é grave.

A indústria cultural tem buscado reger o concerto caótico dessas atividades e referências – e obtém imenso sucesso na empreitada, embora não um sucesso total –, não só através de uma seleção orientada por imperativos predominantemente contábeis do que é veiculado (disfarçada pelo conceito fetichista de um fantasmático “gosto popular” autônomo), não só através da repetição incessante, da publicidade e do marketing, mas, sobretudo, ao confundir, na ambiência midiática, os conflitos intra e entre classistas, borrando as fronteiras concretas das variadas experiências de vida num jogo simbólico comum sem lastro em experiências comuns. E não se trata de um jogo que preferencialmente estimule o raciocínio e o senso crítico, muito menos de um jogo encantatório, mas de uma edição tendencialmente conservadora da realidade, que atua no sentido de reproduzir e legitimar no imaginário social as relações de poder vigentes.

9 Retomaremos essa questão adiante.

Se, por outro lado, julgamos fundamental que se leve em conta que são os diferentes lastros na experiência concreta que asseguram leituras distintas dos mesmos produtos simbólicos, e que o que é selecionado para ser reproduzido e posto em circulação, apesar de excludente (o que é inevitável em uma seleção), atende, de alguma forma, a alguma demanda existente (que não é todavia fruto do “gosto popular” como expressão “natural” da alma popular, mas da formação dos *consumidores*, determinada por sua posição em meio às relações de trabalho, que condiciona seu acesso a parte da produção cultural em circulação), julgamos ainda mais importante identificar a espantosa unidade de aprovação social, ainda que sob mil variantes de recepção ativa, dos mesmos discursos e gostos hegemônicos. Em outras palavras, o fato de haverem leituras distintas de, por exemplo, um conjunto de discursos políticos ou religiosos, de canções ou de telenovelas, não anula outro fato a nosso ver mais relevante: é somente este conjunto, e não outros existentes, que é posto em circulação ou, ao menos, que está mais aparentemente e constantemente disponível para a maioria das pessoas. Por quê? Por que é o que o “povo” gosta? Mas quem é o “povo”? E, seja quem for, quem garante que não gostaria de outras coisas? E o que significa “gostar”?

4. A CAPTURA DO GOSTO PELO CAPITAL

Essas questões merecem atenção, caso esteja correta nossa percepção de que a cultura mercantil contemporânea favorece o massacre da diversidade concreta sob o peso da unidade fetichista, e o achatamento das “leituras” criativas e ativas num quiproquó idólatra passivo.

Por essa razão, adotamos aqui a seguinte orientação metodológica de Bakhtin:

Algumas vezes é extremamente importante expor um fenômeno bem conhecido e aparentemente bem estudado a uma luz nova, reformulando-o como problema, isto é, iluminando novos aspectos dele através de uma série de questões bem orientadas. Isso é particularmente útil nos domínios em que a pesquisa desaba sob o peso de uma massa de descrições e de classificações meticulosas e detalhadas, mas destituídas de qualquer orientação. Uma problematização renovada pode colocar em evidência um caso aparentemente

limitado e de interesse secundário como um fenômeno cuja importância é fundamental para todo o campo de estudo. Pode-se assim, graças a um problema bem colocado, trazer à luz um potencial metodológico oculto. (Bakhtin, 1992, p. 142)

Iremos então problematizar a ação das ITCs na captura do gosto pelo capital, da música à política, explorando certa relação entre a noção de gosto com a de *habitus*, de Bourdieu. O próprio Bourdieu já havia apontado para isto: “É na relação entre as duas capacidades que definem o *habitus*, a capacidade de produzir práticas e obras classificáveis, e a capacidade de diferenciar e avaliar essas práticas e produtos (gosto), que o mundo social representado, isto é, o espaço do estilo de vida, é constituído.” (2000, p. 170)

O gosto seria, então, uma capacidade de diferenciar e avaliar práticas e produtos classificáveis. Em outra ocasião, contudo, Bourdieu (2000, p. 171) define o gosto, entre aspas, como um “sistema de esquemas de percepção e apreciação”, empregando as mesmas palavras que ele mesmo usara para definir o *habitus*, “um sistema de esquemas de percepção, de pensamento, de apreciação e de ação [...]”. (Bourdieu; Passeron, 1975, p. 47).

Ficam as questões: o gosto é uma capacidade, uma de duas que definem o *habitus*, e ao mesmo tempo um sistema de esquemas? Enquanto sistema de esquemas, o gosto é parte do *habitus*, ou o próprio *habitus*, subtraídos o pensamento e a ação?

Não é nosso objetivo aqui destrinchar esse cipal, mas entender melhor qual é o papel desempenhado pelas ITCs na formação e captura do gosto, isto é, de nossa capacidade de diferenciar, avaliar e *hierarquizar* práticas, produtos, *ideias*, projetos e *pessoas*, e ao mesmo tempo como esquema de sistemas de percepção, apreciação e *hierarquização*.

Exploraremos então a hipótese de que as ITCs exercem uma ação pedagógica contínua na formação dos gostos, partindo da premissa segundo a qual uma ação pedagógica é tão mais eficiente quanto menos se mostra como tal (Bourdieu; Passeron, 1975).

A ação pedagógica das ITCs possui duas peculiaridades: 1) é efetuada insidiosamente em meio a práticas que não se mostram como pedagógicas, mas como lúdicas ou informativas, nas diversas modalidades de consumo infotelecomunicacional, o que aumenta sua eficácia, se nossa hipótese estiver correta;

2) a ilusão de autonomia dos consumidores oculta o caráter fundamentalmente heterônomo de seu consumo, ilusão tornada verossímil mediante a formação e a captura do seu gosto, como tentaremos demonstrar.

Em *A Reprodução*, porém, Bourdieu e Passeron questionaram a centralidade da indústria cultural na formação do *habitus*, atribuindo primeiro à família e em seguida à escola uma posição de antecedência determinante:

Constata-se [...] a ingenuidade que há em colocar o problema da eficiência diferencial das diferentes instâncias de violência simbólica (por exemplo, família, escola, meios de comunicação modernos etc.) abstraindo, como os servidores do culto de toda a autoridade da Escola ou os profetas da onipotência das “comunicações de massa”, o fato da irreversibilidade dos processos de aprendizagem, que faz com que o *habitus* adquirido na família esteja no princípio da recepção e da assimilação da mensagem escolar, e que o hábito adquirido na escola esteja no princípio do nível de recepção e do grau de assimilação das mensagens produzidas e difundidas pela indústria cultural [...]. (Bourdieu; Passeron, 1975, p. 54)

A pergunta que se poderia fazer hoje à argumentação de Bourdieu e Passeron, que minimiza o papel da indústria cultural em relação ao da família e, em seguida, da escola na formação do *habitus*, em função da antecedência dos processos de aprendizagem familiares e, em seguida, escolares, em relação aos midiáticos, criando, cada qual, as próprias condições de recepção e assimilação dos seguintes, é: o mesmo vale para uma situação na qual a indústria cultural, convertida em segmento das ITCs, está *mais presente* e começa a atuar *mais cedo* na história de vida de cada um do que nos anos 1960?

A resposta deve ser negativa, pois a influência das ITCs, mesmo sobre a família e sobre a escola, se torna decisiva, convertendo-se estas últimas, gradualmente, em elos de transmissão secundários da ação pedagógica opressora do capital. Esta, por sua vez, é primariamente mediada pelas ITCs, cuja razão de fundo é contribuir nos planos ideológico, psíquico (afetivo, emocional) e econômico para a reprodução ampliada do capital, seja diretamente, mediante o estímulo ao consumo em geral, e a venda de bens simbólicos e suportes para o seu consumo, seja indiretamente, enquanto “aparelho ideológico” e formador dos gostos.

Vivemos em uma época na qual as sociedades humanas, globalmente interconectadas, têm suas atividades vitais – econômicas, científicas, educacionais, lúdicas etc. – visceralmente vinculadas às ITCs, cuja notável ubiquidade pode ser facilmente aferida se pensarmos em quanto de nosso tempo, “livre” ou de trabalho, passamos em meio a informação, espetáculo, publicidade, jogos, sistemas de armazenamento, busca, recuperação e transmissão de dados, desde a mais tenra infância.

Poderíamos portanto encarar a ação pedagógica opressora do capital, continuamente mediada pelas ITCs, do mesmo modo como Bourdieu e Passeron se referem à ação pedagógica “anônima e difusa” que era responsável pela “formação do *habitus* cristão na Idade-Média”, cuja eficácia se devia sobretudo ao fato de os sujeitos envolvidos não perceberem o que estava acontecendo, pois o trabalho pedagógico em curso *não se mostrava como tal*:

Um TP [trabalho pedagógico] é tanto mais tradicional quanto ele é (1) menos delimitado como prática específica e autônoma e (2) quanto é exercido por instâncias nas funções mais totais e indiferenciadas, isto é, quando se reduz mais completamente a um processo de familiarização no qual o mestre transmite inconscientemente pela conduta exemplar princípios que ele não domina conscientemente a um receptor que os interioriza inconscientemente. Ao termo, como se vê nas sociedades tradicionais, todo o grupo e todo o meio ambiente como sistema das condições materiais de existências, enquanto são dotados de significação simbólica que lhes confere um poder de imposição, exercem sem agentes especializados nem momentos especificados uma AP [ação pedagógica] anônima e difusa (por exemplo, formação do *habitus* cristão, na Idade Média, através do calendário das festas como catecismo e a organização do espaço cotidiano ou os objetos simbólicos como o livro de piedade). (Bourdieu; Passeron, 1975, p. 58)¹⁰

Ou seja, dada a magnitude e capilaridade social das ITCs, podemos hoje falar em uma ação pedagógica “anônima e difusa”, responsável pela formação e captura de gostos que contribuem, direta ou indiretamente, para a reprodução da subordinação do trabalho ao capital, de modo a viabilizar a continuidade da reprodução ampliada do último.

10 AP [ação pedagógica] distingue-se de TP [trabalho pedagógico] na medida em que a primeira tem um sentido mais geral e abstrato, enquanto o último refere-se a práticas específicas.

Essa magnitude e capilaridade são tão abrangentes que Rubim (2000 a, p. 35-6) chega a afirmar que vivemos em uma “Idade Mídia”. Para demonstrar a verossimilhança da expressão, o autor enumera as seguintes variáveis, em uma ordem não hierárquica, refletindo sobre as mesmas com o objetivo de indicar os requisitos que permitiriam “definir a sociedade como estruturada e ambientada pela comunicação”:

1. Expansão quantitativa da comunicação, principalmente em sua modalidade midiaticizada [...] facilmente constatada através de dados sobre números dos meios disponíveis, tais como: quantidade das tiragens e audiências, quantidade e dimensão de redes em operação etc;
2. Diversidade e novidade das modalidades de mídias [...] e da história recente de sua proliferação e diversificação;
3. Papel desempenhado pela comunicação midiaticizada como modo (crescente e até majoritário) de experienciar e conhecer a vida [...], retido através de dispositivos e procedimentos, qualitativos e quantitativos, a exemplo do número de horas que os meios ocupam no cotidiano das pessoas;
4. Presença e abrangência das culturas midiáticas como circuito cultural, o qual organiza e difunde socialmente comportamentos, percepções, sentimentos, idéias, valores etc.; a dominância e sobrepujamento da cultura midiaticizada sobre os outros circuitos culturais existentes, a exemplo do escolar-universitário, do popular etc.;
5. Ressonâncias sociais da comunicação midiaticizada sobre a produção da significação (intelectiva) e da sensibilidade (afetiva), sociais e individuais;
6. Prevalência da mídia como esfera de publicização (hegemônica) [...] dentre os diferenciados “espaços públicos” socialmente existentes, articulados e concorrentes. Tal prevalência pode ser constatada através de estudos acerca das modalidades de publicização e suas eficácias;
7. Mutações espaciais e temporais provocadas pelas redes midiáticas, na perspectiva de forjar uma vida planetária e em tempo real;
8. Aumento com os gastos com o item comunicações no orçamento doméstico [...];
9. Crescimento vertiginoso dos setores voltados para a produção, circulação, difusão e consumo de bens simbólicos; e
10. Ampliação (percentual) dos trabalhadores da informação e da produção simbólica no conjunto da população economicamente ativa.

Não vamos tão longe a ponto de afirmar que vivemos em uma “sociedade estruturada e ambientada pela mídia”. Os dados elencados, porém, retratam o papel crescente desempenhado pelas ITCs em uma sociedade, sim, ambientada

pela mídia, mas (ainda) estruturada pelo capital. A “ambientação”, que tem na formação e da captura do gosto das massas uma de suas principais funções, atua predominantemente no sentido de fortalecer e ocultar a estruturação. Desvelar esse processo é tarefa da crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura, cuja origem remonta às críticas pioneiras de Benjamin, Adorno, Horkheimer e Marcuse à mercantilização da cultura promovida pela indústria cultural.

Sabemos que diversos autores (ver compilação de Armand Mattelart e Michèle Mattelart, 2008, a partir da página 122) problematizaram, já nos anos 1960, o caráter demasiadamente genérico do emprego do conceito no singular, propondo a alternativa “indústrias culturais”; um número ainda maior de autores, com destaque para aqueles inspirados pelos estudos culturais, vêm minimizando, nas últimas décadas, o suposto poder manipulatório da indústria cultural. Afirmam, com razão, que os consumidores, ou cidadãos (dá no mesmo?), são menos submissos, e mais ativos e criativos do que julgavam Adorno, Horkheimer e Marcuse. Não obstante a validade de ambas as críticas, a linha central de argumentação de “Frankfurt” a respeito da mercantilização crescente da cultura permanece útil para a compreensão das práticas comunicacionais contemporâneas, se tomarmos sua crítica à indústria cultural, como Adorno teria sugerido, como uma crítica prospectiva, como a visão do ovo da serpente. É o que afirma Márcia Tosta Dias (2000, p. 20):

Se se resgata o ponto de vista de Gabriel Cohn sobre Adorno [...], segundo o qual o filósofo e musicólogo alemão não considerava em sua reflexão o real tal como este se manifestava no tempo histórico em que vivia, mas sim que suas ideias tinham um caráter metodologicamente prospectivo, apontando para tendências sociais e para ‘[...] potencialidades de sua realização mais acabada’, podemos pensar que este é o tempo em que se realizam vários dos prognósticos lançados por Adorno.

Hoje, diante da convergência tecnológica e da existência inquestionável de gigantescos conglomerados transnacionais de comunicação, a ideia de mistificação das massas não pode ser seriamente posta de lado, antes merece ser retomada em um novo patamar. O que deve ser, nos parece, descartado, é a falta de visão de Adorno e Horkheimer para os vetores contra-hegemônicos existentes na cultura popular (parcialmente justificável em face da imensa adesão popular ao terror nazista em seu tempo, em grande parte devida ao poder manipulatório

do rádio e do cinema sob controle nazista), fora e dentro da indústria cultural, bem como o racionalismo etnocêntrico de Adorno, que aparentemente o tornava incapaz de distinguir determinado jazz de música barata. Sobre esse ponto, convém citar Hobsbawn (1990, p. 142):

Na música europeia, a bateria é um dispositivo para produzir efeitos ocasionais; no jazz, ela é a base e o meio de organização de toda a música, o motor que impulsiona o trem do jazz em seus trilhos [...] é, talvez, o instrumento mais difícil de ser analisado e apreciado por um ouvinte de formação europeia.

Mais adiante, Hobsbawn (p. 152-153) acrescenta, citando Hodeir: “[...] em jazz, os interesses sensoriais ultrapassam de longe a paixão intelectual [...] uma sensualidade aguçada toma o lugar da elevação, e a fusão das personalidades individuais toma o lugar da arquitetura”, arquitetura tão cara à crítica de Adorno.

Dito isto, ao abordarmos a questão das mediações sociais dos gostos musicais durante o século XX, somos obrigatoriamente confrontados com o desenvolvimento da indústria cultural e com as transformações ocorridas nas formas pré-industriais de mediação por influência da primeira, e vice-versa. Consequentemente somos confrontados com a questão dos valores de uso (de ordem psico sensoria e estética) e dos valores de troca (de ordem econômica) da música neste período.

Iremos por isto investigar as contradições entre valores de uso (cuja medida é o gosto) e valores de troca (cuja medida é o dinheiro) na produção, reprodução, circulação e consumo de música no séc. XX.

Se a produção e a reprodução sociais de gostos e de juízos de gosto se dão, em última instância, através do cruzamento de uma série de determinações econômicas, essas determinações, por sua vez, se reproduzem culturalmente por meio do que Gramsci denominou “aparelhos privados de hegemonia” (Hall, Lumley e McLennan, 1980), e se transformam, mais direta ou indiretamente, como desdobramentos da luta de classes, intensificando-a ou apaziguando-a. Assim, suposto que a indústria cultural e, na sequência, as ITCs se sobrepuseram à escola, à igreja e à família como o principal aparelho privado de hegemonia, suas peculiaridades objetivas e seu caráter homogeneizante em larga escala, quantitativa e qualitativa, acarretam numa gradual perda de lastro entre os gostos e juízos de gosto gerais e as práticas e experiências de vida

extra-midiáticas locais. Assim, encontramos gostos e juízos similares em grupos humanos que dispõem, extra-midiaticamente, de identidades culturais e socioeconômicas distintas, de repertório simbólico distinto, de acesso distinto a um repertório simbólico comum e de práticas distintas. Neste sentido, Hobsbawn observa e ilustra, na sua *História Social do Jazz*, que, fora dos grandes centros urbanos,

O público local é totalmente diferente do público de outra cidade. Para o habitante de Nova Orleans, “*Canal Street Blues*” fala de uma rua não identificável, o “*2.19 Blues*” fala de um trem não identificável. Para o menestrel local que cantava *‘I’m goin’ to Houston, Texas, ‘Lightning Hopkins is the man I want to see’* [...] seu *blues* tinha uma finalidade específica: nesse caso em particular o desafio de um guitarrista (Sam “Lightning” Hopkins) por outro (Brownie McGhee). Para um público de fora, trata-se apenas de um *blues*, cujo título e texto – e portanto cuja música – têm significado tão remoto quanto o dos discos com nomes exotéricos, oriundos da gíria do Harlem. A arte folclórica perde muito de sua concreção assim que sai da comunidade que reconhece suas alusões detalhadas e referências. À medida que o jazz se tornou o idioma musical geral para os imigrantes negros que chegavam às cidades, perdeu inevitavelmente algumas de suas raízes. (Hobsbawn, 1997, pp. 88-89)

Aqui, Hobsbawn se refere à descontextualização de significados como resultado de migrações espaciais. A indústria cultural por sua vez, ao sobrevalorizar discursos e formas cada vez mais genéricos (o que é economicamente indispensável devido à crescente e historicamente inevitável concentração de capital, às pressões da concorrência e à escala em que opera), promove migrações unilaterais de significados, ao descontextualizar a expressão simbólica de seus lastros extra-midiáticos específicos, gerando fetichismo, ou idolatria: culto de falsas imagens, de falsos deuses. Falsos, como veremos, não em oposição a Jeová ou a alguma verdade universal, mas em sua subordinação não-consciente ao automatismo da economia, ao caráter *totalizante* do capital. Como dizia Marx nos *Grundrisse*: “O trabalho é em cada caso um trabalho específico, mas o capital pode entrar em relação com cada trabalho específico; ele confronta a totalidade de todos os trabalhos, sendo que o trabalho particular que ele confronta num dado tempo é uma questão acidental.”

Desta reflexão, podemos inferir que:

Esse caráter “acidental”, quando falamos na produção de bens simbólicos, aponta para a ausência de quaisquer critérios determinantes, de orientação propriamente estética, na eleição das fórmulas produzidas e veiculadas pela indústria cultural, ou mais precisamente revela a subordinação dos critérios de ordem estética aos imperativos totalizantes do capital; deste modo, a especificidade de cada produção simbólica particular lançada no circuito midiático tende a converter-se em generalidade, o que *necessariamente* acarreta em um empobrecimento de suas propriedades expressivas, e essa tendência é inevitável, na medida em que os produtores simbólicos só encontram trabalho pago menos ou mais diretamente relacionado à indústria cultural, dela dependendo para sobreviverem.

Por outro lado, é precisamente a existência de práticas intersubjetivas extra-midiáticas que permite a existência de leituras diferentes dos mesmos discursos, ou de fruições diferentes dos mesmos objetos estéticos, e de produções simbólicas diferenciadas, que fogem à tautologia do circuito da indústria cultural, o que de certa forma contrabalança o vetor homogeneizante do “aparelho” hegemônico, inclusive, por assim dizer, ao “relastreá-lo” de forma original nas práticas dos sujeitos. Essas práticas extra-midiáticas, portanto, constituem o lastro objetivo que assegura, em termos sociais médios, alguma variedade de gostos e juízos de gostos, apesar da quase onipresença das ITCs nas sociedades contemporâneas.

O descolamento crescente da produção simbólica socializada dessas práticas e o estabelecimento das ITCs como aparelho ideológico hegemônico, porém, é o que tende a nivelar a produção simbólica social em escala gigantesca.

Se esse nivelamento possui, por um lado, um caráter que se pode bem chamar de positivo em termos ético-políticos, na medida em que manda alguns fantasmas de volta para os seus túmulos, isto é, contribui para a destruição de preconceitos arcaicos, para a integração de diferenças, para a erradicação de particularismos narcísicos atávicos, para a minimização de antagonismos e para a reprodução, relativamente democrática, de um repertório simbólico comum, por outro lado seu caráter de classe faz com que esse nivelamento seja tendencialmente alienante, assegurando uma sobrevivência artificial a valores moribundos, ressuscitando velhos fantasmas e parindo novos segundo o imperativo de reprodução ampliada do capital, entre outras razões porque as representações comuns não estão lastreadas em *práticas* comuns, mas em práticas

profundamente desiguais, cujos antagonismos são minimizados no imaginário social no interesse da classe hegemônica, inclusive em termos internacionais. Nesse sentido, os valores ético-políticos contrabandeados nessas representações são ideológicos, pois em certa medida se apresentam para todos como realidades, visões de mundo e interesses que não são de todos como se o fossem.

Não se deve ignorar que a desigualdade das experiências e memórias concretas atuam, certamente, como mediações culturais, fazendo-se notar nas leituras diferenciadas dessas representações, que muitas vezes operam como verdadeiras práticas de resistência, expressões indiretas da divisão social do trabalho e da luta de classes pela hegemonia, expressões diretas da variedade de experiências e memórias concretas, de campos de produção simbólica extra midiáticos existentes, no que pese o poder e a extensão das representações alienantes unificadoras. Somos da opinião, contudo, que não se deve superestimar a possibilidade de a maior parte da recepção midiática consistir em leituras negociadas ou oposicionais (Hall, 2003a), em práticas de resistência, nem subdimensionar o poder nivelador das ITCs como porta-vozes das pretensões totalizantes do capital (que tendem a subordinar todas as áreas da vida à sua própria auto-expansão), sob o risco de se perder de vista a potência de produção simbólica socialmente recalcada em nome de uma exaltação *naif* do pouco (em termos relativos e absolutos) de produção simbólica não mercantil que escapa ao recalçamento. Por isso, concordamos em parte com Marcuse, quando afirma:

A nossa insistência na profundidade e eficácia desses controles é passível da objeção de que superestimamos grandemente o poder de doutrinação dos “meios de informação” e de que as pessoas sentiriam e satisfariam por si as necessidades que lhes são agora impostas. A objeção foge ao âmago da questão. O condicionamento não começa com a produção em massa de rádio e televisão e com a centralização de seu controle. As criaturas entram nessa fase já sendo de há muito receptáculos condicionados; a diferença decisiva está no aplainamento do contraste (ou conflito) entre as necessidades dadas e as possíveis, entre as satisfeitas e as insatisfeitas. Aí, a chamada igualação das distinções de classe revela sua função ideológica. Se o trabalhador e seu patrão assistem ao mesmo programa de televisão e visitam os mesmos pontos pitorescos, se a datilógrafa se apresenta tão atraentemente pintada quanto a filha do patrão, se o negro possui um Cadillac, se todos leem o mesmo jornal, essa assimilação não indica o desaparecimento de classes, mas

a extensão com que as necessidades e satisfações que servem à preservação do Estabelecimento é compartilhada pela população subjacente. (1973, p. 29)

Se não partilhamos da crença de Marcuse em considerar as pessoas “receptáculos condicionados”, ou em um “aplainamento dos contrastes” totalmente eficaz no imaginário comum, julgamos, contudo, que este aplainamento é a *tendência dominante* na indústria cultural e sua eficácia, no que pese não ser absoluta, é suficientemente grande para merecer nossa atenção e justificar novos desdobramentos da perspectiva crítica frankfurtiana, o que envolve inclusive uma crítica aos limites teóricos e às inconsistências empíricas desta perspectiva, que consistem essencialmente, a nosso ver, em um não reconhecimento, ou em uma subestimação, das forças contra-hegemônicas existentes e potenciais – em outras palavras, na ausência, ou na simplificação, da complexa problemática da luta de classes em suas análises da cultura.

Ancorados no velho clichê “gosto não se discute” (afirmação peremptória que pretendemos discutir), julgamos nossos próprios gostos e juízos de gosto – quando nos damos ao trabalho de elaborá-los em juízos – espontâneos e individuais, fonte autônoma de prazer, reserva de liberdade de escolha, na esfera do consumo, em face das pressões massacrantes da realidade social. Parece, portanto, perda de tempo e desgaste injustificável discuti-los.

Tal atitude seria razoável, porém, se nossos gostos fossem, realmente, livres e espontâneos. De fato, poderiam sê-lo, ou ao menos bem mais do que são, mas para tanto a produção simbólica teria, na prática, que ser libertada dos imperativos econômicos que atualmente a regem, bem como nossa formação crítica e nosso repertório (simbólico e de experiências) deveriam ser libertados de nossa relativa, embora imensa, ignorância fruitiva, abarcando uma parte muito mais substancial da rica e variada riqueza simbólica e vivencial, existente e potencial, o que em geral não ocorre, embora isto seja materialmente realizável devido ao atual estágio de desenvolvimento dos meios, o que nos leva a questionar até que ponto a sobrevivência da velha sentença “gosto não se discute” não representa hoje mais um dispositivo ideológico de mascaramento da farsa que é o mito triunfante, na sociedade capitalista, da liberdade individual, cuja existência concreta, para além da vibrante (embora rigorosamente seletiva e, portanto, excludente) superfície do mercado, torna-se cada vez mais duvidosa em qualquer instância, por mínima que seja, por íntima que seja, da vida social contemporânea. Nas palavras de Habermas (1975, p. 322-23),

As sociedades industriais desenvolvidas parecem aproximar-se do modelo de um controle de comportamento que, em vez de ser guiado por normas, é antes dirigido por excitantes externos. A direção indireta por estímulos estabelecidos aumentou, principalmente nos setores da liberdade aparentemente subjetiva (comportamento nas eleições, no consumo, no tempo livre).

Sabemos ser inconcebível que algo como gostos individuais “livres e espontâneos” em termos absolutos, e independentes de mediações sociais, tenham algum dia existido (ou possam vir a existir), porque 1) a existência de indivíduos isolados é uma impossibilidade prática (ou uma situação excepcional) e 2) “liberdade” e “espontaneidade” são noções necessariamente relativas. Contudo, antes de o modo de produção capitalista ter começado a conquistar a hegemonia global, o ato de se converter o capital investido por um mediador em mais capital jamais constituiu – em nenhuma época ou local, em meio ao variado rol de objetivos sociais que determinaram a produção musical (Attali, 1999) – a finalidade última dessa produção, ou somente de modo marginal e insignificante: a mediação social na formação dos gostos se dava, como hoje, através de um complexo de determinantes culturais, religiosos, etários, de gênero etc., inclusive econômicos (classe ou estrato social), mas jamais foi, até então, determinada em última instância pela necessidade de realização de mais-valia. As consequências desta mudança são profundas: “[...] uma economia de troca modifica também os hábitos fisiológicos e a escala psicológica dos gostos e dos graus finais de utilidade, que, desta forma, surgem como ‘superestruturas’ e não como dados econômicos primários [...]” (Gramsci, 1978, p. 308)

Inferimos desta arguta reflexão de Gramsci que em uma economia não orientada predominantemente para a troca, “a escala psicológica dos gostos” seria um dado econômico primário, ou seja, o limite da “liberdade” dos gostos na esfera do consumo em um dado universo socioeconômico restringir-se-ia somente aos limites de um repertório simbólico produzido e socializado nesse universo independentemente de imperativos contábeis alienígenas que recalçassem as potencialidades de produção e socialização de sua esfera produtiva. A liberdade do produtor, por sua vez, só seria limitada pelo gosto do consumidor: ambas, assim, determinam-se mutuamente, não havendo mediação econômica externa. Se a inferência procede, e “a escala psicológica dos gostos” surge como superestrutura de uma estrutura na qual imperativos contábeis – para os quais as potencialidades produtivas das esferas produtivas importam antes em termos quantitativos para a troca que qualitativos para o uso – estabelecem a necessidade de se

produzir formas musicais voltadas para um consumo tendencialmente universal como padrão, enfraquecendo ou esmagando singularidades e particularidades, os gostos “superestruturais” assim formados se tornam fatores de legitimação da reprodução das relações de produção existentes na indústria musical, predominantemente voltadas para a troca, e sua liberdade medíocre na esfera do consumo reproduz o recalçamento qualitativo da potência produtiva na esfera da produção. Cumpre pois, se queremos trazer à tona, compreender e desmistificar o conteúdo ideológico latente em certas práticas e discursos que se pretendem neutros e naturais – “gosto não se discute”, “produzimos o que o povo gosta” etc. –, analisar sob uma perspectiva crítica as particularidades concretas das mediações sociais na formação dos gostos em um período histórico determinado, comparando-as com outras formas históricas de mediação e também com formas potenciais, socialmente recalçadas, mas que, em princípio, são concebíveis como desdobramentos possíveis das condições materiais e simbólicas existentes. Afinal: “Nunca é demais enfatizar que a mistificação político-ideológica não se alimenta de si mesma (se assim fosse, seria relativamente fácil suplantá-la), mas de uma contradição objetiva da base socioeconômica.” (Mészáros, 2002, p. 1026).

Portanto, se uma abordagem de inspiração marxiana das mediações econômicas dos fluxos informacionais na captura dos gostos não pode consistir em uma mera apologia metodológica da determinação em última instância da economia sobre a superestrutura, a cultura, o universo simbólico ou como se queira chamar, bem como sua dialética, tampouco deve deixar de reconhecer a efetividade contraditória dessa determinação, mantendo sempre atual a análise crítica de seu caráter fetichista, voltada para a sua superação.

5. ESTUDOS CULTURAIS NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Para compreender bem isso e evitar o risco de cair no economicismo, deve-se entender “economia” em um duplo sentido, ou melhor, em dois níveis de abstração: no primeiro, o termo remete ao conjunto de atividades necessárias à produção e reprodução das condições materiais de existência das sociedades humanas, sejam quais forem as circunstâncias; no segundo, aos diversos modos de produção que existiram e foram superados por outros.

No primeiro nível, a “determinação em última instância” é insuperável; no segundo, passível de superação. Em outras palavras, é impossível haver história – e produção simbólica de qualquer tipo – sem que se dê alguma forma eficaz de produção e reprodução das condições materiais da vida social, e o conjunto das atividades físicas e intelectuais humanas dirige-se, queiramos ou não, no sentido de conservar ou transformar essas formas, conforme convenham ou pareçam convir, menos ou mais, a cada estrato social, independentemente do grau e da forma de consciência que as pessoas tenham disso.

A economia, no primeiro nível, é o reino insuplantável dessa inconsciência, é a expressão da indiferença do mundo a nós, talvez sua expressão mais pura, algo da ordem do real laciano; a técnica, a política, as artes, a filosofia, as ciências são o esforço por conquistar esses reinos, domesticá-los, torná-los nossos, eticizá-los e esteticizá-los, o que é possível, no segundo nível.

Assim, no que diz respeito aos temas superestruturais – não importa aqui em qual chave teórica, fale-se em ideologias, discursos, processos semióticos, práticas intersubjetivas, ordem simbólica, jogos de linguagem ou o que for –, o marxismo consiste não em reduzir a superestrutura a mero reflexo da estrutura produtiva, mas em estudar a totalidade de cada formação social, a partir dos limites e potencialidades materiais e espirituais que a estrutura favorece ou bloqueia, em seu dinamismo, em sua complexidade, buscando, em meio aos aspectos contraditórios da totalidade concreta, o motor, ou, mais precisamente, a alavanca de sua superação – pois um motor é um autômato e a alavanca revolucionária pressupõe um sujeito autônomo alavancador. É, aliás, por esta razão que Kosik (2002, p. 60), ao refletir sobre a categoria da totalidade, destaca o caráter concreto da ação criadora do homem:

[...] a totalidade de base e superestrutura permanece abstrata se não se demonstra que é o homem, como *sujeito histórico real*, que no processo social de produção e reprodução cria a base e a superestrutura, forma a realidade social como totalidade de relações sociais, instituições e ideias; e nesta criação da realidade social objetiva cria ao mesmo tempo a si próprio, como ser histórico e social, dotado de sentidos e potencialidades humanas, e realiza o infinito processo de “humanização do homem”.

A esta “humanização do homem”, porém, se opõe em grande medida o regime do capital, que tem por imperativo último subordinar o conjunto da

vida, o que envolve os “produtos do espírito”, ao princípio da valorização do valor, da reprodução ampliada do capital. É por essa razão que, a nosso ver, no campo da economia política da informação, da comunicação e da cultura, permanece atual a ideia central do pensamento frankfurtiano, a saber, sua crítica implacável à subordinação da produção cultural (ou simbólica) à lógica da mercadoria (acrescentamos que não se pode compreender adequadamente a extensão da crítica dos teóricos de Frankfurt à mercantilização da cultura sem um conhecimento adequado da crítica marxiana ao fetichismo da mercadoria, tópico que desenvolveremos adiante). Pode-se perfeitamente discordar de suas considerações estéticas, de seu eventual “aristocratismo”, de suas generalizações, de seu pessimismo, o que for, mas é um grave equívoco passar ao largo de sua principal contribuição: a crítica à mercantilização da cultura.

Esta crítica, contudo, sozinha, não dá conta das diversas formas de resistência das audiências à dominação do capital, que ocorrem no momento da recepção – ou da “decodificação” (Hall, 2003a). Essas resistências, por sua vez, no que elas possuem de politicamente relevante, são a expressão, direta ou indireta, da luta de classes, assim como a ausência de uma reflexão mais acurada a seu respeito por parte de Adorno, Horkheimer, Marcuse ou Habermas relaciona-se com sua assunção da “integração da classe operária” e ao papel supostamente decisivo da indústria cultural nessa integração, tema que discutiremos mais detidamente adiante.

É neste sentido que a contribuição dos Estudos Culturais é bem-vinda, conforme veremos agora, buscando igualmente identificar os seus limites.

As primeiras teorias da comunicação investigavam principalmente as causas, a forma, a intensidade, a extensão e as consequências da influência dos fluxos informacionais mediados sobre as pessoas; hoje, discute-se muito de que forma e até que ponto essa influência dos meios de comunicação é mediada por fatores culturais de matriz não midiática, fatores estes que favorecem leituras diferenciadas de um mesmo discurso, abalando assim as velhas teses sobre o poder manipulador uniformizante da indústria cultural em escala massiva.

Essa mudança, promovida pelos Estudos Culturais, foi importante, no sentido de equilibrar os exageros daqueles que, à esquerda e à direita do espectro político, viam nos meios de comunicação um poder independente e total, praticamente negando inteligência às massas. Seu corolário é a noção

de recepção ativa, ou, em outras palavras, do consumo como um espaço de produção de sentido.

Em um merecido reconhecimento à contribuição de Gramsci e de Bakhtin para o marxismo, incluindo a incorporação de seu pensamento pelo que de melhor se produziu no campo dos estudos culturais, é oportuno lembrar aqui uma carta de Engels, que nos deixou uma indicação reveladora sobre uma deficiência que ele reconhecia em sua obra e na de Marx, obra, como se sabe, em boa parte comum. É precisamente esta deficiência que Gramsci e Bakhtin, entre outros, incluindo parte dos pesquisadores ligados aos Estudos culturais, tentaram resolver.

Engels (Carta a F. Mehring, de Londres, em 14 de julho de 1893, in Fernandes, 1989, p. 465-466) afirmou que faltou que ele e Marx definissem a forma como se dava a passagem do econômico para o ideológico, por terem se limitado a descrever o conteúdo do processo global:

Nós todos colocamos inicialmente – *e tínhamos de fazê-lo* – a ênfase principal, antes de mais nada, em *derivar* dos fatos econômicos básicos as concepções políticas, jurídicas e demais concepções ideológicas, bem como os atos mediados através delas. Com isso negligenciamos o lado formal em função do conteúdo: o modo e a maneira como essas concepções etc. surgem. Isso deu aos adversários um belo pretexto para erros e deformações [...]

Na sequência da mesma carta, Engels esclarece um mal-entendido recorrente e defende um ponto de vista importante:

[...] existe uma estúpida concepção dos ideólogos: já que negamos um desenvolvimento histórico independente às diversas esferas ideológicas que desempenham um papel na história, negaríamos também qualquer *eficácia histórica* delas. Aqui está subjacente a concepção vulgar, não-dialética, de causa e efeito como polos opostos de modo rígido, com o esquecimento absoluto da interação. Esses Senhores esquecem com frequência e quase deliberadamente que um elemento histórico, uma vez posto no mundo através de outras causas, econômicas no final das contas, agora também reage sobre a sua circunstância e pode retroagir até mesmo sobre as suas próprias causas.

Sobre a hipótese de um desenvolvimento autônomo das idéias, Mészáros (2004, p. 110), na mesma linha de raciocínio de Engels, a refuta categoricamente:

[...] as várias ideologias e formas de consciência a elas correspondentes *não possuem história* própria, não têm uma dinâmica independente de *desenvolvimento*, devendo ser entendidas como ligadas do modo mais íntimo com os processos de desenvolvimento da vida material dos indivíduos reais.

Chamar a atenção para a centralidade das indústrias culturais e, hoje, das ITCs, articuladas aos demais fatores que determinam a forma desta passagem, isto é, a estrutura de suas mediações, bem como, partindo da superestrutura, o sentido oposto e, enfim, sua dialética, é o que cumpre fazer, em linhas gerais, nessa abordagem analítica. Isso é bem diferente de reduzir a superestrutura à condição de mero fenômeno derivado da base. Como ensina Kosik (2002, p. 39):

A dialética materialista como método de explicitação científica da realidade humano-social não significa [...] emparelhamento dos fenômenos de cultura aos equivalentes econômicos [...], nem redução da cultura a fator econômico. A dialética *não é o método da redução: é o método da reprodução espiritual e intelectual da realidade*, é o método do desenvolvimento e da explicitação dos fenômenos culturais partindo da atividade prática objetiva do homem histórico.

Essa perspectiva nos afasta um pouco dos Estudos Culturais, embora haja pontos de convergência entre ambas as abordagens. Em nosso caso, as diversas formas como se opera a influência culturalmente mediada das ITCs sobre as pessoas ou as diversas modalidades de produção de sentido no consumo midiático não constituem o problema em si, mas o modo e o grau com que essa influência e esses processos semióticos colaboram ou não para a subordinação do trabalho ao capital, mediante a formação e captura do gosto. É o que não se pode perder de vista, assim como a possibilidade, em termos positivos, de um outro uso das ITCs.

Sob este prisma, o estudo das formas como as pessoas “ressignificam” os discursos midiáticos, mesmo os mais banais objetos de consumo, e de como obtém prazer subvertendo o sentido original de suas mensagens, permanece válido na medida em que produz dados relevantes para que se compreenda concretamente como se dá a recepção dos meios e dos produtos por eles anunciados em estratos definidos da população. Porém, ao se deixar encantar com as complexas semioses atuantes na troca e no consumo, de informações ou coisas, deixando-se de lado a análise crítica das relações de poder que ocorrem

por detrás dessas práticas e as atravessam, além do conteúdo ideológico desses discursos e processos, que é dinâmico, escorregadio, cheio de sutilezas e não se deixa capturar tão facilmente, corre-se o risco de se camuflar as graves consequências da mercantilização fetichizante da cultura (e de todo resto), que consistem, basicamente, em uma perversa inversão de posições entre sujeito e objeto.

Encontramos um curioso exemplo dessa inversão em um argumento de Rocha e Barros (2003), que ilustra e praticamente louva o processo que Marx define criticamente como o fetiche da mercadoria. Assim, pretendendo demonstrar que o aspecto econômico da troca e do consumo é somente um dentre outros dessas práticas, e não o mais importante, Rocha e Barros afirmam que “[...] produtos e serviços falam entre si, falam conosco e falam sobre nós.” (190). Isso significa que coisas e atividades a princípio banais, na verdade estão carregadas de sentido humano. Isso está correto. O que não está é preconizar que esse sentido, não importa qual seja, deva sobrepor-se ou mesmo anular, em termos heurísticos ou ético-políticos, o sentido global da subsunção da cultura e de todo resto à economia mercantil, para a qual a troca é, de fato, uma forma de comunicação entre as coisas através das pessoas, só que, aqui, isso é um problema, na medida em que os sujeitos – seus apetites, seu imaginário, suas criações, suas relações, seu trabalho, seus fluxos informacionais – convertem-se em objetos, necessários, na produção e no consumo, ao processo de transformação de dinheiro em mais dinheiro.

Ora, seja no jornalismo, na publicidade, na teledramaturgia, no cinema, a íntima relação entre a troca mercantil e as relações de produção que a sustentam com os problemas catastróficos da realidade contemporânea jamais é apresentada como estrutural, como expressão necessária do capital, mas sempre como algo positivo, lúdico, ou, quando não, remediável sem que se altere substancialmente nada no que diz respeito às relações de trabalho, propriedade e comando. Assim, por exemplo, podemos nos deparar, em uma telenovela, em uma matéria jornalística etc., com a dramatização ou a informação referente a um empresário mau caráter ou a um salário ruim, mas o problema permanece sempre no nível do adjetivo, do predicado, jamais nos próprios substantivos “empresário” e “salário”, que expressam por si sós uma relação de exploração.

A realidade “normal” das relações capital / trabalho, deste modo, é apresentada como efetivamente normal, como não-problemática em termos estruturais, ou seja, é relegitimada, desta vez no plano do imaginário, no jornalismo, na publicidade etc. Temos então que as relações sociais sob o capital, o trabalho

assalariado, a empresa privada, o Estado, o “mercado”, os preços, o dinheiro e todo resto, além de sua legitimação primária no direito burguês, recebem por assim dizer um reforço na esfera do imaginário espetacular: empresas, empresários, empregos, salários, preços etc. não são somente *reais* na vivência ordinária do dia a dia, mas *hiper-reais* em sua existência espetacular, na tele ou cinedramaturgia, na publicidade, em certo discurso acadêmico.

Fazendo uso das categorias de Peirce, isso ocorre tanto no registro do discurso verbal/simbólico quanto do imagético/icônico, e é neste último, conforme sustenta Stuart Hall (2003a) em outros termos, que o aspecto ideológico reacionário da semiose se mostra mais insidioso, dado o efeito de naturalidade derivado da aparência de realismo que o signo icônico pode provocar em um grau, em geral, superior ao do discurso verbal.

É por essas razões que uma leitura excessivamente culturalista da recepção midiática torna-se problemática. Pois, como se pode inferir de uma excelente formulação de Debord (Sociedade do Espetáculo, tese 31), se “o trabalhador não se produz a si próprio, [...] produz um poder independente”, a recepção midiática é, a despeito de seu caráter ativo e altamente mediado, a forma como “o *sucesso* desta produção, a sua abundância, regressa ao produtor como *abundância da despossessão*”, é o processo mediante o qual “as próprias forças que nos escaparam *mostram-se-nos* em todo o seu poderio.”

Em termos menos abstratos, é a parte da mais-valia investida em publicidade e a parte do salário investido no consumo ordinário que sustentam o luxo extraordinário das imagens e sons que o trabalhador pode consumir semioticamente (seja qual for o sentido produzido nesse consumo) com os olhos e os ouvidos, mas não com o resto do corpo: são as trabalhadoras pobres que pagam pela beleza do vestido de luxo, da maquiagem cara e até da forma física da modelo que elas admiram (ou desprezam, aqui tanto faz) “de graça”. Pagam duplamente: ao produzirem o vestido de luxo e a mais-valia que custeia sua publicidade, no caso das costureiras, e ao consumirem os produtos baratos de massa, no caso das costureiras e dos demais trabalhadores, permitindo que a mais-valia gerada nas unidades produtivas dos produtos baratos de massa se realize em sua forma monetária, de modo que as donas ou acionistas dessas fábricas, ou as esposas ou filhas ou amantes dos donos, comprem os vestidos de luxo anunciados, assegurando por sua vez a realização monetária da mais-valia produzida pelas costureiras, que irá custear a publicidade do vestido.

Ou seja, ainda que os produtos sejam “indexadores simbólicos” (Rocha e Barros), não deixam por isso de ser “coágulos de trabalho” (Marx) – e este é, por assim dizer, seu *übergreifendes Moment*, o seu momento fundamental, decisivo. Quanto à espetacularização desses produtos, esta tem por objetivo primário, além de acelerar a circulação do capital, esconder este fato. Nos termos de Debord (tese 6):

O espetáculo [...] é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um suplemento ao mundo real, a sua decoração readicionada. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares, informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos, o espetáculo constitui o *modelo* presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e o seu corolário o consumo. Forma e conteúdo do espetáculo são identicamente a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a *presença permanente* desta justificação, enquanto ocupação da parte principal do tempo vivido fora da produção moderna.

Se isso estiver correto, enquanto a cultura mediada pelas ITCs, assuma a forma que assumir, permanecer subordinada ao capital, é necessário insistir na sua crítica global. Por isso, todo e qualquer recepcionismo, ainda que levante dados de cunho etnográfico relevantes, permanece no terreno dos efeitos derivados da lógica dominante do “sujeito automático” – e, até segunda ordem, totalizante –, o capital.

Nunca é demais lembrar: o marxismo ou é crítica radical ao capitalismo e práxis para além do capital, ou é uma teoria emasculada. O próprio Stuart Hall, ilustre representante da Nova Esquerda e dos Estudos Culturais, a seu modo, defende uma ideia parecida:

A cultura popular é um dos locais onde a luta a favor ou contra a cultura dos poderosos é engajada; é também o prêmio a ser conquistado ou perdido nessa luta. É a arena do consentimento e da resistência. Não é a esfera onde o socialismo ou uma cultura socialista – já formada – pode simplesmente ser “expressa”. Mas é um dos locais onde o socialismo pode ser constituído. É por isso que a cultura popular importa. No mais, para falar a verdade, eu não ligo a mínima para ela. (HALL, 2003b, p. 262)

Gramsci, que pensava do mesmo modo a cultura popular e cuja influência nos Estudos Culturais é incontestável, graças sobretudo a sua acurada percepção da complexidade da relação classe / cultura e às importantes pistas metodológicas que nos legou, Gramsci, além de ter sido um “teórico da cultura”, foi um líder revolucionário. Além disso, em nenhum momento, no que pese a atenção especial que dedicou à cultura, perdeu de vista a crítica da economia política.

O lembrete é necessário, pois a tendência que Silas de Paula (1998, p. 31-2) identificou há mais de uma década e meia permanece influente:

[...] a abordagem neo-gramsciana foi [...] redirecionada para o que se tornou uma concepção crítica do consumo cultural [...] exemplificada pelo viés da *audiência ativa*, que, apesar das evidentes vantagens, negligencia os aspectos econômicos, tecnológicos e políticos da cultura televisual.

Lopes (2001, p. 70, nota 36), mais ou menos na mesma época, escreveu algo similar, em forma de alerta:

A fim de que os estudos da linha gramsciana em Comunicação não se esgotem em mais uma “onda” ou “moda” é necessário apontar os riscos de alguns erros trazidos pela politização da investigação em que esta linha necessariamente redundante. Em primeiro lugar está o risco de se privilegiar exclusivamente os modos de reelaboração/resistência/refuncionalização dos conteúdos culturais pelas classes subalternas, outorgando escassa importância teórica aos modos de presença das ideologias dominantes nos conteúdos e práticas dessas classes.

Como exemplo desses “riscos”, tomemos a seguinte passagem de um grande expoente dos Estudos Culturais latino-americanos, Jesús Martín-Barbero (2003, p. 63): “[...] neles [os meios de comunicação] não apenas se reproduzem ideologias, mas também se faz e refaz a cultura das maiorias, não somente se comercializam formatos, mas recriam-se as narrativas nas quais se entrelaça o imaginário mercantil com a memória coletiva.”

Quando o autor nos diz isso dos meios de comunicação, a elegância do texto e a certamente sincera indignação de Martín-Barbero com as mazelas sociais da América Latina não suprimem o fato deste “entrelaçamento” ser

predominantemente favorável ao capital. Além disso, e isso ninguém parece interessado em pensar, diante de certas memórias populares de tipo marcadamente obscurantista, xenófobo, racista, sexista, homofóbico, antissemita, reacionário etc., há que se considerar que o imaginário mercantil promovido pelas ITCs, via de regra liberal, pode, eventualmente, contribuir para o que Marx chamava de “missão civilizatória” do capital, embora essa não seja aparentemente a tendência dominante, que é misturar o repertório das diversas classes de acordo com o interesse daquelas mais favorecidas. É este, quase sempre, o vetor mais forte.

Stuart Hall (2003 b, p. 254-55) sabe bem disto, e por isso afirma: “[...] há uma luta contínua e necessariamente irregular e desigual, por parte da cultura dominante, no sentido de desorganizar e reorganizar constantemente a cultura popular [...]”. A cultura dominante consegue fazer isto porque as indústrias culturais e, hoje, as ITCs, concentradas em poucas mãos, “[...] têm de fato o poder de retrabalhar e remodelar constantemente aquilo que representam; e, pela repetição e seleção, impor e implantar tais definições de nós mesmos de forma a ajustá-las mais facilmente às descrições da cultura dominante ou preferencial.” É verdade que “essas definições não têm o poder de encampar nossas mentes [...] Contudo, elas invadem e retrabalham as contradições internas dos sentimentos e percepções das classes dominadas.”

Assim, parafraseando Martin-Barbero, mas invertendo o peso que ele atribui aos polos nos quais apresenta a questão, talvez fosse mais realista dizer que nos meios de comunicação não apenas se faz e refaz a cultura das maiorias, mas que isto ocorre sob o vetor predominante da reprodução ideológica; não somente se recriam as narrativas nas quais se entrelaça o imaginário mercantil com a memória coletiva, mas esse “entrelaçamento” representa a subordinação da “memória coletiva” ao imaginário mercantil, condição para a comercialização de formatos etc.

Não se trata de uma mera inversão da ordem de importância dos fatores, sem maiores consequências, mas da ênfase ético-política metodologicamente necessária nos elementos mais problemáticos da realidade discutida, que requerem uma crítica e uma transformação.

Isso não significa, de modo algum, desprestigiar os estudos de recepção, pois, como esclarece Baccega (2005, p. 15), a recepção:

[...] nos dá pistas do impacto social que uma campanha publicitária, por exemplo, tem nas mentes e corações. Através de seu estudo podemos descobrir quais são os processos que resultam do encontro dos discursos dos meios de comunicação apropriados (transitoriamente) ou incorporados (com permanência na cultura) pelos sujeitos-receptores imersos em suas práticas culturais.

Isso é sem dúvidas importante, principalmente para se compreender a configuração atual da luta de classes, pois, conforme argumenta Bourdieu (2000, p. 483), “uma classe é definida tanto [...] pelo seu consumo [...] quanto por sua posição em meio às relações de produção (mesmo que seja verdade que as últimas governem o primeiro)”.

Por outro lado, no dizer de Turner (apud de Paula, 1998, p. 140),

[...] o pêndulo alcançou o ponto mais próximo possível da audiência [...]. Talvez seja o momento de se retornar a uma postura de leitura mais politizada da mídia, do seu papel de ‘agenda-setter’ ideológica e de indústria capitalista chave neste mundo internacionalmente corporatizado.

Isso foi dito há algum tempo mas permanece atual: sem desconsiderar as contribuições mais importantes dos Estudos Culturais, talvez seja a hora de se dedicar um pouco mais de atenção à economia política da informação, da comunicação e da cultura.

Iremos agora dar mais alguns passos no sentido de compreender melhor as complexas relações entre os níveis discursivo e extra-discursivo dos fluxos informacionais, ou, dito de outro modo, entre as virtualmente infinitas possibilidades expressivas e interpretativas da linguagem e o mais limitado, embora vasto, universo dos referentes e significações efetivas com os quais lidamos concretamente no tempo e no espaço de nossas vidas, universo este atravessado de movimentos de poder, em última instância econômicos.

6. ESBOÇO PARA UMA TEORIA INFOCOMUNICACIONAL DA REIFICAÇÃO

O importante (...) não é o fato de uma língua ter maior número de palavras para 'recortar' a realidade, mas saber que a existência dessas palavras leva à percepção da realidade de modo diferente.

(Arruda Aranha e Pires Martins, 1991, p. 15-6)

Quando olhamos uma lâmina ao microscópio, quando muito percebemos cores e formas. Precisamos estar de posse de uma teoria para 'aprender a ver'. (Arruda Aranha e Pires Martins, 1991, p. 152)

[...] uma criança sabe como certo, antes de poder falar, a diferença entre as ideias de doce e amargo (isto é, que o doce não é amargo), como sabe depois (quando começa a falar) que a amargura e a doçura não são a mesma coisa.

(Locke, apud Arruda Aranha e Pires Martins, 1991, p. 175.)

Embora um conhecimento qualquer do real (discursivo e extra-discursivo) seja necessariamente mediado pela dimensão simbólica e pelas práticas discursivas, o real não se esgota no discurso, mesmo o real discursivo.

Partindo dessa premissa, que será fundamentada a seguir, podemos pensar em uma perspectiva *totalizante* de análise da informação midiaticizada. Essa perspectiva deverá fornecer algumas pistas para entendermos melhor a relação, nem sempre óbvia, entre as representações da realidade mediadas pela informação midiaticizada e seus momentos sócio-históricos de emergência, com um olhar especial voltado para o papel político-econômico dos enunciadores (as empresas midiáticas) nos momentos em questão, sem perder de vista o momento da recepção e a dialética (no sentido de mútua determinação) desses momentos.

Com isso, talvez seja possível estabelecer algumas diretrizes metodológicas que podem se mostrar úteis para o desenvolvimento de futuros mapeamentos empíricos das tendências ideológicas hegemônicas e contra-hegemônicas de processos comunicacionais determinados, envolvendo a identificação dos agentes sociais em disputa, bem como a correlação de forças envolvida.

Em uma formulação mais sintética, trata-se de esboçar uma perspectiva metodológica que possa vir a ser aplicada na identificação da relação entre informação midiaticizada, interesses políticos e econômicos que as corporações de mídia representam, em um momento dado, e a realidade social extra-discursiva. Isso engloba tanto os aspectos e momentos desta última aos quais se referem os discursos midiáticos, mediadores de parte substancial das representações coletivas, quanto aqueles sobre os quais os mesmos discursos midiáticos silenciam.

Uma crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura deve, portanto, confrontar as representações coletivas mediadas pelas ITCs e a realidade extra-discursiva, tanto nos aspectos e momentos desta última aos quais se referem as informações midiaticizadas, quanto naqueles aos quais essas mesmas informações deixam de se referir, visando reconhecer os efeitos ideológicos de ambos e identificar os interesses (quais e de quem) em jogo, bem como a correlação de forças envolvida.

Um exemplo aproximado de como isso pode ser feito na prática pode ser encontrado em um artigo de Maia e França, intitulado *A Comunidade e a conformação de uma abordagem comunicacional dos fenômenos* (2003). As autoras defendem que a especificidade epistêmica da comunicação reside precisamente no fato de que, para dar conta de seu objeto, não pode prescindir de alguma *articulação* entre as ciências sociais e as ciências da linguagem, as quais, tomadas isoladamente, não seriam suficientes.

Embora o conhecimento do real (discursivo e extra-discursivo) seja necessariamente mediado pela dimensão simbólica, pelo discurso (ainda que interior), o real não se esgota no discurso:

Existe um ‘fora do texto’ que, em nossos estudos, requer um olhar talvez mais específico e, de fato, para além do texto. O sujeito da comunicação é o sujeito da linguagem – mas é mais; é um sujeito social, um sujeito em relação. E tal relação é mediada pelo texto, mas não se resume a ele. (MAIA e FRANÇA, 2003, p. 199)

Para exemplificar de que modo um estudo de comunicação pode articular as ciências sociais e as da linguagem, elas descrevem uma pesquisa da qual participaram, sobre eleições no Brasil, destacando as diferenças no tratamento dado ao mesmo tema por cientistas políticos, por sociólogos e por pesquisadores que adotam um “viés comunicacional”. Assim, após apresentarem a abordagem dos

cientistas políticos, voltadas a questões como “o atual quadro partidário no Brasil, a expressão ideológica das forças em disputa”, e a dos sociólogos, que discutem “o quadro de desemprego, violência, descrença na política tradicional, o novo perfil dos movimentos sociais” etc., as autoras questionam:

E o viés comunicacional, como e por onde se constrói? Na apreensão de como [...] essas forças e valores se fazem discurso; na identificação dos interlocutores e lugares de fala; nos movimentos que as diferentes intervenções vieram provocando no posicionamento dos atores, na caracterização do papel das diferentes mídias (do uso da Internet às novas cores do PT.) (2003, p. 200)

Essas observações possuem uma grande importância metodológica e política, na medida em que remetem à dimensão ideológica das formas específicas como a objetividade sócio-histórica é articulada discursivamente, na forma de “verdades factuais”, que municiam os receptores de referências “reais”, em certa medida compondo e regendo as subjetividades, a ponto de se converterem com frequência em uma espécie de dogmatismo tácito, inconsciente.

Hegel nos ensina que o “dogmatismo não é outra coisa senão a opinião de que o verdadeiro consiste numa proposição que é um resultado fixo, ou ainda, que é imediatamente conhecida.” (HEGEL, 1997, p. 42)

Marcuse (1973, p. 96) diz algo similar, ao argumentar que o “conceito ritualizado é tornado imune à contradição” por “poderes que moldam o respectivo universo da locução”: “Assim, o fato de a forma existente de liberdade ser servidão e de a forma existente de igualdade ser desigualdade [...] é impedido de ser expresso pela definição fechada desses conceitos [...]”

Ilyenkov (Dialectical Logic)¹¹ auxilia-nos a desenvolver a questão, ao explorar a distinção hegeliana entre *universal-concreto* e *generalidade-abstrata*:

Hegel distinguia claramente a universalidade, que dialeticamente continha em si e em suas determinações toda a riqueza do particular e do singular, da simples generalidade abstrata [...] de todos os objetos singulares de um mesmo tipo. [...] A tarefa do pensamento não estava limitada a registrar empiricamente atributos comuns. O conceito central da lógica de Hegel era então o *universal-concreto* [...]

11 ILYENKOV, Evald. *Dialectical Logic*. Documento eletrônico. Disponível em: <http://marx.org/archive/ilyenkov/works/essays/index.htm>. Acesso em: jun. 2006.

Com base nessa distinção, pode-se tecer uma análise crítica contundente do “pensar abstratamente”, uma forma de pensamento que se expressa somente por meio de frases feitas e clichês:

Pensar abstratamente significava ser escravizado pela força de frases feitas e clichês correntes, por definições unilaterais e vazias; significava enxergar nas coisas reais, intuídas, somente uma parte insignificante de seu conteúdo real, somente aquelas determinações suas que já estavam “amalgamadas” [jelled] na consciência e funcionavam aí como estereótipos pré-fabricados. Daí a “força mágica” das frases feitas e expressões correntes, que impedem o acesso da pessoa pensante à realidade, em vez de servirem como uma forma de expressá-la.

Relacionemos agora essas reflexões de Ilyenkov com a velha questão filosófica da realidade e da representação, dedicando uma atenção especial à mediação dos fluxos informacionais das ITCs na produção das subjetividades, dos imaginários e representações coletivas que orientam a ação das pessoas.

Aprendemos com Hegel o caráter fixo e fechado do *dogmatismo*. Marcuse demonstrou a função politicamente conservadora do *conceito ritualizado*. Ilyenkov, por fim, esclareceu de que modo as frases feitas “impedem o acesso da pessoa pensante à realidade”. Estamos aqui no próprio coração da dimensão política da subjetividade, e da intersubjetividade, tendo em vista o poderoso papel da linguagem e da informação midiaticizada na subjetivação coletiva de certas representações da realidade.

Avançando um pouco mais nessa linha de investigação, é importante considerar a boa explicação de Bourdieu (2000, p. 409) para o caráter classista das formas de subjetivação possíveis, na medida em que “a relação entre realidade e representação é estabelecida através das disposições que são a forma internalizada das probabilidades associadas a uma dada posição na divisão do trabalho.” Ou seja, a posição que o sujeito ocupa em meio às relações de produção (ou à divisão de trabalho), mediante disposições internalizadas, cuja forma possível é delimitada por essa mesma posição, estabelece a relação entre realidade e representação que ele poderá desenvolver. Temos assim descrito o processo através do qual a posição de classe objetiva, mediada por disposições subjetivas, cujo campo de possibilidades é por esta posição de classe delimitado, estabelece a relação entre realidade e representação.

Ora, na medida em que a representação que se faz da realidade orienta a ação sobre essa mesma realidade, somos remetidos a uma outra relação igualmente importante, a saber, entre objetividade, subjetividade e práxis. A investigação dessa relação mostra-se neste momento necessária para uma compreensão mais acurada da primeira.

Lukács (apud Lessa, 2002, p. 113) argumenta que o papel potencialmente revolucionário do “fator subjetivo” na história é determinado pelo desenvolvimento econômico (objetivo) apenas na medida em que este cria as condições para a sua atualização:

[...] o desenvolvimento econômico pode certamente criar situações objetivamente revolucionárias, mas não produz de fato ao mesmo tempo o fator subjetivo que nos fatos e na prática é determinante. [...] O fator subjetivo na história, portanto, é certamente em última análise, mas apenas em última análise, o produto do desenvolvimento econômico, enquanto as alternativas frente às quais é posto são provocadas por este processo, e todavia agem de modo relativamente livre, já que o seu sim ou não está ligado a ele somente pela possibilidade. Daí a grande importância da atividade histórica do fator subjetivo (e com ele a ideologia).

Em outras palavras, o desenvolvimento econômico determina as condições de emergência de alternativas objetivas de ação, mas a escolha de uma das alternativas possíveis, isto é, a opção por uma delas, é sempre o resultado direto de uma decisão subjetiva. Entretanto, se aceitarmos o argumento de Bourdieu sobre o caráter classista das disposições subjetivas, perceberemos que Lukács deixa de considerar um fato importante: o desenvolvimento econômico determina não só as condições de emergência de alternativas objetivas de ação, mas as próprias disposições subjetivas de ação, embora não o ato subjetivo singular da escolha de uma das alternativas objetivamente disponíveis de ação a cada momento dado. Ou seja, a própria subjetividade é objetivamente determinada pelo desenvolvimento econômico – o que este não pode determinar, senão muito indiretamente, somente em última instância, na medida em que “somente” estabelece o campo de possibilidades objetivas de ação e de disposições subjetivas para a ação, é a opção por essa ou aquela alternativa objetiva de ação, o *ato*, em sua singularidade. Este, sim, é fruto direto de uma decisão subjetiva, da opção por uma dentre um conjunto limitado de ações singulares, conjunto não obstante condicionado por disposições subjetivas geradas por determinações objetivas.

Zizek, no ensaio *De a Dialética do Esclarecimento, e volta*, referindo-se às condições objetivas necessárias para um “ato revolucionário”, nos fornece mais alguns elementos para desenvolvermos essa questão: “O ponto realmente importante não é a objetividade, mas a ‘totalidade’, entendida como processo global de ‘mediação’ entre o aspecto subjetivo e o objetivo. [...] o Ato nunca pode ser reduzido ao reflexo de condições objetivas.”

Ora, pode-se ir mais longe: o momento decisivo, “o Ato”, é e só pode ser subjetivo, pois a objetividade exterior não tem como determiná-lo, somente condicioná-lo, pois a própria emergência, do ventre da subjetividade, de uma ação decisiva, e de sua maior ou menor possibilidade de sucesso, embora a ação nunca possa ser reduzida “ao reflexo de condições objetivas”, dependem de *condições* objetivas, pois não é concebível qualquer subjetividade fora do concreto, do mundo, exterior ou interiorizado – isto é, existente mas não representado ou representado –, embora seja plenamente concebível uma objetividade (burra e cega, não teleológica mas com alto grau de sistematicidade e previsibilidade, ativa e aleatoriamente impregnante) independente de qualquer subjetividade, discurso, universo simbólico.

Que tais possibilidades ou impossibilidades de concepção se deem no nível do simbólico, da linguagem, não altera em nada as conclusões lógicas a que se chegou, permanecendo meras tautologias: só se concebe concebendo. É claro que o fato de só se conceber concebendo não pode ser deixado de lado, pois, como ensina Bourdieu:

É este o erro do objetivismo, que se esquece de incluir na definição completa do objeto a representação do objeto que ele teve que destruir de modo a atingir a definição “objetiva”; que se esquece de efetuar a redução final de sua redução, indispensável para agarrar a verdade objetiva dos fatos sociais, objetos cujo ser *também* consiste em serem percebidos. (2000, p. 256)

O argumento de Bourdieu está correto, mas uma crítica parecida, por assim dizer espelhada, pode ser dirigida ao relativismo e ao subjetivismo: a realidade objetiva dos fatos sociais *também* consiste naquilo que são aquém ou além da representação. Nos termos de Kosik:

A teoria materialista distingue um *duplo* contexto de fatos: o contexto da realidade, no qual os fatos existem originária e primordialmente, e o

contexto da teoria, em que os fatos são, em um segundo tempo, mediadamente ordenados, depois de terem sido precedentemente arrancados do contexto originário do real. Como é possível, porém, falar do contexto real, em que os fatos existem de maneira primordial e originária, se *tal* contexto só pode ser conhecido pela mediação de fatos que foram *arrancados* do contexto real? O homem não pode conhecer o contexto do real a não ser arrancando os fatos do contexto, isolando-os e tornando-os relativamente independentes. Eis aqui o fundamento de todo conhecimento: a cisão do todo. Todo conhecimento é uma cisão dialética [...] entre os fatos e o contexto (totalidade), cujo centro ativamente mediador é o método da investigação. (2002, p. 57)

Em outras palavras, se a representação dos fatos é parte de sua realidade objetiva, esta não se esgota naquela. O que significa que *há uma totalidade concreta cognoscível* – que só é composta pelo conhecimento na medida em que ela própria estabelece suas condições de emergência, existência e desenvolvimento, compondo-o também –, que só é acessível mediante o *ato* de conhecer, que sobre ela incide como um raio que a revela ou a distorce, menos ou mais, dependendo da maior ou menor correção do método de investigação. É por isso que Hegel (1997, p. 64) se opõe à concepção que defende que “o absoluto esteja *de um lado* e o *conhecer de outro lado* – para si e separado do absoluto – e mesmo assim seja algo real. Pressupõe com isso que o conhecimento, que, enquanto fora do absoluto, está também fora da verdade, seja verdadeiro”.

Se entendermos este “absoluto” hegeliano como sinônimo da totalidade concreta do ser em seu devir, a disputa teórica que se trava, a partir daí, é pela representação científica conceitual “mais correta” do ser (questão ontológica) e de como elaborá-la (questão metodológica), ou simplesmente pelo que é ou deixa de ser “científico” (questão epistemológica). Esta posição epistemológica, se não garante por si só o melhor método para que se elabore tal representação, ao menos limpa o terreno de discussões inúteis, ao mesmo tempo em que conserva o caráter aberto do conhecimento e evita as armadilhas de certos dogmatismos entranhados no senso comum, que, eventualmente, insinuam-se também no discurso científico.

Ou seja, não se concebe só concepções, mas também objetividades, referentes, coisas, fenômenos e essências extra-discursivos, ou como se queira chamar, e cumpre conceber tais existências e relações corretamente, isto é, tais quais são

em si, para que as subjetividades tomem as decisões corretas, no seu vir-a-ser de em-si (existentes mas sem noção de si mesmas) a para-si (conscientes de sua própria existência), mediante o vir-a-ser do outro (objetividade) em-si (exterior, independente das subjetividades) ao para-si das subjetividades (compreendido pelas subjetividades) em sua objetividade, processos mediados pela práxis.

Kosik (2002, p. 28) formula esse ponto nos termos da “dialética da atividade e da passividade do conhecimento humano”:

A dialética da atividade e da passividade do conhecimento humano manifesta-se sobretudo no fato de que o homem, para conhecer as coisas em si, deve primeiro transformá-las em coisas para si; para conhecer as coisas como são independentemente de si, tem primeiro que submetê-las à própria *práxis*: para poder constatar como são elas quando não estão em contato consigo mesmo, tem primeiro de entrar em contato com elas. O conhecimento não é contemplação. A contemplação do mundo se baseia nos resultados da *práxis* humana. O homem só conhece a realidade na medida em que ele *cria a realidade* humana e se comporta antes de tudo como ser prático.

Esta ideia certamente se baseia na síntese efetuada por Marx nas duas primeiras *Teses sobre Feuerbach*:

1. A principal insuficiência de todo o materialismo até aos nossos dias – o de Feuerbach incluído – é que as coisas [*der Gegenstand*], a realidade, o mundo sensível são tomados apenas sobre a forma do *objeto* [*des Objekts*] ou da contemplação [*Anschauung*]; mas não como *atividade sensível humana, práxis*, não subjetivamente. Por isso aconteceu que o lado *ativo* foi desenvolvido, em oposição ao materialismo, pelo idealismo – mas apenas abstratamente, pois que o idealismo naturalmente não conhece a atividade sensível, real, como tal. Feuerbach quer objetos [*Objekte*] sensíveis realmente distintos dos objetos do pensamento; mas não toma a própria atividade humana como atividade objetiva [*gegenständliche Tätigkeit*]. [...]

2. A questão de saber se ao pensamento humano pertence a verdade objetiva não é uma questão da teoria, mas uma questão *prática*. É na práxis que o ser humano tem de comprovar a verdade, isto é, a realidade e o poder, o caráter terreno do seu pensamento. A disputa sobre a realidade ou não realidade de um pensamento que se isola da práxis é uma questão puramente *escolástica*.

Ilyenkov (*Dialectical Logic*) nos oferece mais alguns subsídios fundamentais para uma compreensão adequada desta importante questão epistemológica, demonstrando, de um modo bastante similar ao de Kosik, a relação que se dá entre *contemplação* e *atividade* no processo de conhecimento:

Na contemplação imediata (intuição) os aspectos objetivos da “natureza em si” estão grudados nos aspectos e formas que foram nela impressos pela atividade transformadora do homem, e todas as características puramente objetivas da matéria natural, além disso, se oferecem à contemplação através da imagem que a matéria natural adquiriu durante e como um resultado das atividades subjetivas do homem social. [...]

Um quadro da natureza puramente objetivo é então desvelado ao homem não na contemplação, mas através da atividade e na atividade do homem produzindo socialmente sua própria vida. [...] Só a prática, conseqüentemente, é capaz de resolver quais aspectos do objeto dado à contemplação pertencem ao objeto da natureza em si, e quais deles foram nele introduzidos pela atividade transformadora do homem, ou seja, pelo sujeito.

Em outras palavras, de um ponto de vista materialista, negar a transparência do real (a ilusão de verdade da percepção imediata, da aparência) não pode significar reduzi-lo a mera representação (a concepções), de um lado, ou, de outro, a uma qualquer exterioridade (ao pensamento) incognoscível, mas compreender a relação concreta entre representação e realidade, que tem na práxis sua *mediação material ativa* (Sampaio e Frederico, 2006) e no conceito sua melhor possibilidade de solução discursiva.

Podemos agora retomar a questão da relação entre representação e realidade, articulando essas considerações com uma reflexão sobre a informação midiaticizada, aqui entendida como mediadora hegemônica do conhecimento coletivo, “falso” ou “verdadeiro”, do real, nas últimas décadas.

Um bom ponto de partida para este movimento é o já clássico artigo “Codificação / Decodificação”, no qual Stuart Hall (2003 a, p. 388-89) discorre sobre a relação entre o que ele denomina “evento histórico bruto” e o “discurso televisivo”. Para Hall, o fato de um evento não poder ser transmitido pela TV em sua forma bruta, isto é, em sua singularidade fenomênica no tempo e no espaço, mas somente enquanto discurso (audiovisual, no caso da TV), faz com que o evento,

convertido em informação, em uma “forma-mensagem”, torne-se “sujeito a toda a complexidade das ‘regras’ formais pelas quais a linguagem significa”.

Deste modo, um evento extra-discursivo ou extra-textual só pode ser coletivamente conhecido ao converter-se em *evento comunicativo* (diríamos em *informação midiaticizada*); para tanto, deve submeter-se às regras da linguagem. Isso demonstra a importância das ciências da linguagem para os estudos de formação e comunicação. Por outro lado, a “dominância” das regras da linguagem no evento comunicativo não pode anular a singularidade extra-discursiva do evento, tampouco “as relações sociais nas quais as regras [da linguagem] são postas em funcionamento ou as consequências políticas e sociais do evento terem sido significadas dessa maneira.” Temos então a mútua determinação dialética das relações sociais agindo sobre as regras da linguagem, que operam a conversão do evento em “evento comunicativo”, numa “forma mensagem” específica, e a ação desta forma sobre a realidade extra-midiática (discursiva e extra-discursiva).

Por outro lado, não obstante as regras da linguagem ou do discurso serem, em última instância, subordinadas às “relações sociais” das quais emergem e sobre as quais atuam, sua relativa dominância na conversão do fato bruto em evento comunicativo – que envolve, enquanto tal, sua codificação e suas possíveis decodificações – nem por isso é desprezível. Essas regras merecem, portanto, ser melhor compreendidas.

Para fazê-lo, acompanhemos um pouco mais o pensamento de Hall a respeito de algumas especificidades fundamentais da “forma-mensagem”, em especial em sua variante televisiva, pois esta favorece, talvez mais do que qualquer outra, a reificação, devido ao “realismo” de sua iconicidade: “O signo televisivo é [...] um signo icônico, na terminologia de Peirce, porque ‘possui algumas das propriedades da coisa representada’. [...] O cão, no filme, pode latir, mas não consegue morder!” (HALL, 2003a, p. 392-93)

O signo icônico, porém, como as demais modalidades de signos, só pode significar dentro de um determinado código, ou sistema de regras de correspondência, menos ou mais explícitas. Por esta razão os signos icônicos também são codificados, “mesmo que aqui os códigos trabalhem de forma diferente daquela de outros signos.” Assim, no caso do signo icônico da imagem televisiva, “[...] a aparente fidelidade da representação à coisa ou ao conceito representado

– é o resultado, o efeito, de uma certa articulação específica da linguagem sobre o ‘real’. É o resultado de uma prática discursiva.”

Ora, se “não há discurso inteligível sem a operação de um código”, a “aparente fidelidade da representação à coisa” na “forma mensagem” icônica não se deve à transparência do real ser aí reproduzida diretamente, mas às especificidades empíricas do signo icônico e ao código no qual ele atua. A partir desta concepção, Hall nos alerta para o risco de reificação da televisão, devido à presença do que ele denomina “códigos naturalizados”:

Certos códigos podem [...] ser tão amplamente distribuídos em uma cultura ou comunidade de linguagem específica, e serem apreendidos tão cedo, que aparentam não terem sido construídos [...] mas serem dados “naturalmente”. Nesse sentido, simples signos visuais parecem ter alcançado uma “quase-universalidade”, embora permaneçam evidências de que até mesmo códigos visuais aparentemente “naturais” sejam específicos de uma dada cultura.

A imagem de uma vaca, por exemplo, pode significar um animal sagrado, a noção de bucolismo ou um valor de troca, conforme seja decodificada por um hindu, por um cidadão de uma grande cidade ou por um pecuarista.

Isto não significa que nenhum código tenha interferido, mas, antes, que os códigos foram profundamente *naturalizados*. A operação de códigos naturalizados revela não a transparência e “naturalidade” da linguagem, mas a profundidade, o caráter habitual e a quase-universalidade dos códigos em uso. Eles produzem reconhecimentos aparentemente “naturais”. Isso produz o efeito (ideológico) de encobrir as práticas de codificação presentes.

Toda esse conjunto de conceitos e argumentos desenvolvidos por Hall poderia ser visto como o esboço de uma teoria infocomunicacional da reificação, que agrega à sua problemática central as contribuições conceituais e metodológicas da semiótica. Neste ponto, os estudos culturais e a crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura se encontram, em um terreno comum aparentemente fértil.

Hall ainda propõe, no mesmo artigo, uma nova compreensão das noções de “denotação” e “conotação”. Recusando a ideia de um sentido literal para a primeira, mas conservando-a enquanto sentido relativamente “fixo” (isto é, provisoriamente estável, em um dado contexto / período sócio-histórico), que

parece natural, ele conclui que a disputa política que se trava no campo discursivo visa a hegemonia significativa da denotação.

Zizek (apud Aida Prado, 2003, p. 148) diz algo bastante parecido, ao afirmar que a “[...] luta pela hegemonia ideológica e política é sempre a luta pela apropriação dos termos que são espontaneamente vivenciados como apolíticos [...]”.

Esse conjunto de reflexões e análises críticas em torno de dogmas, clichês, conceitos ritualizados, códigos naturalizados e sentidos denotativos fixos nos conduz ao elemento cultural da política e da economia, ao elemento econômico da política e da cultura, e ao elemento político da cultura e da economia, dos quais trataremos mais detidamente agora.

7. CRÍTICA DA ECONOMIA POLÍTICA DA INFORMAÇÃO, DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA

Um bom ponto de partida para se pensar o problema do gosto na chave analítica de uma crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura é a identificação do caráter fetichista da produção de bens simbólicos quando subsumida ao capital, produção esta, hoje, operada predominantemente pelas ITCs. O termo *fetichismo*, aqui, deve ser entendido em sua mais ampla acepção, a saber, enquanto denominação do processo histórico de *subsunção da cultura ao princípio da valorização do valor* e ao mesmo tempo de *reprodução ideológica e fixação libidinal*, processo triplamente funcional, que obtém amplo sucesso em adequar as representações, o imaginário e a sensibilidade sociais às necessidades de reprodução ampliada do capital, colaborando decisivamente na formação dos gostos e em sua captura pelo capital, de modo a contribuir para que a massa de mercadorias produzida, de todos os tipos, circule *o mais rápido possível*, e para que as pessoas percebam repetidamente as relações de capital como *normais e insuperáveis*, de modo a estratificarem essa percepção em sentimento de realidade.

Devemos, portanto, evitar o “abandono da crítica da economia política, substituída por uma simples economia entendida como ciência no sentido burguês”, no dizer de Lukács (1979, p. 35).

Economia, em sentido estrito – abstraído o caráter predominantemente mercantil que as relações econômicas e a própria noção de economia adquiriram sob o sistema do capital –, significa o oposto de *desperdício*. É o que nos lembra Mézáros (2004, p. 512), destacando a relevância política decisiva dessa noção: “o sucesso de qualquer modo de produção, inclusive o socialista, é inconcebível sem um sistema de administração de recursos racional e eficiente. O significado essencial do termo ‘economia’ é, precisamente, o resumo desta proposição em uma palavra.”

Essa dimensão *política* da noção de economia remete ao caráter teleológico das atividades econômicas, ou seja, à ideia de que se deve fazer o melhor uso possível dos meios para que se atinja determinado fim. Remete igualmente à discussão dos fins: quais são? Quem os determinou? A que gostos atendem?

É aí que se revela a diferença essencial entre a economia burguesa e o projeto de uma economia verdadeiramente socialista: na primeira, os setores administrativos do sistema tratam coisas e pessoas indiscriminadamente, do modo mais eficiente possível, visando a valorização do valor, restando a satisfação dos gostos restrita ao consumo e dependente do objetivo econômico fetichista visado – que contraditoriamente resulta, cada vez mais, em desperdício de gente e de coisas; no segundo, as pessoas devem administrar as coisas e a si mesmas distintamente, de modo eficiente, autônomo e colaborativo, visando a satisfação dos gostos – no consumo, é óbvio, mas *também* na produção, tanto quanto possível.

Numa acepção mais dilatada, *economia* refere-se ao conjunto dos processos de produção, reprodução, circulação e consumo de bens, ou seja, de coisas úteis. Esse processo ocorre, como não poderia deixar de ser, em algum território, físico ou virtual, cujos contornos vão da cidade ao planeta. Trata-se porém, como já sabiam os clássicos, de contornos não só geográficos, mas *políticos*, isto é, “política” congregando as noções de unidade territorial, cultural e administrativa. A economia é, assim, necessariamente economia política. A exclusão do segundo termo da expressão, que atribui uma autonomia fantasmática aos processos econômicos, é simplesmente um absurdo, ainda que sob a justificativa (duvidosa) de um “recorte metodológico”, e mesmo sabendo que os processos econômicos se tornaram praticamente autônomos sob o capital, pois até isso resulta de determinadas relações de poder, da relação primária capital / trabalho às políticas econômicas dos Estados nacionais e dos organismos internacionais (FMI, OMC etc.), passando por inumeráveis mediações *políticas*.

Marx, ao contrário de sua caricatura economicista, percebeu muito bem que os processos econômicos tanto determinam quanto são determinados por processos extraeconômicos. Como destaca Lukács (1979, p. 43):

[...] por mais audaciosas que sejam as abstrações que ele [Marx] desenvolve nesse campo [econômico], [...] permanece sempre presente e ativa – nos problemas teóricos abstratos – a vivificante interação entre economia propriamente dita e realidade extraeconômica no quadro da totalidade do ser social.

Para Lukács, essa articulação possibilita a compreensão de aspectos da própria economia e da realidade extraeconômica que, de outro modo, permaneceriam incompreensíveis. Em nosso caso, enfatizar a relevância de momentos extraeconômicos em interação com a economia, com destaque para o momento político, ou melhor, para o caráter imperativamente político da economia, significa reforçar nosso posicionamento metodológico, que põe em primeiro plano o fato de a economia compor um conjunto de atividades, mais ou menos conscientemente orientadas, de sujeitos históricos (quanto mais conscientemente orientadas, maior a presença do elemento político), que ocupam posições específicas em meio a relações de produção concretas, o que por sua vez implica levar em conta o conteúdo classista das atividades e análises econômicas. A orientação dessas atividades é “mais ou menos conscientemente orientada” porque a complexidade das inter-relações entre as diversas atividades e agentes econômicos, sobretudo se considerarmos o caráter caótico da economia capitalista globalizada, torna a possibilidade de um controle plenamente consciente (por quem?) uma impossibilidade prática, como aliás foi tragicamente demonstrado pelas malfadadas experiências do chamado “socialismo realmente existente”, o qual nem chegou perto de arranhar o núcleo duro do sistema: o fetiche do valor. Isto foi demonstrado de forma magistral por Kurz (1993) e Mészáros (2002). Além disso, a questão do *controle político* das atividades econômicas traz ao centro do debate o problema do gosto e da informação midiaticizada, *em sua atualidade conservadora e em sua potência transformadora* – *potência concreta*, pois embora o controle consciente do conjunto das atividades econômicas, sob quaisquer circunstâncias atualmente concebíveis, só possa ser parcial, isso não significa que estejamos eternamente condenados aos imperativos caóticos da economia capitalista, já que esta carrega em si desde o início as contradições que permitiram que fosse concebida a sua superação efetiva. A este propósito, sugere Mészáros (2003, p. 453-54):

O *ethos* positivo da nova sociedade apenas poderia ser encontrado na auto-atividade emancipada dos seus membros e nos complexos institucionais e instrumentais correspondentes que respondem de forma flexível às necessidades dos indivíduos sociais, em vez de os opor por meio de sua própria – predeterminada – inércia material. Apenas em tal moldura institucional e instrumental pode-se levar a sério a categoria da totalização coletiva *consciente* – isto é: a complexa harmonização cooperativa – dos objetivos livremente escolhidos dos indivíduos sociais, em agudo contraste com o sistema regido pela ‘mão invisível’ do mercado, pois este último se caracteriza pela absoluta *totalização inconsciente* que faz com que os objetivos próprios do capital prevaleçam por trás do indivíduos particulares [...].

Todos os esforços direcionados no sentido da implementação de uma ordem econômica mais humana, isto é, conscientemente orientada, na medida técnica possível, pelo conjunto dos agentes econômicos, em nome da satisfação dos gostos de todos e não da valorização do valor, requer desde o princípio do seu empreendimento uma *crítica* radical da economia política, capaz de desmistificar seus pressupostos, categorias e orientação classista. A razão desta insistência é que, como é sabido, a própria economia política é uma ciência que se desenvolveu em grande parte como discurso ideológico apologético da burguesia em seu momento de conquista da hegemonia social. Perder isto de vista é perder-se no emaranhado dos efeitos da economia capitalista sem atingir suas causas, é não atingir o ponto de vista da totalidade, ou seja, é não enxergar a dinâmica estrutural que a sustenta, cuja força motriz é o princípio cego da valorização do valor, o que dificulta a busca dos caminhos teóricos e práticos para superá-la. No dizer de Mézáros (2006, pp. 115): “Partilhar ‘do ponto de vista da economia política’ significa ser incapaz de desenvolver em termos concretos as condições de uma verdadeira superação. E superar a alienação ‘no interior da alienação político-econômica’ significa simplesmente não superá-la.”

Por tudo isso, e não por uma questão meramente retórica ou ideológica, deve-se ter o cuidado de distinguir o caráter *positivo* (embora pretensamente neutro) da economia política enquanto ciência burguesa, da *negatividade* da *crítica* da economia política fundada por Marx, a qual impõe ao estudo da economia o elemento histórico e revolucionário. Quero crer que o mesmo cuidado é bem-vindo no universo dos estudos em economia política da informação, da comunicação e da cultura, ainda mais se considerarmos que uma

instrumentalização inovadora e criativa das ITCs é condição necessária para a viabilização do controle consciente do conjunto das atividades econômicas pelos produtores associados. Nos termos de Robert Kurz (*Dominação Sem Sujeito*):

[...] o que até agora foi forma inconsciente da sociabilidade terá de ser extinto e substituído pela *comunicação direta entre os homens*, numa forma muito mais organizada e ligada em rede. A “forma” inconscientemente reguladora será substituída pela “ação comunicativa” (Habermas) dos homens, que refletirão conscientemente sua própria sociabilidade e as suas ações sociais, organizando-as com base nisso.

Essa passagem de Kurz pode servir como uma boa definição do objetivo geral *positivo* da crítica que postulamos, enquanto o conjunto das atividades de produção, reprodução, circulação e consumo de bens simbólicos, isto é, sua economia, tal qual se dá na realidade, constitui o objeto dessa crítica.

Dissemos na introdução deste trabalho que o gosto pode ser entendido como expressão e medida do valor de uso dos bens materiais e simbólicos, tanto considerando seu caráter de mercadoria quanto dele abstraindo. Sabemos também que os gostos, conseqüentemente os valores de uso, são econômica e culturalmente mediados. Desenvolveremos agora este ponto, partindo do seguinte ensinamento de Rosdolsky (2002, p. 79) sobre o pensamento econômico de Marx:

[...] para julgar se o valor de uso tem significação econômica ou não, a referência é a relação que ele estabelece com as relações sociais de produção. Na medida em que influi nessas relações ou recebe sua influência, é uma categoria econômica. Mas, fora disso, em seu caráter meramente “natural”, está fora da esfera de considerações da economia política.

Ou seja, um valor de uso tem significação econômica somente na medida em que influi nas relações sociais de produção ou é por elas influenciada. Nem sua materialidade, tampouco sua propriedade de satisfazer necessidades humanas, tomadas em si mesmas, bastam para fazer dele uma categoria econômica.

Na realidade, o valor de uso de qualquer coisa sempre possui alguma influência nas relações sociais de produção, ou é por elas, em alguma medida, influenciado. Ocorre que esta influência pode ser tão mediada ou insignificante

a ponto de ser tornar desprezível. Por exemplo: o valor de uso de uma manga, que eu colho, para comer, da única mangueira existente no sítio de um parente, encontra-se em sua propriedade de satisfazer o meu desejo de comer manga. Mas isto não faz dele uma categoria econômica, pois a insignificância do episódio para as relações sociais de produção é tanta – não é nula, pois, mal ou bem, a manga contribui para a minha alimentação, portanto para a reprodução da minha força de trabalho –, assim como a influência das relações sociais de produção no ato de eu colher a manga da árvore e comê-la – minha viagem ao sítio durante as férias pressupõe a própria noção de trabalho e férias, de propriedade privada, a existência de estradas e meios de transporte etc. –, que podemos desprezá-la. O mesmo não acontece se me refiro a um sítio que tenha na produção de mangas para o comércio uma de suas atividades, ao qual me dirijo com o intuito de comprá-las para revendê-las, ou se pensarmos no valor de uso de um alimento substancialmente necessário à saúde e disponível em quantidade significativa para influir na reprodução da força de trabalho de quem o devora. Seu valor de uso, nesses dois casos, é uma categoria econômica, sendo que no último assim permanece, ainda que fora do âmbito de uma economia capitalista.

Diante dessas considerações, para compreendermos melhor a dimensão econômica do valor de uso, sem nos limitarmos aos seus aspectos mais óbvios, seria útil reconsiderar as próprias noções de “uso” ou “utilidade”, para além do utilitarismo vulgar – parta este de um essencialismo fisiológico rasteiro, parta da concepção do ser humano como um eterno calculista obsessivo, que só pensa em otimizar recursos e desempenhos, ao modo capitalista.

Refutando esta noção, e ao mesmo tempo conservando a atribuição de momento predominante em cada totalidade histórica ao “modo de produção”, Lukács (1979, p. 72-3) nos recorda uma instrutiva reflexão de Marx sobre as hordas mongólicas, o roubo e a produção:

[...] quando Marx [...] atribui o papel de momento predominante ao modo de produção, isso não deve ser entendido no sentido de um praticismo ou utilitarismo econômicos. O modo de agir determinado pela produção pode ter inclusive um caráter destrutivo, como Marx indica, dando como exemplo as devastações das hordas mongólicas na Rússia. Mas até mesmo um tal modo de agir resulta das relações de produção, da economia pastoril, cuja condição fundamental era constituída pela existência de grandes extensões desabitadas. Logo após, Marx se refere à rapina como

modo de vida de determinados povos primitivos. Todavia, não se esquece de observar: “Mas, para poder saquear, é necessário que exista algo que saquear, isto é, produção.”

É evidente que a produção, enquanto momento predominante, é aqui entendida no sentido mais lato, no sentido ontológico, como produção e reprodução da vida humana, que até mesmo em seus estágios extremamente primitivos (a economia pastoril dos mongóis) vai muito além da mera conservação (biológica), não podendo portanto deixar de ter um acentuado caráter econômico-social. [...] o que está em jogo aqui são os homens, cujas capacidades, hábitos etc., tornam possíveis determinados modos de produção; essas capacidades, porém, são por seu turno geradas sobre a base de modos de produção concretos. Essa constatação nos envia à teoria geral de Marx, segundo a qual o desenvolvimento essencial do homem é determinado pela maneira como ele produz. Mesmo o modo de produção mais bárbaro ou mais alienado plasma os homens de determinado modo, um modo que desempenha nas inter-relações entre grupos humanos – ainda que essas possam aparecer imediatamente como “extra-econômicas” – o papel decisivo em última instância.

Temos então que mesmo a destruição e a rapina podem ser *úteis*. Nos termos de Mészáros (1993, p. 78):

A advertência dialética sobre a natureza das determinações econômicas, que prevalecem “somente em última análise”, tem como objetivo enfatizar que, ao mesmo tempo em que o conceito das “condições materiais de vida” ocupa, estrutural e geneticamente, uma posição essencial no sistema marxiano – isto é, tanto em relação à *gênese* histórica das formas mais complexas de intercâmbio humano, como diante do fato de que as condições materiais constituam a *pré-condição* de vida humana estruturalmente necessária em *todas* as formas concebíveis de sociedade –, tal conceito não é, de forma alguma, capaz, por si só, de explicar as complexidades do próprio desenvolvimento social.

Portanto, ainda que concordando, por exemplo, com a crítica de fundo da antropologia estrutural ao funcionalismo e ao marxismo vulgar – a saber, que a ordem simbólica não pode ser reduzida a um mero reflexo automático de impulsos biológicos inatos ou de um utilitarismo econômico rasteiro –, nenhum

antropólogo sério há de negar que as diversas ordens simbólicas estudadas por eles mesmos ou por seus pares possuem *também* algum sentido prático, útil, que assegure a “produção e a reprodução da vida social” (Marx), ainda que isto não se dê dentro de parâmetros utilitários estreitos e mais óbvios.

A este propósito, Marshall Sahlins, que ocupa boa parte de seu excelente “Cultura e Razão Prática” tentando demonstrar que, nas sociedades humanas, a cultura não ocupa um papel subordinado ao que ele chama de “razão prática”, tem certa hora que admitir, em outros termos, que “a natureza é sempre suprema”:

Mesmo em condições materiais muito semelhantes, as ordens e finalidades culturais podem ser muito diferentes. Porque as condições materiais, se indispensáveis, são potencialmente “objetivas” e “necessárias” de muitas maneiras diferentes, de acordo com a seleção cultural pelas quais elas se tornam “forças” efetivas. Claro que, em um certo sentido, a natureza é sempre suprema. Nenhuma sociedade pode viver de milagres, enganando-se com ilusões. Nenhuma sociedade pode deixar de prover meios para a continuação biológica da população ao determiná-la culturalmente – não pode negligenciar a obtenção de abrigo na construção de casas, ou de alimentação ao distinguir comestíveis de não-comestíveis. (Sahlins, 2003, p. 168).

A base econômica de um dado modo de produção, sua infraestrutura, porém, não se limita às suas “condições materiais” – que são apenas uma parte das forças produtivas, junto ao conhecimento, à habilidade e à técnica –, englobando também as formas como as pessoas se organizam e empregam essas forças, isto é, as relações de produção. É, assim, da articulação entre forças produtivas e relações de produção que derivam as superestruturas, a cultura, que a partir de então sobre elas atua, contribuindo para a sua manutenção ou transformação e, conseqüentemente, para a sua própria manutenção ou transformação, e assim por diante. O fato de isso poder se dar de muitas maneiras diferentes não altera em nada o esquema geral.

Em outras palavras, a noção de determinação em última instância da infraestrutura econômica sobre a superestrutura é outra forma de designar o fato de o inevitável metabolismo do homem com a natureza ser a *condição necessária* para tudo o que se pensa, crê, concebe etc., enquanto a recíproca não é verdadeira, ou seja, embora, para que esse metabolismo (que é uma categoria universal) se dê, seja necessário algum tipo de pensamento, crença, concepção,

nenhum pensamento, crença ou concepção singulares tem o direito de reivindicar o estatuto de única condição necessária para que o metabolismo se dê. Este, enquanto universal, é *necessário*; aqueles, enquanto singulares, são *contingentes*. Por outro lado, para cada modo de produção singular, há especificidades infraestruturais contingentes igualmente determinadas pelo princípio universal de que pensamentos, crenças, concepções, ou seja, elementos superestruturais, enquanto universais, são condições necessárias para que o metabolismo se dê em alguma forma singular. Porém, ainda assim, a universalidade do *conceito* e da *facticidade* do metabolismo do homem com a natureza como condição absolutamente necessária da vida faz de ambos universais (em nível epistemológico, quanto ao conceito, e ontológico, quanto à facticidade) em última instância determinantes de quaisquer outros, como pensamentos, crenças, concepções etc., que só podem então existir no plural, na forma de mediações contingentes, mas jamais na forma de O pensamento, A crença, A concepção, etc., a não ser no terreno lamacento da teologia, enquanto podemos, sem medo de incorrer em desvios metafísicos, falar nO metabolismo do homem com a natureza, que é um modo poético de se dizer História, o que envolve a primeira natureza – biológica – e a segunda natureza – social. É uma categoria social cuja universalidade não se deixa englobar por nenhuma outra categoria social. É, portanto, o mais alto nível de totalização social a que se pode chegar, em meio ao qual podem ocorrer as mediações que forem, mas sempre subordinadas a essa totalidade. Nos termos de Lukács (1979, p. 40-1):

Quando atribuímos uma prioridade ontológica a determinada categoria com relação a outra, entendemos simplesmente o seguinte: a primeira pode existir sem a segunda, enquanto o inverso é ontologicamente impossível. É algo semelhante à tese central de todo materialismo, segundo a qual o ser tem prioridade ontológica em relação à consciência. Do ponto de vista ontológico, isso significa simplesmente que pode existir o ser sem a consciência, enquanto toda consciência deve ter como pressuposto, como fundamento, algo que é. Mas disso não deriva nenhuma hierarquia de valor entre ser e consciência [...] O mesmo vale, no plano ontológico, para a prioridade da produção e da reprodução do ser humano em relação a outras funções. Quando Engels, no discurso pronunciado junto à tumba de Marx, fala do “fato elementar [...] de que os homens devem primeiro de tudo comer, beber, ter um teto e vestir-se, antes de ocupar-se de política, de ciência, de arte, de religião etc.”, está falando precisamente de uma relação de prioridade

ontológica. E o próprio Marx o afirma claramente, no prefácio à *Contribuição à Crítica da Economia Política*. Onde é sobretudo importante o fato de que ele considere “o conjunto das relações de produção” como a “base real” a partir da qual se explicita o conjunto das formas de consciência; e como essas, por seu turno, são condicionadas pelo processo social, político e espiritual da vida.

Ou, em uma outra formulação bastante similar:

Para o materialismo, a prioridade do ser é, antes de mais nada, a constatação de um fato: há um ser sem consciência, mas não há consciência sem ser. Disto, porém, não se segue uma subordinação hierárquica da consciência ao ser. Pelo contrário, somente esta prioridade e o seu reconhecimento concreto, teórico e prático, por parte da consciência, cria a possibilidade de dominar realmente o ser com a consciência. O simples fato do trabalho ilustra esta situação com meridiana evidência. (Lukács apud Oldrini, 2002, p. 71)

A defesa desse princípio é recorrente no pensamento de Lukács, que identifica a “originalidade inovadora” dos *Manuscritos Econômico Filosóficos*:

[...] no fato de que, pela primeira vez na história da filosofia, as categorias econômicas aparecem como as categorias da produção e da reprodução da vida humana, tornando assim possível uma descrição ontológica do ser social sobre bases materialistas. Mas o fato de que a economia seja o centro da ontologia marxiana não significa, absolutamente, que sua imagem do mundo seja fundada sobre o ‘economicismo’. (Isso surge apenas em seus epígonos, que perderam toda noção do método filosófico de Marx; um fato que contribuiu bastante para desorientar e comprometer o marxismo no plano filosófico). (1979, p. 14-5)

Ou seja, pense-se (ou creia-se, ou conceba-se) o que se pensar, se certas atividades práticas, úteis, absolutamente necessárias e universais – alimentação, proteção contra as intempéries, cuidados com a saúde etc. – não forem realizadas de alguma forma *eficaz*, em pouco tempo não haverá mais pensamentos, mitos, crenças, concepções. Por outro lado, não é verdadeira a recíproca “faça-se o que se fizer, se certos pensamentos (ou crenças etc.) absolutamente necessários não forem pensados de forma eficaz, em pouco tempo não haverá mais atividades práticas”, *a não ser na medida em que esses pensamentos sejam necessários à eficácia*

dessas práticas, ou seja, pensamentos só adquirem o estatuto de necessários e não contingentes quando necessários a certas práticas, isto é, enquanto contingentes a práticas necessárias: quando. Portanto, mesmo pensamentos necessários são contingentes, ou seja, determinados por uma necessidade prática que os transcende.

Toda e qualquer ordem simbólica é, assim, a seu modo, “útil”, na medida em que organiza as referências das ações necessárias – sem as quais as ações não necessárias mas de algum modo desejadas, também ordenadas pela ordem simbólica, não seriam realizáveis –, e toda determinação emanada dessa ordem também o é, ainda que de forma não aparente, imediata ou consciente.

A *utilidade* de uma dada ordem simbólica não se limita a suas funções econômicas diretas, de favorecer a produção e reprodução do ser humano, mas também ao seu papel na satisfação dos gostos e paixões. Combater o utilitarismo mais rasteiro não deve, portanto, conduzir à defesa de alguma espécie de “inutilitarismo”. Trata-se, então, de redimensionar a própria noção de utilidade, que não pode ser restringir à fisiologia, ao cálculo econômico egoísta ou a um pragmatismo imediatista. Por exemplo: a prece é *útil* para o crente na medida em que alivia tensões ou o que for, ainda que o santo solicitado seja surdo; e a poesia é *útil* por causa das satisfações intelectuais e afetivas que provoca. A prece e a poesia possuem, assim, um valor de uso.

Neste ponto, devemos refletir sobre um importante alerta metodológico de Kosik, que nos lembra da centralidade das categorias *práxis* e *trabalho* para que o primado da economia na dialética materialista não seja confundido com um economicismo qualquer. Kosik (2002, p. 121) ilustra sua argumentação relacionando precisamente poesia e economia. Ele nos lembra, em primeiro lugar, que “a poesia não é uma realidade de ordem inferior à economia: também ela é do mesmo modo realidade humana, embora de gênero e de formas diversos, com tarefa e significados diferentes”. Na sequência, acrescenta:

A economia não gera a poesia, nem direta nem indiretamente, nem imediata nem mediadamente: é o homem que cria a economia e a poesia como produtos da *práxis* humana. [...] Somente sobre a base desta determinação *materialista* do homem como sujeito objetivo – ou seja, como ser que, dos materiais da natureza e em harmonia com as leis da natureza como pressuposto imprescindível, cria uma *nova* realidade, uma realidade social

humana – podemos *explicar* a economia como a estrutura fundamental da objetivação¹² humana, como a ossatura das relações humanas, como a característica elementar da objetivação humana, como o fundamento econômico que determina a superestrutura. O primado da economia não decorre de um superior grau de realidade de alguns produtos humanos, *mas do significado central da práxis e do trabalho na criação da realidade humana*. (2002, p. 121-2)

Na formulação de Ilyenkov:

A concepção materialista da essência do homem enxerga (em total acordo com os dados da antropologia, etnologia e da arqueologia) a forma universal da vida humana no trabalho, na transformação direta da natureza (tanto a exterior quanto a sua própria) que o homem social realiza com o auxílio de ferramentas feitas por ele mesmo. É por isso que Marx sentida tanta simpatia pela famosa definição de Benjamin Franklin (citado em *Life of Johnson*, de Boswell) sobre o homem como um animal fazedor-de-ferramentas: um animal fazedor-de-ferramentas e só então um animal que também pensa, fala, compõe música, obedece a normas morais e assim por diante.

Por essas razões, atrelar o problema do gosto ao valor de uso retém o que há de teoricamente fértil na noção econômica de interesse ou necessidade, mas se livra dos *a priori* biologistas ou utilitaristas mais rasteiros, dado que interesses, necessidades e utilidades podem ser os mais diversos; são sempre culturalmente mediados, mas são também biologicamente mediados, em muitos aspectos de modo inconsciente, às vezes de modo consciente e racional.

Além disso, é importante não se perder de vista que cultura, natureza e razão não são entidades abstratas, mas conceitos que pretendem expressar aspectos concretos da práxis humana, cuja história não se desenrola somente no campo simbólico, mas também no mundo exterior às representações.

12 Não confundir objetivação com *objetificação*. O primeiro conceito diz respeito ao ato de o homem realizar sua humanidade materializando seus desejos e pensamentos subjetivos em atos, situações e coisas objetivos, a partir da transformação de situações e coisas objetivas preexistentes, mediante a práxis e o trabalho. Já *objetificação* diz respeito ao processo mediante o qual o homem se converte de sujeito em objeto.

8. A AUTONOMIA DO CONSUMIDOR OU A JIBOIA

Discutiremos agora outro tópico com o qual o problema do gosto é usualmente associado, o consumo. Já dizia Williams (1985, p. 314-15) que “[...] a ideia do gosto não pode hoje ser separada da ideia do consumidor.”

Para uma maior clareza na exposição, porém, iremos por um momento abstrair da noção de gosto enquanto conceito que articula a noção de necessidade biológica e desejo socialmente mediado. Partiremos, assim, da necessidade, para retomarmos adiante o gosto, mas desta vez tendo agregado a sua significação novos elementos

O que é o consumo humano? Primariamente, e em termos mais gerais, é o ato de o ser humano suprir alguma carência ou necessidade, incorporando algo que lhe era exterior. Essa incorporação pode se dar na esfera estritamente material – o consumo involuntário de oxigênio, por exemplo, de carga simbólica zero; em uma esfera material e simbólica – consumo de algum modo carregado de pregnância simbólica, mas cuja razão de ser pertence à ordem das necessidades materiais: um sanduíche Big Bob, quando a fome e não a sociabilidade conduz ao ato do consumo; simbólica e material – consumo de algo cuja corporeidade possui em si mesma um valor de uso, apesar de seu consumo ser orientado predominantemente por seu caráter simbólico: caviar / luxo; estritamente simbólica – consumo de algo cujo valor de uso pertença exclusivamente à ordem simbólica, mas que possua algum resíduo corpóreo: livro, DVD etc.

Em um sentido econômico, em termos estritamente capitalistas, o consumo está conectado, mais direta ou indiretamente, à operação de compra de um determinado serviço ou produto – em todos os casos, está relacionado à *apropriação* e ao *uso*, que devem atender a alguma carência ou necessidade.

É importante frisar, mais uma vez, que não se deve confundir a noção de “uso” com um utilitarismo mais rasteiro. Ao afirmarmos que o consumo supre alguma necessidade ou carência, incluímos aí a necessidade humana de que as coisas façam algum *sentido*, e o próprio ato do consumo é corresponsável, junto a outros fatores, pela produção de sentido. Por exemplo, ler (“consumir”) um livro é sempre, em algum grau, interpretá-lo, julgá-lo, fazer associações, tecer considerações etc.

Marcuse (1973, p. 26), partindo do reconhecimento do caráter sócio-histórico dessas necessidades, propõe uma distinção crítica entre as *verdadeiras* e as *falsas*:

“Falsas” são aquelas superimpostas ao indivíduo por interesses sociais particulares ao reprimi-lo: as necessidades que perpetuam a labuta, a agressividade, a miséria e a injustiça. Sua satisfação pode ser assaz agradável ao indivíduo, mas a felicidade deste não é uma condição que tem de ser mantida e protegida caso sirva para coibir o desenvolvimento da aptidão (dele e de outros) para reconhecer a moléstia do todo e aproveitar as oportunidades de cura. Então, o resultado é euforia na infelicidade. A maioria das necessidades comuns de descansar, distrair-se, comportar-se e consumir de acordo com os anúncios, amar e odiar o que os outros amam e odeiam, pertence a essa categoria de falsas necessidades.

Debord (*A Sociedade do Espetáculo, tese 68*) apresenta o problema em termos parecidos:

Sem dúvida, a pseudo-necessidade imposta no consumo moderno não pode ser oposta a nenhuma necessidade ou desejo autêntico, que não seja, ele próprio, modelado pela sociedade e sua história. Mas a mercadoria abundante está lá como a ruptura absoluta de um desenvolvimento orgânico das necessidades sociais. A sua acumulação mecânica liberta um *artificial ilimitado*, perante o qual o desejo vivo fica desarmado. A potência cumulativa de um artificial independente conduz, em toda *parte*, à *falsificação da vida social*.

Se substituirmos o termo *falsificação* por *fetichização*, talvez possamos resgatar uma perspectiva crítica extremamente vigorosa e equivocadamente tida por superada. A diferença é que a fetichização da vida social não diz respeito a uma falsificação qualquer, mas a uma forma específica, contingente e *funcional* de falsificação, necessária à sobrevivência do sistema.

Afinal, se as pessoas só podem consumir de acordo com o dinheiro que possuem, cuja origem, para a maioria, é o salário – “[...] parte do produto constantemente criado pelo operário, a parte que se transforma em meios de subsistência e portanto em meios para a conservação e o aumento da capacidade de trabalho necessário ao capital para a sua autovalorização, para o seu processo vital”. (Marx, 1985, p. 135) –, e com seu repertório simbólico, e se este é por

sua vez estruturado pela sua cultura (entendida aqui como conjunto de códigos indexadores do mundo, de que as pessoas dispõem e são herdeiras e reprodutoras, resultado de sua formação e do espaço social que ocupam), na medida em que essa cultura é em grande parte alimentada, ou retroalimentada, pelas ITCs, estas acabam determinando em grande parte o próprio consumo, na medida em que atuam reorganizando de acordo com seus próprios fins políticos e contáveis o conjunto dos demais elementos que compõem a cultura dos sujeitos (haja a recepção ativa que houver), sujeitos estes que ocupam uma posição de classe, isto é, uma posição concreta em meio às relações de produção – uma posição econômica, portanto, e é esta, em última instância, que determina a fatia que lhes cabe do capital econômico e simbólico global disponível; consequentemente, seu gosto e seu consumo. Na formulação sintética de Bourdieu (2000, p. 375): “Se tudo leva a crer na existência de uma relação direta entre rendimento e consumo, é porque o gosto é sempre o produto de condições econômicas idênticas àquelas nas quais ele atua”.

Ora, se o principal vetor que norteia os fluxos informacionais das ITCs é a reprodução ampliada do capital e a manutenção da hegemonia política de determinados setores da classe dominante, é necessariamente isto que todos temos que engolir sob a forma de espetáculo.

Quanto à problemática específica das práticas de resistência “populares” e mesmo de sua eventual presença na mídia, vejamos uma perspicaz ponderação de Jameson (2001, p. 21):

Toda política cultural se confronta necessariamente com uma alternância retórica entre o orgulho desmedido da afirmação da força do grupo cultural e a diminuição estratégica dessa força, e isso por razões políticas. Pois essa política pode ressaltar [...] imagens inspiradoras de heroísmo do subalterno [...] a fim de encorajar o público-alvo; ou pode insistir na miséria do grupo [...] para tornar a situação dos oprimidos mais conhecida [...] Mas essas estratégias de representação são necessárias na arte política e não podem ser conciliadas. Talvez correspondam a diferentes momentos históricos de luta [...]

Pode ser que o tratamento retórico das classes subalternas (ou das chamadas minorias) enquanto oprimidas, perca de foco sua força e sua capacidade de resistência, fragilizando-as em termos de autorrepresentação e incentivo à luta; mas não é absolutamente seguro afirmar que a representação do subalterno enquanto resistente efetivamente o incentive à luta, e, com certeza, não fragiliza

em nada a força hegemônica para além de alguns setores da retórica acadêmica. E, ainda que seja o caso de se optar por uma entre essas duas estratégias de representação, enquanto “arte política”, o momento histórico exige que se enxergue, no mínimo com perplexidade, a ausência de qualquer perspectiva emancipatória coletiva de fôlego, estrategicamente consistente.

Como teria dito Napoleão, o paladar humano pode, com o tempo, acostumar-se a qualquer coisa. Ora, admirar e estudar a criatividade das minorias, dos excluídos, em sua capacidade de se acostumarem com “qualquer coisa”, enquanto necessidade de, adaptando-se e recriando-se, lidarem com situações adversas e inevitáveis, é um gesto bastante louvável e cientificamente fecundo. Mas transformar a necessidade em virtude, e pretender esgotar neste ponto a discussão, tolerando o intolerável, é indefensável.

É nessa perspectiva que lemos um discurso como o que segue, de Michel de Certeau: (1994, p. 94-5)

[...] diante de uma produção racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta, posta-se uma produção de tipo totalmente diverso, qualificada como consumo, que tem como característica suas astúcias, seu esfarelamento em conformidade com as ocasiões, suas ‘piratarías’, sua clandestinidade, seu murmúrio incansável, em suma, uma quase-invisibilidade, pois ela quase não se faz notar por produtos próprios (onde teria o seu lugar?) mas por uma arte de utilizar aqueles que lhe são impostos.

Já faz muito tempo que se vem estudando em outras sociedades as inversões discretas e no entanto fundamentais ali provocadas pelo consumo. Assim o espetacular sucesso da colonização espanhola no seio das etnias indígenas foi alterado pelo uso que dela se fazia: mesmo subjugados, ou até consentindo, esses indígenas usavam as leis, as práticas ou as representações que lhes eram impostas pela força ou pela sedução, para outros fins que não os dos conquistadores. Faziam com elas outras coisas: subvertiam-nas a partir de dentro – não rejeitando-as ou transformando-as (isto acontecia também), mas por cem maneiras de empregá-las a serviço de regras, costumes ou convicções estranhas à colonização da qual não podiam fugir.

“[...] o espetacular sucesso da colonização espanhola no seio das etnias indígenas foi alterado pelo uso que dela se fazia”? Foi mesmo? Substancialmente? Onde isto ocorreu? Quando? O que centenas de milhões de indígenas humilhados,

escravizados, massacrados, estropiados, desencarnados, diriam disto? A prata de Potosi não ficou em Potosi. Além disso, o problema é que se os indígenas colonizados pelos espanhóis “não podiam fugir da colonização”, e só lhes restava inventar “astúcias” etc. no “consumo”, esse não é o caso das massas contemporâneas. Ou não há saída para a fissura social, para a exploração de classe? Se não houver, ok, e que o mundo exploda, enquanto etnólogos, secretarias municipais de turismo, a indústria cultural e as máfias locais (tráfico, milícias, bicheiros etc.) do terceiro mundo descubrem / revelam “astúcias” populares e investem em livros e espetáculos folclóricos, ou contemporâneos, ou ainda “híbridos”, para os turistas e a burguesia local deixarem em troca alguns dólares ou reais, de modo que uma ínfima parte dos marginalizados seja integrada na “cidadania” do consumo econômico mediante sua participação em grupos de percussão ou de circo. É o espetáculo da esmola pós-moderna paramentada com os parangolés da ciência e da “inclusão social”.

Isto, é claro, não desmerece o empenho de teóricos e ativistas sociais sinceros, apenas delimita de modo realista a capacidade desse tipo de teoria e de ação, quando desvinculada de uma perspectiva de transformação mais radical, no sentido de promover *efetivamente* inclusão social, mediante a implementação de uma verdadeira cidadania ampliada.

Neste sentido, o gosto social *em ato* (no consumo), além de limitado pela solvência, oculta o gosto potencial recalcado socialmente pela pré-seleção de bens disponibilizados no mercado, determinada pela necessidade capitalista de assegurar a reprodução ideológica e a valorização do valor. Como bem disse Kurz (1993, p. 144), “o mandamento da sensibilidade, por parte do consumo, já é *a priori* desmentido pela obrigação à insensibilidade da produção do trabalho abstrato”, no que pesem as “astúcias” dos consumidores.

A ideia de um consumo astucioso, resistente etc. também parece desconsiderar um fato muito grave e que não deveria ser desconsiderado por pessoas efetivamente preocupadas com as mazelas sociais, fato este que Marx (2004, p. 144) já diagnosticava e denunciava há mais de cento e cinquenta anos:

[...] assim como a indústria especula com o refinamento das carências, especula da mesma forma com sua *cruenza*, mas sobre a sua *cruenza* artificialmente gerada, cuja verdadeira fruição é, por isso, a *autonarcose*, esta *aparente* satisfação da carência, esta civilização no *interior* da crua barbárie da carência.

Apesar disso, diz-se que as massas socialmente marginalizadas de receptores, que muitas vezes vivem diante de esgotos a céu aberto e em meio a enxames de tiros, interpretam as mensagens midiáticas de maneira ativa, e mesmo, eventualmente, se apropriam dos sentidos hegemônicos, atribuindo-lhes significados imprevistos, criativos etc. Perfeitamente. O mais importante em fenômenos dessa natureza está no quanto eles podem nos ensinar a respeito da configuração atual da luta de classes. Esses ensinamentos devem orientar a práxis no sentido de uma alteração desta configuração, a favor da emancipação do trabalho. Mas quem tem estado preocupado em produzir tais ensinamentos, para além do registro etnográfico?

Em outras palavras: é sabido que para exercer o seu domínio, o capital faz concessões ao trabalho; a hegemonia, como queria Gramsci, é o resultado provisório de uma disputa dinâmica. Não obstante, é uma disputa entre forças desiguais, e superestimar a capacidade de resistência semiótica do oprimido, por assim dizer, a despeito das boas intenções de quem o faz, não contribui para efetivamente fortalecer sua posição e reverter o quadro, criando uma nova hegemonia. Além disso, é tal atitude que justifica uma crítica como a seguinte: “Estudiosos da abordagem culturalista começaram a procurar sinais de energia oposicional na cultura popular que eles não conseguiam encontrar na atividade política em sentido estrito”. (Gitlin, apud Silas de Paula, 1998, p. 131)

Neste sentido, a variedade e a elasticidade cultural das sociedades humanas não formam um obstáculo, antes servem de “prato feito” para o capital – às vezes literalmente, conforme demonstra Barber (2003, p. 41-2):

A cultura mundial americana – a cultura McWorld – é menos hostil do que indiferente à democracia: seu objetivo é uma sociedade universal de consumo que não seria composta nem por tribos nem por cidadãos, todos maus clientes potenciais, mas somente por essa nova raça de homens e mulheres que são os consumidores. [...] Tal qual a jiboia, McWorld fantasia-se um instante com as cores das culturas que ingurgita: a *pop music*, enriquecida pelos ritmos latinos e pelo *reggae* nos bairros de Los Angeles; os Big Mac, servidos com cerveja francesa em Paris ou fabricados com carne Búlgara na Europa do Leste [...]

A imagem da jiboia, que adquire por um tempo a forma daquilo que devora, ilustra bem o que denominamos de *captura do gosto pelo capital*.

Canclini (1995, p. 34), por outro lado, em livro muito lido e discutido, identifica consumo e cidadania: “Lembrar que nós cidadãos também somos consumidores leva a descobrir na diversificação dos gostos uma das bases estéticas que justificam a concepção democrática da cidadania.” Então, o fato de a jiboia ter assumido as formas dos sapos que devora deve demonstrar o quão democrática ela é. Pois, se no mundo atual *consumo* pressupõe *mercado*, associar consumo a cidadania implica associar mercado a democracia. É exatamente essa a posição do neoliberalismo. Como denuncia Barber (2003, p. 50):

Os advogados da privatização propugnam que os mercados são, em essência, democráticos. É, uma vez mais, confundir as escolhas particulares do consumidor com os direitos cívicos do cidadão. A liberdade de escolha entre 27 variedades de aspirina e a liberdade de optar por um sistema de saúde universal não são comparáveis. Mas a pretensa autonomia dos consumidores permite que os mercados mantenham um discurso populista: se você não gosta da homogeneidade do McWorld, não culpe os seus criadores, mas seus consumidores.

Como se os cerca de US\$ 200 bilhões despendidos nos Estados Unidos em publicidade fossem apenas decoração! Como se os gostos dos consumidores fossem criados a partir de nada! Como se os desejos e as necessidades sobre as quais prosperam os mercados não fossem, eles mesmos, engendrados e moldados por estes mesmos mercados!

Nos termos de Mézáros:

[...] as condições reais pelas quais a esmagadora maioria da sociedade é excluída, de forma estruturalmente prejudgada e legalmente protegida, da possibilidade de controlar o processo socioeconômico de reprodução – inclusive, naturalmente, os critérios de regulação da distribuição e do consumo – são ficcionalizados como “soberania do consumidor” individual. (MÉSZÁROS, 2002, p. 109)

Kurz, por sua vez, em seu artigo *Dilema Estrutural dos Mercados Planejados*, discute o consumo a partir do caráter contraditório da constituição do sujeito moderno, cindido em produtor e consumidor, caráter este determinado por uma estrutura de divisão do trabalho na qual os polos da produção e do consumo, necessariamente mediados pela circulação, se afastam cada

vez mais, tornando-se independentes e mesmo opostos. Em outras palavras, o sujeito, que é necessariamente produtor e consumidor, torna-se uma auto-contradição, pois enquanto produtor é levado a posicionar-se em relação ao produto de uma forma diametralmente oposta àquela que deve assumir enquanto consumidor:

Como produtor, o sujeito-mercadoria ou sujeito da troca não está interessado no valor de uso de seus produtos [...] pois não se produz para o consumo próprio, mas sim para o mercado anônimo, e a finalidade do processo não é a satisfação de necessidades concretas, mas sim a transformação do trabalho em dinheiro (salário e lucro). [...]

Como outro lado de sua existência à maneira de Dr. Jekyll e Mr. Hyde, no entanto, cada produtor, em seu alter ego de consumidor, tem também um interesse exatamente oposto, pois, no papel de consumidor, está naturalmente muito interessado naquele valor de uso material que, em princípio, nada importa para ele no papel de produtor. Isso aplica-se tanto aos indivíduos como às empresas. [...] como indivíduos que comem, bebem, moram e se vestem, os homens têm que ser sensíveis em pontos que, no papel de produtores, exigem sua insensibilidade.

Encontram-se, portanto, como produtores e consumidores, numa oposição recíproca constante. Assim, o produtor de gás tóxico ou macarrão contaminado cospe enojado seu vinho de glicol (ou tenta suicidar-se com ele), o gerente que fica desesperado com peças de reserva defeituosas ou fornecidas contrárias ao contrato, tenta vender, sem escrúpulos, mercadoria de péssima qualidade como se fosse de primeira, de modo que todos estão constantemente montando armadilhas uns para os outros, nas quais, em virtude do entrelaçamento social universal, acabam por cair eles mesmos.

Cabe fazer a ressalva de que a crítica de Kurz é destinada aos mercados planejados do leste europeu sob o socialismo real. Não obstante, como Kurz considerava o socialismo real uma variante do capitalismo ocidental e não uma alternativa a ele, e que, a seu ver, a concorrência (tendente ao monopólio) somente minimizaria o problema nas sociedades ocidentais, sem contudo solucioná-lo, tomei a liberdade de estender sua crítica a qualquer forma de sociedade de mercado.

Outra grave consequência desta divisão entre produção e consumo medida por mercados, sejam eles controlados de cima por burocracias estatais ou pelo grande capital, disfarçado de soberania do consumidor, é o convívio perverso de um superconsumo minoritário com um subconsumo massivo:

[...] a *produção* e o *consumo* adquirem uma independência e uma existência separada extremamente problemáticas, de modo que, no final, o “excesso de consumo” mais absurdamente manipulado e desperdiçador, encontre seu corolário macabro na mais desumana negação das necessidades elementares de incontáveis milhões de pessoas. (MÉSZÁROS, 2002, P. 105).

Ou, como diz Bauman (2005, p. 22), com uma pitada de humor negro: “A promessa de ser um consumidor diligente e a reivindicação do status de consumidor não serão suficientes [...] para ser admitido na companhia dos consumidores. A sociedade de consumidores não tem lugar para os consumidores falhos, incompletos, imperfeitos.”

Se Barber, Kurz, Mézáros e Bauman têm alguma razão, é espantoso o que se lê já na quarta capa da edição que estudamos de *Invenções do Cotidiano*, de Michel de Certeau: “[...] a multidão sem qualidades não é obediente e passiva, mas abre seu próprio caminho no uso dos produtos impostos, numa ampla liberdade em que cada um procura viver do melhor modo possível a ordem social e a violência das coisas.”

Cada um procurar “viver do melhor modo possível a ordem social e a violência das coisas” equivale, aqui, a uma “ampla liberdade”! Na realidade, como anteciparam Marx e Engels (2003d, p. 135):

[...] a escravidão da sociedade burguesa é, em aparência, a maior liberdade, por ser a independência aparentemente perfeita do indivíduo, que toma o movimento desenfreado dos elementos estranhados de sua vida [...] por sua própria liberdade, quando na verdade é, muito antes, sua servidão e sua falta de humanidade completas e acabadas.

Ninguém, enfim, há de discordar que as coisas só podem ser consumidas após terem sido produzidas; para tanto, esta produção tem que ser antes de mais nada *viável*; a viabilidade de uma produção depende primeiramente da disponibilidade de recursos naturais e humanos (matérias primas, pessoas,

competências, projetos e instrumentos produzidos por pessoas a partir dos recursos naturais), mas igualmente da forma como um dado modo de produção estabelece as relações de produção, isto é, a forma como serão distribuídas e consumidas as forças produtivas e os próprios produtos. Em outras palavras, 1) só se pode consumir (comida, fórmula 1, música dodecafônica) o que é produzido, 2) só se pode produzir se houver recursos humanos e materiais para tanto, e 3) se esta produção atender aos imperativos mais ou menos conscientes da lógica econômica de um modo de produção dado.

Ocorre que, embora todos os modos de produção, até hoje, tenham sido “automáticos”, e por isso geraram diversas formas de fetichismo, é *específico* do capital, como aponta Mészáros (2002, p. 109), “[...] abandonar [...] a dominância do valor de uso característica de sistemas autossuficientes”.

As consequências deste “abandono” são muito graves:

O que agora conta como “necessidade” não é a necessidade humana dos produtores, mas os imperativos da própria valorização e reprodução do capital. Os *valores de uso* se legitimam em relação (e em estrita subordinação) ao último. Sendo assim, o trabalhador somente pode obter acesso a uma determinada classe e quantidade de valores de uso – correspondendo ela ou não às suas necessidades reais – enquanto o capital [...] os *legitima* como viáveis e lucrativos no interior da estrutura da homogeneização corrente. Por essa via o trabalhador *internaliza* as necessidades e os imperativos do capital como seus próprios, como inseparáveis da relação de troca, e por isso aceita a imposição dos valores de uso *capitalisticamente viáveis* como se emanassem de suas próprias necessidades. E, pior do que isso, simultaneamente o trabalhador também se acorrenta à sorte do sistema produtivo dominante pela *internalização* do que ele aceita serem suas próprias necessidades “legítimas”. De tal modo que, no devido tempo, sob as condições do “capitalismo de consumidores” internalizado, o trabalhador, se ousar desafiar a ordem estabelecida, tem de fato muito mais a perder que seus “*grilhões externos*”. (MÉSZÁROS, 2002, p. 628).

Mesmo no que diz respeito a sociedades pré-capitalistas, nas quais a produção de bens estava relacionada a razões não mercantis, nem por isso é sensato supor que algo jamais tenha sido produzido para além dos limites de uma dada capacidade produtiva, limitada não só pelos recursos disponíveis mas também

pela dinâmica cultural da sociedade em questão, ancorada nas relações de produção do modo de produção vigente, ou melhor, em sua *estrutura econômica*. Como ensina Kosik (2002, p. 113-14):

A objeção apresentada pela crítica, de que a teoria materialista da História só seria válida para a época capitalista – porque nesta é o interesse material que predomina e a economia conquista a autonomia, enquanto ao contrário na Idade Média predominava o catolicismo e na Antiguidade, a política – equivale a uma evidente incompreensão da teoria de Marx. A predominância da política na Antiguidade, do catolicismo na Idade Média e da economia e dos interesses materiais na época moderna é explicável exatamente com base na teoria materialista, através da exegese da *estrutura econômica* de cada uma das sociedades citadas.

Só se pode consumir o que existe e se o consumo for efetivamente “autorizado” pelos imperativos do modo de produção vigente. Hoje, o que “autoriza” a produção é o lucro e o que autoriza o consumo é a solvência. Já dizia Marx (2004, p. 160-61):

A diferença da demanda efetiva, baseada no dinheiro, da carente de efeito, baseada na minha carência, minha paixão, meu desejo etc., é a diferença entre *ser e pensar*, entre a pura representação *existindo* em mim e a representação tal como ela é para mim enquanto *objeto efetivo* fora de mim.

Só se pode consumir efetivamente os produtos existentes – e os produtos só existem se sua produção for lucrativa – e se se puder pagar por eles; é verdade que boa parte do consumo informacional, incluindo o midiático, é aparentemente gratuita. Na realidade, isso não é verdade. Para assistir a uma telenovela “de graça” na TV aberta a pessoa deve ao menos dispor de um aparelho de TV, de corrente elétrica e, é óbvio, de uma habitação, própria ou alugada, ou viver com alguém que disponha dessas coisas, ou ainda ter acesso a espaços públicos que possuam uma TV. Além disso, sabemos todos muito bem que é a publicidade quem financia a programação “gratuita”. E quem financia a publicidade? A mais-valia extraída dos trabalhadores das empresas anunciantes, o salário, a renda e o lucro dos consumidores dos produtos anunciados, sendo os dois últimos, fruto das diversas formas de mais valia. Quanto à internet e às redes sociais “gratuitas”, além de equipamento e sistemas de conexão pagos, o “gratuito” envolve a mesma publicidade em novas

embalagens, tanto para audiências de nicho como para outras muito mais numerosas do que as da TV, além das novas formas de capitalização por parte das corporações das ITCs de todo tipo de informação produzida pelo usuário – aí sim, gratuitamente.

Para consumir mercadorias, sejam produtos ou serviços, portanto, há que se pagar, ainda que o pagamento não esteja imediatamente ligado a um consumo específico, como no caso da TV aberta ou da internet grátis. Aí, na escala do indivíduo ou da família, o pagamento é mediado por casa, corrente elétrica, aparelho de TV ou computador, além da compra de parte dos produtos e serviços anunciados, em cujo preço está embutido o custo da publicidade, que em geral é maior do que o custo de produção do próprio produto. Em escala social, é o conjunto dos consumidores que financia a programação gratuita. Seja como for, de um modo ou de outro, chega a conta. Para pagá-la, é necessário que se possua algum dinheiro; para tanto, a maioria de nós precisa trabalhar como assalariado; no limite, se o que assegura o consumo moderno é a solvência, se o sistema é sustentado pela transformação de dinheiro em mais dinheiro através da exploração do trabalho, mais especificamente do trabalho excedente, e se o trabalho se torna supérfluo, o salário também se torna, o que faz do consumo uma prática tendencialmente impossível, assim como a circulação de mercadorias e a própria realização de mais-valia, apesar da super produtividade disponível e de uma gigantesca e crescente demanda insolvente.

Em outras épocas, o consumo dependia, de modo talvez mais explícito, de fatores referentes a hierarquias sociais de ordem extraeconômica (ainda depende, em parte, mas só como fator secundário à solvência), mas que nem por isso “flutuavam” acima de determinadas relações sociais concretas, ancoradas em um dado modo de produção (embora a função monetária fosse em geral inexistente ou periférica). Ou seja, só se pode consumir o que foi produzido, e conforme os limites estabelecidos pela posição que se ocupa em meio às relações de produção, sejam estes limites de ordem diretamente econômica (solvência) ou cultural (formação, ideologia etc.). A produção e o consumo simbólicos em escala social não fogem à regra.

Pode-se então perceber, em uma análise do consumo calcada na crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura, que se trata de uma questão mais contraditória e prenhe de consequências desagradáveis do que parecia até então.

Por outro lado:

[...] o estado saudável ou “disfuncional” da economia capitalista é, ao fim e ao cabo, determinado com fundamento nesta identidade estrutural [...] entre trabalho e “massa consumidora”, o que confere ao trabalho, em ambas as situações, uma posição estratégica objetiva no sistema como um todo, mesmo que as pessoas envolvidas não estejam ainda conscientes das potencialidades emancipadoras inerentes a esta posição. (MÉSZÁROS, 2002, p. 672-73)

Essas potencialidades emancipadoras nada têm a ver, contudo, com a identificação de consumo e cidadania, mas com o caráter *histórico* de um dado modo de produção, que traz em si, na base e na superestrutura, tendências dominantes, resquícios de modos de produção passados e potencialidades de modos de produção ainda por nascer. As contradições resultantes da convivência conflituosa entre universos econômicos e simbólicos do passado, do presente e do futuro (isto é, concretamente potenciais), bem como aquelas diretamente associadas à luta de classes atual, permanecem, deste modo, simultaneamente, limitadas e possibilitadas pelas tendências dominantes de um dado modo de produção em um dado período histórico. Só podem, portanto, ser concretamente superadas junto à superação do modo de produção que as limita (positiva e negativamente), e não através de discursos de fumaça como “consumo cidadão”.

Avancemos agora, sem desconsiderar eventuais contribuições de outras matrizes teóricas, no estudo dos modos como uma crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura pode auxiliar na elaboração de uma análise mais consistente da ação ideológica das ITCs na perpetuação da fome de comida, afeto e sentido que geram tanto desgosto, em meio a tanto espetáculo.

Consideremos o gigantismo e a ubiquidade das ITCs à luz da “lei dialética” da transformação de mudanças quantitativas em qualitativas e lembremos Debord: “o espetáculo é o *capital* a um tal grau de acumulação que se torna imagem.” (Debord, tese 34)

O capital tornar-se imagem significa, entre outras coisas, que a espetacularização midiática tornou-se uma das metamorfoses necessárias do capital em seu processo de reprodução ampliada, a tal ponto que hoje, em geral, se investe muito mais na imagem dos produtos e em sua difusão do que em sua produção. Essa ideia é amplamente confirmada pelos seguintes dados e argumentos de Dowbor (2000, p. 50-1):

No final das contas, considerando que uma considerável alíquota do preço da maioria dos produtos anunciados e consumidos, com frequência a maior parte do seu preço, deve-se aos custos com publicidade [...] no final das contas quem paga pelas atrações “gratuitas” é o conjunto dos consumidores dos produtos anunciados nos intervalos comerciais, classificados ou sejam quais forem os espaços publicitários da mídia em questão. Um exemplo concreto, já ‘clássico’, nos é fornecido pela Nike, que vende por preços que oscilam entre 70 e 130 dólares um par de tênis cujo custo físico de produção é da ordem de 10 dólares. Perguntada como conseguia vender a 100 dólares um produto de menos de 10 dólares, a Nike, que apenas coordena o ciclo econômico, e não produz tênis nenhum, respondeu simplesmente: ‘Nós não vendemos tênis, vendemos emoções’. A Nike gasta fortunas com publicidade, o que permite associar o tênis produzido por jovens mal pagas na Ásia, com os poderosos músculos de Michael Jordan. [...]

A publicidade deixa, assim, de ter uma dimensão predominantemente informativa. Torna-se um elemento de valorização cultural, de reconstrução de identidade para uma sociedade de identidade cada vez mais perdida. O elemento cultural deixa de ser *superestrutural* e torna-se o processo central da reprodução econômica, o *locus* privilegiado de geração de lucro.

Para entendermos isso melhor, devemos partir de três dados empíricos: a escala operacional global das ITCs, a velocidade que imprimem aos fluxos informacionais e materiais, e sua pregnância social inédita. Esses três fatores em conjunto, por sua vez, geram dois efeitos principais: 1) ganho de escala, devido à minimização do custo unitário das mercadorias, graças à escala operacional dos mercados globais (escala inconcebível sem o recurso às infovias, sistemas de processamento de dados etc.), à “flexibilização” das relações trabalhistas (ideologicamente defendida pelas indústrias culturais), à informatização e à automação de grande parte dos processos produtivos – alterando a composição orgânica do capital no sentido previsto por Marx, de substituição crescente de trabalho vivo por trabalho morto – e à diminuição do tempo das rotações do capital¹³, possibilitada pela aceleração dos fluxos informacionais e materiais; e 2) posição hegemônica das ITCs em meio às demais instâncias de reprodução ideológica (religião, escola etc.) e de formação dos gostos.

13 Sobre as rotações do capital, ver o segundo livro de O Capital.

Relacionando então o gigantismo das ITCs e de seus efeitos com o gosto enquanto expressão e medida dos valores de uso, temos a tendência da subordinação do valor de uso ao valor de troca levada a um tal extremo que o gosto se torna mais do que nunca refém do imperativo da reprodução ampliada do capital. Nos termos de Mészáros (2002, p. 946-7):

As mais variadas qualidades do valor de uso devem ser subsumidas a quantidades determinadas de valor de troca, antes que possam adquirir legitimidade própria para serem produzidas; e devem constantemente provar a sua viabilidade – não em relação às necessidades humanas qualitativamente diferentes, mas sob os critérios estritamente quantitativos da troca de mercadorias.

Marx, em diversas passagens de sua obra, identifica essa tendência constitutiva do capitalismo, que consiste mesmo em uma de suas contradições centrais, e antecipa seu crescimento. Há uma formulação do Capítulo VI (inédito) do Capital na qual isso fica particularmente claro. Nela, Marx destaca a importância da *escala da produção* e do imperativo da reprodução ampliada no processo em meio ao qual o caráter de mercadoria, “como *forma universalmente necessária do produto*”, faz a propriedade deste último de satisfazer necessidades humanas aparecer “como algo inteiramente fortuito, indiferente e não essencial”:

Este produto massivo terá que se realizar como valor de troca, sofrer a metamorfose da mercadoria não só como uma necessidade para a subsistência do produtor que produz como capitalista, mas também como necessidade para a renovação e continuidade do próprio processo. (Marx, s/ data, p. 145)

A questão da escala é fundamental para compreendermos a amplitude e a intensidade das mudanças em curso. Numa produção em pequena escala, pode-se perfeitamente conceber a prioridade do consumo sobre a produção, ou do valor de uso sobre o valor de troca, desde que a produção seja econômica e tecnicamente viável. É o que acontecia nas oficinas de artesãos medievais e mesmo nos primórdios do capitalismo. Ocorre que a partir do momento em que a escala operacional se agiganta, isto começa a se inverter. Por isso, cabe refletir sobre a seguinte sentença de Marx, a nosso ver conclusiva com respeito à relação essencial entre produção e consumo sob o regime do capital: “O volume das massas de mercadorias produzidas pela produção capitalista é estabelecido pela escala dessa produção e pelo imperativo de expansão contínua dela,

e não por uma órbita predeterminada da oferta e da procura, das necessidades a satisfazer.” (2003b, p. 86)¹⁴

Se assim é, devemos concluir que as ITCs, em função da concentração de capital intensiva de que são fruto e da escala em que operam, efetivamente contribuem de modo decisivo para que a subordinação dos valores de uso dos bens simbólicos massivos aos seus valores de troca tenda a ser total na esfera da produção e da circulação, o que torna o consumo, a aparente esfera de autonomia dos gostos, necessariamente subordinado aos imperativos da produção.

Emblemático, nesse sentido, é o momento fordista, quando eram fabricadas milhares de cópias do mesmo automóvel. Percebeu-se, em seguida, que pequenas variações seriam possíveis, e o modelo único foi superado por uma variedade de modelos que, não obstante, como qualquer criança poderia perceber, no dizer de Adorno e Horkheimer (1985), eram praticamente os mesmos. O mesmo se deu no conjunto da produção capitalista, seja de roupas, alimentos, filmes ou canções.

Hoje, esse processo se globalizou, atingindo inclusive “produtos” que até bem pouco tempo atrás eram caracteristicamente regionais, marcados mesmo por um forte bairrismo, como os times de futebol, alguns dos quais passaram a conquistar torcedores de outras cidades e mesmo países. Não é necessário dizer que isto ocorre precisamente com aqueles clubes que mais investem capital em jogadores, os quais se convertem em imagem espetacular. Esses jogadores, assim, atuam como uma mediação necessária do capital na etapa espetacular de suas metamorfoses.

Tudo isso resulta da necessidade do capital de crescer, a despeito das consequências catastróficas já tornadas óbvias desse crescimento, e impõe-se ao conjunto da humanidade com uma força tal que os gostos, maleáveis como as subjetividades individuais nas quais se formam e que são em parte por eles formadas, devem se adaptar a essa necessidade. Ou seja, o capital se converteu em uma potência universal, que se confronta com cada indivíduo singular numa disparidade de forças absurda.

14 No que pese a importância da famosa e sofisticada dialética produção / circulação / consumo desenvolvida em termos lógicos nos *Grundrisse*, que se refere a essa relação *em geral*, valendo para todas as épocas, a passagem aqui citada do livro 2 do *Capital* é conclusiva quanto ao modo como a relação produção / consumo se dá sob o capitalismo.

Por outro lado, uma mudança nos gostos seria um duro golpe no capital, se essa mudança viesse associada à emergência de uma nova consciência de classe. Os gostos, entretanto, só podem mudar em escala substantiva com as ITCs. Para isso, porém, estas teriam que deixar de ser um instrumento do capital.

Numa célebre sentença, Marx (2005, p. 151) refere-se ao poder transformador da teoria: “É certo que a arma da crítica não pode substituir a crítica das armas, que o poder material tem de ser derrubado pelo poder material, mas a teoria converte-se em força material quando penetra nas massas.”

É vital atualizar essa reflexão marxiana à luz da configuração atual das ITCs. Mézàros (2004, p. 233) nos auxilia nesse sentido com o seguinte alerta: “[...] as ideologias dominantes da ordem social estabelecida desfrutam de uma importante *posição privilegiada* em relação a todas as variedades de ‘contraconsciência’.” Isto se dá porque as primeiras contam, no debate ideológico, com o apoio econômico, cultural e político do sistema, o que lhes permite ditar as próprias condições do debate, bem como estabelecer os critérios de validade dos argumentos envolvidos, o que “acaba trazendo sérias consequências para os intelectuais que tentam articular alguma forma de *contraconsciência*, pois são obrigados a reagir às condições expostas, em um terreno escolhido por seus adversários.” (Idem *ibidem*)

A luta da *contraconsciência* contra a ideologia dominante é portanto uma luta desigual *também* pelo fato de que “o poder da mistificação sobre o adversário é um privilégio da ideologia dominante”. Nesse momento, aproximando-se da posição de Adorno, Horkheimer e Marcuse, Mézàros (Idem *ibidem*, p. 472) destaca, como uma das principais armas a serviço da ideologia dominante, a *mistificação*, “por meio da qual as pessoas que sofrem as consequências da ordem estabelecida podem ser induzidas a endossar, ‘consensualmente’, valores e políticas práticas que são de fato absolutamente contrários a seus interesses vitais.”

Eis alguns dos problemas que têm de ser enfrentados pelos “intelectuais que tentam articular alguma forma de *contraconsciência*”. O desafio não é fácil, mas enfrentá-lo é necessário. E apesar de não termos a pretensão de apresentar uma solução para ele, podemos talvez contribuir para isto, trazendo para o debate o importante papel do gosto na sedimentação das ideologias, no confronto ideológico e no coração da própria economia.

Seguindo essa trilha, devemos então investigar a validade e os limites da seguinte hipótese: é a articulação de imperativos político-ideológicos (a defesa

da sociedade de mercado, sob regimes de democracia representativa pluripartidária, de preferência, mas não necessariamente) com imperativos contábeis (a necessidade de reprodução ampliada do capital) o que norteia, no âmbito das ITCs, o empenho de capturar o gosto das massas.

Nos termos de Dênis de Moraes (2003, p. 191):

[...] as organizações de mídia projetam-se, a um só tempo, como agentes discursivos, com uma proposta de coesão ideológica em torno da globalização, e como agentes econômicos proeminentes nos mercados mundiais, vendendo os produtos e intensificando a visibilidade de seus anunciantes. Evidenciar esse duplo papel e suas interfaces parece-me fundamental para entendermos a sua forte incidência na atualidade.

Trata-se então de explorar os limites de uma perspectiva crítica das ITCs, entendidas como o porta-voz das contradições do capital e instância destacada de seu processo de reprodução ampliada; em outras palavras, trata-se de cruzar dois níveis de estudo das ITCs: 1) o ideológico, isto é, as ITCs enquanto instância mediadora socialmente hegemônica de visões de mundo, não só no nível discursivo mas também naquele sensível, referente às simpatias e aversões que, somadas aos discursos de aprovação ou negação (juízos de gosto), constituem os gostos; e 2) o econômico, ou as ITCs enquanto sistema produtor de mercadorias e de consumidores.

Até o momento, demos mais atenção ao nível econômico. Agora, sem deixar a economia de lado, atualizaremos o debate em torno do problema da ideologia.

9. A DIMENSÃO IDEOLÓGICA DO GOSTO

Segundo Jorge Larrain (1996):

1. Não há consenso quanto ao que seria uma concepção marxista unívoca de ideologia. Contudo, correntemente acusa-se o marxismo de um reducionismo economicista, em face do qual toda produção intelectual ou simbólica (às vezes somente aquela de natureza não-científica)

seria reflexo mecânico, automático e linear da estrutura econômica. Parece que não poucos marxistas incorreram neste equívoco, ao qual se opunham veementemente importantes pensadores, como o próprio Engels, além de Lukács, Gramsci e Althusser, incluindo Stuart Hall. Creio que a raiz desta confusão, e também da polêmica entre os marxistas que se esforçam por superá-la, se encontra na *ênfase* de Engels em considerar, entre outros fatores, o econômico como determinante *em última instância* das relações sociais, incluindo aí toda produção intelectual ou simbólica – ou ainda “do espírito”, nos termos de Marx. Esta ênfase teria sido distorcida em um mecanicismo determinista por teóricos ligados à 2ª Internacional.

2. Outra noção marxista controversa, que se encontra no cerne da forma como Marx utiliza o termo ideologia, é a ideia de uma falsa consciência, que seria resultante de uma representação distorcida das relações sociais como de fato se dão. Larrain afirma, porém, que Marx jamais utilizou a expressão falsa consciência, e que Engels o fez somente em uma ocasião. Não obstante, independente da terminologia que empregavam, a noção de ideologia como uma representação invertida da realidade lhes era cara e permanece até hoje um elemento polêmico no pensamento marxista.

Larrain postula ainda que se pode enxergar na obra de Marx como um todo uma acepção *negativa*, marcada e coerente, do conceito de ideologia:

Quando Marx fala em ideologia ele sempre se refere a um tipo de distorção ou inversão da realidade. Ele nunca se refere à sua própria teoria como uma ideologia ou uma ideologia proletária, nem jamais considera a possibilidade de uma ideologia servir aos interesses do proletariado. (LARRAIN, 1996, p.54)

Uma das características dessa acepção negativa, a qual Larrain distingue de uma acepção *neutra*, que identifica na obra de alguns autores marxistas, é a utilização do termo ideologia sempre no singular, referindo-se a produções intelectuais específicas. Em suas palavras:

Marx e Engels sempre falam em ideologia no singular e jamais se referiram a ideologias de classe no plural, como fazem Laclau e Hall, seguindo

a tradição leninista e gramsciana. Marx e Engels estão sempre em oposição à ideologia. Nisto eles são absolutamente consistentes, dos seus primeiros escritos aos escritos maduros, independente de estarem lidando com religião, filosofia alemã ou com as formas de consciência política e econômica espontâneas promovidas pelo mercado capitalista. (*idem*)

Assim, Marx não fala em *ideologias* em geral, como representações possíveis da realidade por um grupo, que dão sentido às suas práticas, mas como uma forma específica de distorção da realidade, que mascara contradições, legitimando a dominação de classe. Outra característica dessa acepção negativa está na oposição postulada por Marx entre ciência e ideologia. Contudo, Larrain defende que nem todas as ideias, discursos ou representações não-científicas são ideológicos, neste sentido, para Marx, mas somente aqueles que distorcem a realidade no interesse das classes dominantes:

Não há dúvida de que Marx propõe uma forma de oposição entre ciência e ideologia. Se a ideologia é uma forma de pensamento distorcida que permanece enredada nas aparências, a ciência, ao contrário, é uma atividade intelectual capaz de penetrar o véu das aparências para alcançar as relações internas da realidade. Conforme a colocação de Marx, ‘toda ciência seria supérflua se a aparência externa e a essência das coisas coincidissem diretamente’ (...) Mas esta oposição não é concebida ao modo positivista, que postula que a ciência pode suplantar a ideologia assim como a verdade suplanta o erro. Para Marx, a ciência não pode suplantar a ideologia porque esta não é simplesmente um erro intelectual, mas está enraizada em uma realidade contraditória. Somente a transformação prática desta realidade, a resolução prática de suas contradições, pode suplantar a ideologia.

Assim, a ênfase é posta por Marx não na ideologia como uma visão de mundo, ou um discurso que consiste em conceitos e imagens articulados através dos quais tentamos dar sentido à existência social; a ênfase é posta na ideologia como sendo uma forma de distorção específica, não apenas falsa consciência em geral. A especificidade desta distorção consiste em sua função de sustentar a dominação e de reproduzir o sistema capitalista, mascarando contradições. Assim, nem todas as formas de distorção são necessariamente ideológicas. É precisamente por causa desta característica restrita e negativa, a ideologia não pode ser confundida com as ideias dominantes. A confusão implicaria em que todas as ideias dominantes são distorcidas.

Marx jamais condenou a totalidade do pensamento burguês como ideológica. (*ibidem*, p. 56-7)

Por outro lado, a acepção *neutra* do termo ideologia, que Larrain atribui à tradição de Lenin e Gramsci, e identifica em alguns ensaios de Stuart Hall (atendo-se em especial a *The Toad in the Garden: Thatcherism among the Theorists*), difere da negativa sobretudo em sua crítica à noção de falsa consciência. Lênin, em diversas passagens, referiu-se a ideologias de classe no plural, como elaborações intelectuais mais ou menos contraditórias em relação aos interesses de cada classe, mas não necessariamente como distorções da realidade opostas à ciência. Por exemplo, em sua “Carta à Federação do Norte”, encontramos a seguinte passagem:

O socialismo, até onde consiste na ideologia da luta da classe operária, está subordinado às condições gerais de nascimento, desenvolvimento e consolidação de uma ideologia, ou seja, está fundado em todo o material do conhecimento humano, pressupõe um alto nível da ciência, demanda trabalhos científicos etc.... Na luta de classes do proletariado que se desenvolve espontaneamente, como uma força elementar, na base das relações capitalistas, o socialismo é introduzido pelos ideólogos. (LENIN, *apud* WILLIAMS, 1985, p.157)

Antes da citação, Williams comenta: “Claramente não há nenhum sentido de ilusão ou falsa consciência em uma passagem como esta de Lenin...”

Gramsci (1978, p. 62), por sua vez, problematizou a questão nos seguintes termos:

Um elemento de erro na consideração sobre o valor das ideologias, ao que me parece, é devido ao fato [...] de que se dê o nome de ideologia tanto à superestrutura necessária de uma determinada estrutura, como às elucubrações arbitrárias de determinados indivíduos. O sentido pejorativo da palavra tornou-se exclusivo, o que modificou e desnaturou a análise teórica do conceito de ideologia. [...] É necessário, por conseguinte, distinguir entre ideologias historicamente orgânicas, isto é, que são necessárias a uma determinada estrutura, e ideologias arbitrárias, racionalistas, ‘desejadas’.

Mais adiante, de certo modo antecipando alguns postulados de Marcuse e Habermas, e dando um novo enfoque à oposição de Marx entre ciência

e ideologia – sem, contudo, propriamente descartá-la –, Gramsci define a própria ciência como *ideologia historicamente orgânica*, posto que *necessária* (em oposição às ideologias “arbitrárias”) e que as verdades científicas não são definitivas. Neste sentido, o termo *ideologia* se aproxima do que Larrain define como a sua acepção *neutra*, a mesma atribuída a Hall, quando este nos diz que ideologias consistem em “imagens, conceitos e premissas que fornecem o arcabouço através do qual nós representamos, interpretamos, entendemos e ‘atribuímos significado’ a alguns aspectos da existência social.” (Hall, *The Whites of their eyes: racist ideologies and the media*, apud Larrain, op. cit., p.49.)

Essa definição é ainda dividida em três pontos principais:

Primeiro, ideologias não consistem em conceitos isolados e separados, mas em articulações de diferentes elementos em uma série ou cadeia distintiva de significados. Segundo, declarações ideológicas são feitas por indivíduos; mas ideologias não são o produto da consciência ou intenção individual. Antes, formulamos nossas intenções no interior da ideologia. Terceiro, ideologias ‘operam’ construindo para os seus sujeitos (individuais e coletivos) posições de identificação e conhecimento que lhes possibilitam expressar verdades ideológicas como se fossem seus autênticos autores. (idem)

Em outra ocasião, Hall afirma:

[...] a primeira coisa a se perguntar sobre uma ideologia ‘orgânica’ que, embora inesperadamente, é bem-sucedida em organizar setores substanciais das massas e em mobilizá-las para ações políticas, não é o que há de falso nela, mas o que há de verdadeiro. Por verdadeiro eu não quero dizer universalmente correto como uma lei do universo, mas que ‘faz sentido’(...) (HALL, 1988, p.46)

A “ideologia orgânica” a qual Hall se refere nessa passagem é o fenômeno do conservadorismo thatcherista na Inglaterra dos anos 80, em face ao qual não bastaria dizer que as classes subalternas são meramente enganadas ao fazerem seu o discurso de uma classe hegemônica que somente as explora (embora Hall reconheça que isto é em parte verdadeiro), reproduzindo este discurso como expressão de sua “falsa consciência”, o que seria a conclusão lógica da acepção negativa. Mais importante seria investigar:

1. os ecos por assim dizer positivos que o discurso encontra nas pessoas, ou seja, em que medida elas de alguma forma são, sim, conscientes das relações sociais como de fato se dão, bem como de suas necessidades e das práticas adequadas para satisfazê-las; e
2. o porquê de um discurso conservador em particular, em uma dada conjuntura sócio-histórica, atender em parte a essas expectativas, apesar das objeções que uma outra tendência do pensamento marxista faria à alienação das pessoas quanto às suas verdadeiras necessidades.

Vimos que, para Marx, nem todas as ideias “não científicas” eram consideradas ideológicas. As que o eram, o eram como distorções que legitimavam a dominação de classe. Assim, podemos deduzir que as “ideologias” (orgânicas) que Gramsci chama de “necessárias [como superestruturas] a uma determinada estrutura” seriam *ideológicas* para Marx apenas se atendessem aos interesses de dominação da classe dominante, do mesmo modo que as que Gramsci define como “arbitrárias, *racionalistas*, desejadas”. Como o próprio Gramsci identificou, “[...] o próprio significado que o termo ‘ideologia’ assumiu na filosofia da *praxis* contém implicitamente um juízo de desvalor [...]” (1978, p.63)

Raymond Williams, por sua vez, destaca uma exceção na obra de Marx, onde este teria utilizado o termo no que seria a sua acepção neutra, contrariando a afirmação de Larrain de que Marx o teria utilizado sempre e exclusivamente em sua acepção negativa:

Ainda há um outro sentido aparentemente mais neutro de **ideologia**, em algumas partes dos escritos de Marx, notadamente na bem conhecida passagem da Contribuição à Crítica da Filosofia Política (1859): ‘A distinção deveria sempre ser feita entre a transformação material das condições econômicas de produção... e as formas legal, política, religiosa, estética ou filosófica – em suma, ideológicas – nas quais o homem se torna consciente deste conflito e entra fundo na luta.’ (Williams, 1985, p. 156.)

Não obstante, trata-se de uma exceção. Na verdade, Williams corrobora a visão de Larrain, principalmente ao referir-se ao “sentido pejorativo popularizado por Marx e Engels” (1985, p. 154) do termo ideologia e ao afirmar que:

Marx e Engels, em sua crítica do pensamento dos seus contemporâneos alemães radicais, concentraram-se em sua abstração do processo real da história. Ideias, como eles diziam especificamente das ideias dominantes de uma época, ‘não são nada além da expressão ideal das relações materiais dominantes tomadas como ideias’. O malogro de perceber isto produziu a **ideologia**: uma visão da realidade de cabeça para baixo. (idem, p. 155)

Enfim, após discutirmos o postulado de Larrain, de que se pode encontrar na literatura marxista duas linhas gerais de utilização do termo *ideologia* (uma que define como *neutra* e outra como *negativa*), iremos agora precisar com clareza o que seria, no nosso entender, uma e outra, bem como qual a contribuição teórica que essa distinção pode fornecer para a compreensão da problemática do caráter ideológico dos gostos e juízos de gosto.

Em síntese, entendemos, por acepção neutra de ideologia, uma forma *analítica* de abordar determinado conjunto de articulações discursivas que expressam uma visão de mundo, que dá sentido às práticas de uma dada coletividade em um dado contexto sócio-histórico; por acepção *negativa* de ideologia, uma forma *crítica* de abordar determinado conjunto de articulações discursivas, que expressam uma visão de mundo “distorcida” de uma dada coletividade etc., a qual, fazendo sentido ou não, atende aos interesses das classes dominantes. A abordagem neutra privilegia o que faz sentido em uma articulação discursiva, ainda que como base para a elaboração de uma crítica; a negativa, o que não faz sentido, ou melhor, o que há de distorcido nesse sentido e, sobretudo, de que forma ele legitima as relações de poder vigentes.

Ora, numa perspectiva dialética, toda e qualquer articulação discursiva minimamente orgânica (isto é, aceita por amplos contingentes da população como verdadeira) faz algum tipo de sentido e, ao mesmo tempo, esse sentido é sempre uma tomada de posição, menos ou mais indireta, em meio à luta de classes. Como dizia Althusser: “Se os aparelhos ideológicos de Estado têm a função de inculcar a ideologia dominante, isso quer dizer que existe resistência, se há resistência, é que há luta e essa luta é, em definitivo, o eco direto ou indireto, próximo ou, em geral, longínquo, da luta de classes.” (1985, p. 112).

Partindo desse princípio, concordamos com Larrain quando este defende a complementaridade de ambas as abordagens no estudo de um dado fenômeno político ou cultural, pois julgamos que tal atitude torna o estudo dialeticamente mais rico do que se a opção se centrasse em uma só das abordagens, fosse ela

qual fosse. Assim, polemizando com a abordagem de Hall no ensaio “The toad in the garden...”, e buscando, creio, reintroduzir na discussão a noção de falsa consciência, Larrain questiona o porquê de não se perguntar também sobre o que é falso em uma ideologia, isto é, sobre de que modo um discurso pode ser entendido como ideológico não só na medida em que faz sentido para amplas camadas da população, mobilizando-as, mas também por mascarar contradições reais, “fazendo sentido” ou não, sendo a ideologia orgânica ou não:

[...] mesmo aceitando como útil a definição gramsciana de ideologia de Hall, como eu aceito, [...] por que deveríamos nos restringir a descobrir o que faz sentido em uma ideologia? Não é também completamente necessário descobrir o que está errado e expô-lo? Considerando que o nazismo e o fascismo eram ideologias na acepção gramsciana, as quais, embora inesperadamente, foram bem-sucedidas em organizar setores importantes das massas alemãs e italianas, não seria importante descobrir não somente o que tinham de verdadeiro, o que nelas fazia sentido e seduziu o povo a aceitá-las, mas também descobrir e expor o que tinham de falso e que não fazia sentido? (LARRAIN, 1996, p. 61)

Em outras palavras, parece-nos que se investigar um discurso como ideológico na acepção neutra é útil para identificar a razão de ser da organicidade de uma “ideologia” que consegue mobilizar amplos setores das massas, deixando de lado a ideia de falsa consciência e centrando-se na “positividade” das articulações discursivas que dão sentido às práticas dos sujeitos, por outro lado a investigação corre o risco de perder de vista o aspecto contraditório entre os sentidos dessas articulações e as práticas que pretendem explicar, combater ou legitimar, ao desconsiderar a possibilidade de os sujeitos estarem sendo literalmente enganados. Uma ideologia, por ser orgânica, não deixa de estar sujeita a contradições, distorções e mascaramentos. Nesse ponto, investigar um discurso como ideológico na acepção *negativa* permitiria identificar essas contradições, distorções e mascaramentos, reintroduzindo a ideia de falsa consciência. Creio, porém, que pensar um discurso como ideológico somente na acepção negativa, corre o risco de não identificar em um discurso “reacionário”, por exemplo, que mobilize as classes subordinadas, “*what about it is true*”, “*makes good sense*”. É nesse sentido que, a meu ver, justifica-se tanto a visão antirreducionista de Hall, que se recusa a entender os discursos em geral como reflexos mecânicos das relações materiais e ideologia como uma falsa consciência oposta a uma consciência verdadeira,

científica, quanto o postulado de Larrain sobre a pertinência de uma análise que se utilize das duas acepções de forma complementar, não excludente: de uma *análise* que rejeite a noção de falsa consciência seguida de uma *crítica* que a reintroduza, ainda que somente como possibilidade.

O mecanicismo economicista ao qual Hall com razão se opõe é uma conclusão equivocada a qual uma má leitura de Marx corre o risco de conduzir (o que não é o caso em Hall). A este respeito, esclarece Larrain:

Para Marx nem as ideias ideologicamente distorcidas nem as ideias corretas podem ser explicadas como emergindo de uma relação empírica na qual o mundo real imprime de modo indelével os seus significados, sejam distorcidos ou sãos, diretamente em nossa consciência. Isto implicaria que o mundo real é simples e transparente e que os sujeitos são antes recipientes passivos. Para Marx, ao contrário, o mundo real do capitalismo não era transparente; as formas fenomenais criadas pelo mercado mascaravam as relações reais no nível da produção. Mas os sujeitos tampouco eram passivos, constrangidos ou a serem iludidos ou a compreenderem cientificamente a realidade; eles estavam ativamente engajados em práticas que, enquanto limitadas e meramente reprodutivas, acentuavam as aparências do mercado, e enquanto transformadoras ou revolucionárias, facilitavam a apreensão das relações reais. (LARRAIN, 1996, p. 60).

Enfim, a complementariedade das acepções neutra e negativa de ideologia aponta no sentido de que não se trata 1) de estigmatizar *a priori* os discursos não científicos em geral como falsos, como meros reflexos mecânicos e distorcidos da estrutura econômica da sociedade, nem 2) de abandonar a possibilidade desses discursos, e de parte dos próprios discursos científicos, representarem distorções da realidade que atendem aos interesses das classes dominantes, mas 3) que se deve abordar dialeticamente qualquer projeto político ou articulação discursiva, buscando identificar e ao mesmo tempo distinguir tanto os seus aspectos razoáveis quanto os mistificadores, sob a perspectiva da luta de classes.

É, de certo modo, o que Gramsci faz ao avaliar a política da Igreja Católica referente à unidade dos fiéis: ao mesmo tempo em que aprecia sua organicidade, sua capacidade de compor um “bloco histórico” – através de seu esforço em manter a união entre a elite intelectual da igreja e as massas de fiéis, reprimindo os primeiros quando se afastam da fé popular –, Gramsci condena seu

empenho em impedir que as massas subam a um outro patamar intelectual, conservando-as na ignorância, por interesses de dominação. Nos termos de Gramsci (1978, p. 20):

A posição da filosofia da *práxis* [leia-se marxismo] é antitética a esta posição católica: a filosofia da *práxis* não busca manter os “simplórios” na sua filosofia primitiva do senso comum, mas busca, ao contrário, conduzi-los a uma concepção de vida superior. Se ela afirma a exigência do contato entre os intelectuais e os simplórios não é para limitar a atividade científica e para manter uma unidade no nível inferior das massas, mas justamente para forjar um bloco intelectual moral, que torne politicamente possível um progresso intelectual de massa e não apenas de pequenos grupos intelectuais.

Vemos que, apesar do “bloco intelectual moral” que defende não ser idêntico ao da igreja, que impede a ascensão intelectual das massas ao mesmo tempo que proíbe aos seus intelectuais que delas se afastem, é da Igreja que Gramsci toma emprestado seu modelo de bloco histórico, exigindo a aproximação dos intelectuais com as massas. Assim, a identificação do que há de razoável no discurso da unidade dos fiéis e no próprio modelo político organizacional da Igreja, acrescida da crítica, mostrou-se fértil também como base para uma nova concepção de organização política. Uma atitude sem a outra seria necessariamente mais pobre.

Pensar a ideologia na acepção neutra pode ajudar a entender as razões pelas quais certos projetos e discursos conservadores fazem sentido, mobilizam as massas, tornam-se *orgânicos*, no que pese poderem estar aparentemente em contradição com o que uma visão de mundo marxista chamaria de os interesses reais dos emissores ou reprodutores dos discursos, de modo a se poder identificar os equívocos das políticas desenvolvidas pelos setores progressistas (ou revolucionários) da sociedade e reorientá-las pontualmente. Por exemplo, no Brasil, uma abordagem *neutra* do discurso direitista em nome da ordem e do anticomunismo, sobretudo durante os anos 60 e 70, talvez tivesse contribuído para que fossem evitados alguns equívocos, como o distanciamento entre boa parte dos intelectuais de esquerda, que se julgavam a vanguarda revolucionária, e as massas (incluindo amplos setores das classes médias), cujo resultado, sabemos, foi trágico. Outro exemplo: na Alemanha, nos anos 20 e 30, a beligerância mútua entre comunistas e social-democratas pavimentou o terreno – aberto, não obstante, pelas crises econômicas que marcaram o período – para a ascensão nazista, a qual pegou as esquerdas de surpresa, entre outros fatores por

terem se mostrado incapazes de identificar o que fazia sentido na pregação nazi, atendo-se somente aos seus aspectos negativos óbvios.

Já pensar a ideologia na acepção negativa conduziria a atenção para os aspectos mistificadores dos projetos e discursos conservadores, favorecendo sua denúncia e desconstrução.

Em síntese:

1. A acepção neutra de ideologia seria sobretudo *analítica e tática*: ao rejeitar a noção de falsa consciência, poderia ser útil para identificar a razão de ser (para seus emissores e reprodutores) e a concretude histórica de um dado discurso ou projeto político (isto é, sua organicidade, seu caráter necessário, a rede ou o complexo de determinações que o produz). Ou seja, pode explicar como e por quê essa articulação discursiva *faz sentido* para os que dela se utilizam e de que modo legítima práticas que (aparentemente ou de fato) são de seu interesse. Sob esta perspectiva, uma tal compreensão favoreceria o desenvolvimento de políticas conjunturais, de curto prazo, ou, em outros termos, a utilização pontual da “verdade” que subjaz em uma eventual “distorção” hegemônica de modo a rearticulá-la sob uma perspectiva contra-hegemônica de resistência.
2. A acepção negativa seria sobretudo *crítica e estratégica*: conservando, ou reintroduzindo, a noção de distorção ou falsa consciência, serviria para identificar *até que ponto* esses projetos ou discursos – no que pese a “verdade” que seus articuladores lhe atribuem – falseiam as relações sociais em sua concretude histórica, legitimando e reproduzindo relações de subordinação de um determinado grupo por outro dentro do conjunto mais amplo da luta de classes (e somente nesse sentido seriam ideológicos na acepção negativa). Esta compreensão favoreceria o desenvolvimento de políticas estruturais, de longo prazo, ou seja, que apontassem para uma nova hegemonia: seu “ponto de fuga” é a própria escatologia marxista da superação do capitalismo. Cabe aqui esclarecer que não se pretende, com essas sugestões quanto ao caráter mais propriamente tático ou estratégico de uma das duas acepções, cometer o disparate de afirmar que Lenin ou Gramsci desconsideravam a perspectiva da mudança política estrutural, ou que Marx não se interessava pela conjuntural, mas levantar a hipótese da maior ou menor adequação do

emprego de cada uma das duas acepções, em análises concretas, em uma perspectiva política mais tática ou mais estratégica, ou seja, mais voltada para o “jogo” ou para o “campeonato”.

3. Ambas as acepções levam em consideração a especial relevância dos fatores econômicos e da luta de classes para a compreensão da produção e reprodução sociais de articulações discursivas; em suas formas mais sofisticadas, ambas rejeitam, ao mesmo tempo, todo reducionismo economicista. Diferem, contudo, na aplicação do adjetivo “ideológico” às articulações discursivas, ou melhor, no próprio entendimento do conceito “ideologia”.

A partir dessas conclusões, podemos nos perguntar se haveria, igualmente, uma dimensão ideológica nos juízos de gosto, tanto na acepção neutra quanto na negativa.

Vejamos.

O gosto, como escolha, ou hierarquização valorativa das coisas (materiais ou simbólicas), isto é, como medida do seu valor de uso, estando as necessidades básicas de sobrevivência satisfeitas, é uma síntese (inconsciente) da expressão distintiva de cada coisa (de sua materialidade) e das experiências singulares concretas da percepção individual, mediada pelo conjunto de valores simbólicos coletivos (cânones mais ou menos formalizados de uma cultura); esta mediação é o que lhe atribui necessariamente uma dimensão ideológica, ao menos na acepção neutra.

Valores simbólicos e cânones não são absolutos ou eternos, mas *construtos* históricos, determinados em última instância por fatores econômicos, dado que o campo de potencialidades de produção simbólica num período histórico dado é delimitado, primeiro, pelo modo de produção hegemônico e, na esmagadora maioria dos casos, pela estratificação da sociedade em classes – que estabelece uma distribuição desigual não só dos recursos materiais mas também de um repertório simbólico comum e de formas possíveis de fruição, no que conseqüentemente surgem variadas formas de cooperação e conflito entre os detentores desses repertórios desigualmente distribuídos – em meio à tensão dialética entre este modo de produção e as necessidades e desejos que de um lado promove e de outro recalca; assim, valores simbólicos e cânones representam interesses convergentes ou conflitantes em meio à luta de classes, o que abre a possibilidade de possuírem uma dimensão ideológica, ainda que

não obrigatoriamente na acepção negativa. Destacamos a não obrigatoriedade dessa dimensão, dado que nem todas as expressões culturais da luta de classes significam mistificação ou tomada de consciência. Como vimos, para Marx, o conjunto das ideias dominantes burguesas não poderia ser chamado de ideológico, somente aqueles aspectos seus que legitimavam a dominação de classe. O mesmo vale para as expressões culturais das classes trabalhadoras: nem todas as suas crenças, discursos, projetos, juízos de gosto são necessariamente contra-hegemônicos.

Os *juízos de gosto* são a elaboração discursiva dos gostos, portanto a *expressão* consciente da medida do valor de uso que se atribui às coisas; porém, embora a potência de formulação de juízos de valor – religiosos, estéticos, científicos etc. – seja delimitada pelas práticas determinadas pelo modo hegemônico de produção (relações de trabalho, formação etc.), os valores simbólicos elencados e hierarquizados nos discursos não constituem um mero espelhamento mecânico e linear deste modo de produção e das práticas correlatas (seja de produção material ou simbólica), mas um esforço complexo de dar sentido a essas práticas, a partir da confrontação destas com um repertório de discursos herdado, em meio ao qual indivíduos e grupos os reproduzirão, transformarão ou abandonarão. O material simbólico para a elaboração desses discursos de legitimação é desigualmente distribuído na sociedade, não só a partir de imperativos de classe, como também de ordem etária, de gênero etc.

O fato de um discurso pretender dar sentido às práticas não significa que este sentido não seja passível de crítica, e os gostos e juízos de gosto, assim como as ideologias e crenças em geral, tornam-se dados materiais ao orientarem a prática dos sujeitos.

Assim entendidos, os juízos de gosto potencialmente contém elementos ideológicos tanto como articulações discursivas que buscam *dar sentido* às práticas gustativas dos sujeitos e grupos (acepção *neutra* de ideologia) quanto como articulações discursivas que *mascaram e distorcem* as relações de subordinação e exploração entre alguns sujeitos e outros, refletidas nestas mesmas práticas gustativas (acepção *negativa* de ideologia). Aqui, arriscamos, com cautela, estender o emprego do conceito de ideologia, em ambas as suas acepções, a análises de outras formas de subordinação, não necessariamente vinculadas de modo direto à dominação de classe: étnicas, raciais, de gênero, etárias. Seja como for, discursos razoáveis ou mistificadores cristalizam-se em gostos, estabelecendo

padrões de percepção e juízo coletivos, que legitimarão ou não as práticas dos sujeitos para eles próprios e para os demais.

Ambas as “qualidades” ideológicas podem estar presentes, em diferentes graus, em um mesmo juízo. O que nos interessa é distinguir em que medida os juízos de gosto *fazem sentido*, isto é, legitimam as práticas degustantes nos discursos, tornando-os orgânicos, e em que medida esse *sentido* mascara contradições sociais. Por exemplo, juízos de gosto referentes ao carnaval podem ilustrar essa dupla natureza ideológica do gosto. Chamemos então de ideológicos alguns discursos que podem ser identificados como pertencentes ao senso comum, como “eu gosto” ou “eu não gosto de carnaval” porque *a)* “o carnaval é a expressão da alegria de um povo oprimido”, *b)* “o carnaval une todas as classes”, *c)* “o carnaval é a maior expressão da cultura brasileira” e *d)* “o carnaval não é mais o mesmo”. De cara identificamos aí:

1. *acepção neutra* – faz sentido defender uma realidade lúdica, que se opõe e supera, em caráter excepcional, os imperativos sociais existentes, da tristeza, da labuta e da repressão sexual; *acepção negativa* – essa situação excepcional não passaria de uma compensação substitutiva, que mascara as contradições reais que produzem a tristeza, a labuta e a banalização sexual, que o carnaval, como “válvula de escape” tolerada, ajuda a legitimar, precisamente por seu caráter excepcional;
2. *neutra* – vislumbre através da prática de uma situação excepcional que transcende como modelo ideal a subordinação classista e racial; *negativa* – mais uma vez, ocultamento ou minimização do caráter excepcional da situação transcendente;
3. *neutra* – reconhecimento da hegemonia cultural no campo da música, da festa e da dança conquistada pelas classes subordinadas, sobretudo os negros, através de sua luta pela afirmação social de seu repertório cultural; *negativa* – mascaramento da posição subordinada dos negros e das classes populares em geral em praticamente todos os outros espaços e tempos da vida social;
4. *neutra* – consciência da subordinação de certas características estilísticas do desfile a imperativos comerciais, como a crescente presença, como destaques nos desfiles, de modelos, atrizes etc. brancas, sem nenhuma

relação com a comunidade que realiza o evento; *negativa* – apego a um certo purismo tradicionalista, incapaz de reconhecer que até certo ponto a comercialização do espetáculo representa uma possibilidade de compensação econômica mais expressiva para as comunidades etc.

Outros exemplos poderiam ser pensados. O gosto pelo rock pode estar associado a uma rebeldia – salutar – diante da disciplina do trabalho alienado (a palavra de ordem é *diversão*), da estética elitista e da moral sexual conservadora; o ideário da “cultura jovem” representa, ou representou, uma valorização da ludicidade em detrimento dos imperativos econômicos da labuta; o amante do rock busca uma fruição estética imediata e intensa, o que é uma opção legítima; através do rock, a música negra norte-americana saiu definitivamente dos guetos e conquistou o mundo; nos anos 1960 e 1970, o rock esteve em boa parte associado à conscientização política das massas e a um repúdio do imperialismo (oposição à guerra do Vietnã) e da ordem tecnocrática; nesta mesma época, operou experiências formais desbravadoras de novas rotas de expressão e percepção; representou ainda um desejo de liberdade individual e coletiva, de novas experiências sensoriais (drogas) e de euforia.

Por outro lado, o “sonho” foi “pasteurizado”; no Brasil, é comum o gosto pelo rock refletir uma opção estética colonizada, um desprezo esnobe pelos gêneros brasileiros e por tudo que não é inglês ou norte-americano, ou um orgulho ignorante na recusa de conhecer outras formas mais elaboradas de fruição musical, atestando um certo infantilismo do gosto, fortemente carregado de idolatria ou fetichismo; alguns músicos negros se sentiram “roubados” pelos brancos; a rebeldia se torna inautêntica, uma pose, ou permanece restrita ao instante do show ou da audição musical, como uma válvula de escape, a penteados e indumentária, não se desdobrando em outras práticas concretas de transformação das condições sociais de opressão; o “sonho” não sobreviveu à crise do petróleo do início dos anos 70, podendo ser entendido como concessão da hegemonia num curto período de fartura no ocidente e para as classes médias de outras partes do mundo, que prolongava a infância e o tempo livre etc.

Buscamos ilustrar com esses exemplos os primeiros delineamentos de um método para uma crítica do gosto, que passa pela identificação e pela análise desta dupla natureza ideológica que nele potencialmente subjaz e que pode ser decifrada em sua formulação em juízos.

10. A SOCIOGÊNESE DO CAPITAL MIDIÁTICO ATRAVÉS DA MÚSICA

Robert Jourdain (1998, p.13), embora centrando sua investigação sobre a percepção musical na neurologia e na psicologia, propõe a seguinte questão: “Como podem sons que são um banquete para alguns ouvidos serem uma refeição enjoativa para outros?”

Para responder a essa questão, na perspectiva aqui adotada, é necessário que se efetue:

1. um levantamento dos meios e modos de produção, reprodução, circulação e consumo dos objetos degustáveis (antes de mais nada, não se pode gostar do que não existe, ainda que em imaginação, ou do que não se conhece); no campo da produção de riqueza simbólica, que é o que nos interessa em particular e no qual a música se inclui, isso implica nos últimos cem anos em um estudo crítico da indústria cultural – modo de produção simbólica que conquistou a hegemonia social – em seu desenvolvimento histórico, até converter-se em parte das ITCs, relacionando-a com os meios e modos de produção simbólica extra midiáticos;
2. uma crítica da alienação (expropriação) historicamente realizada dos meios de produção, reprodução e circulação dos produtores de bens simbólicos pelo capital dentro do modo de produção hegemônico; em outras palavras, as relações capital / trabalho *na* indústria cultural e seus desdobramentos externos;
3. um levantamento dos gostos e juízos de gosto socialmente produzidos em determinados períodos históricos e em determinados espaços sociais, bem como suas afecções recíprocas;
4. uma investigação da relação entre produtores, mediadores e consumidores de bens simbólicos, e do seu acesso desigual a um patrimônio simbólico coletivo socialmente produzido, que requer maior ou menor conhecimento do código e maior ou menor repertório de referências: não se pode emitir um juízo de gosto a respeito de um poema escrito

em javanês sem que se conheça pela menos o idioma javanês, para não falar da história e dos costumes de Java etc.¹⁵

Dadas essas pré-condições de caráter metodológico, partimos do princípio de que o prazer é o principal elemento estruturante do gosto, enquanto o gosto é a estruturação dos prazeres em escalas valorativas, menos ou mais intercambiáveis, menos ou mais dinâmicas: conforme aumenta o domínio de um código e a quantidade de referências (ou seja, o saber), varia a quantidade (intensidade) e a qualidade (tipo) da afecção do sujeito pelo objeto gustativo (o sabor), e conseqüentemente variam as hierarquias das escalas valorativas.

Considerando-se o prazer, de grau positivo ou negativo (o desprazer), o resultado de uma afecção qualquer (trate-se de afecções *nervosas* ou *simbólicas*, estas da ordem do conhecimento – mais do que em outros casos, no da música instrumental parece não haver um corte nítido entre essas duas instâncias), a estrutura das escalas valorativas representadas pelo gosto, salvo obstáculos externos (e sempre os há, a começar pela ignorância relativa, ou ausência relativa de afecção), tende a orientar a atividade humana desejante, tanto na esfera individual quanto na coletiva, no sentido de reproduzir as experiências de prazer, ou formas que lhe pareçam semelhantes, e de rejeitar experiências de desprazer, ou formas que lhe pareçam semelhantes; pouco importa se a atividade é masoquista ou de abstinência, pois no primeiro caso há somente inversão entre os sinais positivo e negativo, e, no segundo, se não a mesma inversão, mera substituição da experiência de prazer por outra compensatória na economia libidinal do sujeito, não importa aqui se perversa ou não, embora a questão do fetichismo e a da sublimação nos interessem em particular.

Se o gosto é a estruturação dos prazeres em escalas valorativas, o gosto que não se discute, que não se elabora em um juízo, pertence à ordem da pulsão, pré-representativa, anterior e esquiva à elaboração simbólica, portanto à crítica. Esse gosto constitui a mais íntima e naturalizada motivação das atividades humanas por ele orientadas, do consumo musical ao posicionamento político, passando por todas as expressões de admiração e preconceito. Uma discussão do gosto pode, por outro lado, promover um esforço de representação, de elaboração simbólica dessas escalas valorativas inconscientes, que conduza a um estudo crítico das atividades humanas relacionadas, e das formas de estímulo e repressão com as quais se defrontam essas atividades.

¹⁵ Mais uma vez, só foi possível testar parte dessas indicações metodológicas na pesquisa que resultou neste livro. Não obstante, julgamos oportuno preservá-las como sugestões para eventuais interessados em desenvolvê-las e aplicá-las.

Não discutir os gostos e os juízos de gosto significa não discutir a reprodução social reificada do motor das escolhas, nem as escalas de valores estruturadas pelo gosto e pelos juízos de gosto em sua concretude de legitimação, predominantemente inconsciente, dessas escolhas. Uma crítica da economia política dos gostos e juízos de gosto socializados contribuiria para uma desreificação dessas escolhas e escalas valorativas, bem como das práticas correlatas, no sentido da transformação de escolhas inconscientes, não em meras escalas valorativas conscientes canônicas, embora canonizáveis, mas em *praxis* mais autônomas ou menos autômatas – em outras palavras, propomos uma crítica que problematize o que há de fetichista no gosto, do consumo musical às escolhas políticas: o gosto fetichista é aquele que não expressa uma forma de liberdade, apesar das aparências, mas se fixa no que é apresentado pela mídia como bom ou ruim, ignorando tudo mais.

O fato dos discursos midiáticos hegemônicos serem em certa medida plurais e multifacetados não invalida a discussão do valor de uso dos seus produtos, isto é, de sua *qualidade*, e, mesmo quantitativamente, não passa de ilusão de ótica em relação à pluralidade concreta e potencial abortada na produção e, conseqüentemente, na reprodução, na circulação e no consumo de bens simbólicos, e não altera em nada o caráter automático do processo. Como observou Marcuse (1973, p.28),

Sob o jugo de um todo repressivo, a liberdade pode ser transformada em poderoso instrumento de dominação. O alcance da escolha aberta ao indivíduo não é o fator decisivo para a determinação do grau de liberdade humana, mas o que pode ser escolhido e o que é escolhido pelo indivíduo. O critério para a livre escolha jamais pode ser absoluto, mas tampouco é inteiramente relativo. A eleição livre dos senhores não abole os senhores ou os escravos. A livre escolha entre ampla variedade de mercadorias e serviços não significa liberdade se esses serviços e mercadorias sustentam os controles sociais sobre uma vida de labuta e temor – isto é, se sustentam alienação. A reprodução espontânea, pelo indivíduo, de necessidades superimpostas não estabelece autonomia; apenas testemunha a eficácia dos controles.

Nos últimos tempos, pode-se dizer que a coisa ficou ainda pior e, de certo modo, ridícula. Por exemplo, já em 2002 O Globo noticiava: a “própria potência econômica que é a multinacional Fnac”, “maior loja de discos e livros do país [França]”, lançou na internet um “Manifesto pela diversidade musical”.

Segue um trecho desse manifesto estapafúrdio:

Constatamos que a concentração da indústria do disco vai contra a diversidade musical. (...) Hoje, cinco grandes grupos de comunicação controlam mais de 80% das vendas de discos do mundo. (...) a predominância do *marketing* reduz o pluralismo musical. A espetacular concentração dos investimentos de *marketing* em alguns títulos conduz a favorecer de forma sistemática um pequeno denominador comum cultural e a promover exclusivamente os produtos de massa, na mídia ou na grande distribuição. Sem meios de exposição adequada, a criação musical se arrisca a uma asfixia. (SUCKMAN, 2002)

Seria ingenuidade acreditar que a Fnac estivesse efetivamente defendendo a “diversidade” musical: estava na verdade preocupada com a concorrência dos hipermercados, dado que, conforme a mesma matéria: “A esse nível de investimento é o mercado de massas, o dos hipermercados, que é visado, revelou (...) o responsável pelo setor de publicidade da gravadora BMG francesa, Gregoy Guyot”.

Seja como for, essa briga ilustra o redirecionamento dos fluxos de capital e a reacomodação de terrenos e posições dos grandes monopólios, ao ponto de o (relativamente) mais fraco deles, a Fnac, como sempre ocorre com a fração da classe dominante que vê sua hegemonia arriscada, tentar salvaguardá-la com argumentos de cunho moral (em nome da diversidade musical, do pluralismo etc.). O fato de a argumentação não ser propriamente desinteressada, porém, não lhe tira a veracidade.

A matéria seguia informando sobre os discos mais vendidos na França no fim de 2001, todos de participantes de *reality shows* de grande sucesso televisivo:

O motivo do sucesso das vendas é conhecido: os discos foram martelados na televisão, onde praticamente acabaram os programas que não os de ‘grandes sucessos’, e execução massiva no rádio, a uma razão de 70 execuções semanais em cada emissora FM de grande audiência. Se a tradução do termo *jabá* não é usada no mercado francês, as técnicas de, digamos, ‘promoção’ dos discos consistem em parcerias entre as grandes gravadoras e os programas de TV [...] e em cada disco de sucesso há na capa o selinho de uma rádio FM que, em troca, vai executá-lo até o ouvido fazer bico.

A situação repetia-se em todo o mundo.

Por outro lado, não se pode negar as mudanças dos últimos quinze anos, que podem ser sumariadas da seguinte forma (Herschmann, 2010):

1. multiplicação dos sites gratuitos de compartilhamento de música, apesar dos esforços da indústria fonográfica em deter esse movimento;
2. surgimento de sites pagos de acesso à música, a preços módicos;
3. multiplicação de web rádios gratuitas, nas quais o internauta pode virtualmente ouvir o que quiser;
4. crescimento das redes sociais mediadas por computador, em meio às quais indicações e compartilhamento de música são ações corriqueiras;
5. crescimento acelerado da indústria de games que de alguma forma veiculam música.

Apesar disso, a se acreditar nos índices mais recentes de vendas de CDs, de músicas mais executadas em geral (ver <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/204646-as-dez-musicas-mais-ouvidas-nas-rádios-brasileiras-em-2014.shtml>), da participação do digital no mercado fonográfico como um todo (ver http://www.abpd.org.br/noticias_internas.asp?noticia=245), ou em estudos referentes a “seguidores” de artistas no twitter e a fãs clubes em redes sociais (Baptista da Silva, 2011), os artistas de maior sucesso ainda são aqueles vinculados a grandes gravadoras, com forte presença nas mídias convencionais, com destaque para a televisão, que permanece, até segunda ordem, detendo a posição hegemônica na formação dos gostos musicais, a despeito das transformações importantes que têm ocorrido na indústria da música, decorrentes do impacto aí causado pelas novas tecnologias de informação, da produção ao consumo, passando pela distribuição, pelo marketing etc.

Dito isto, e considerando os gostos como sintomas e os juízos de gosto como articulações de significados que expressam (e mascaram) tanto visões de mundo quanto a padronização das sensibilidades, seu estudo não só pode como deve discuti-los, isto é, submetê-los a uma reflexão crítica. Como? Através de uma história social de sua produção, circulação e reprodução sociais.

Não interessa descobrir, ou melhor, inventar, o que seria o “bom gosto”, quimera que só existe do ponto de vista idealista, etnocêntrico ou narcísico, mas investigar a dinâmica histórica concreta de produção, circulação, reprodução, transformação, oposição e síntese dos gostos.

Bom gosto é somente o gosto de quem postula o bom gosto. Quem postula? Por quê?

Chegou o momento de voltarmos nossa atenção mais detidamente para a posição que atribuímos à produção musical dentro desse recorte teórico, retomando a hipótese anteriormente apresentada, a saber, de que o desenvolvimento da indústria cultural ao longo do século XX inverteu a relação que se dava em seus primórdios entre a produção musical e a formação dos gostos. Recapitulando, sugerimos que, no princípio, a indústria fonográfica reproduzia produções locais; hoje, os músicos e os públicos tendem a reproduzir, localmente, a produção global da indústria cultural. Se estamos certos ao postular que esta inversão se deve sobretudo a imperativos econômicos, para entendermos como ela se verificou na prática cumpre definir o que entendemos por capital midiático, conceito ao qual opomos valor simbólico.

Por capital midiático referimo-nos antes de mais nada a um valor econômico, na medida em que sua produção e reprodução estão direta e predominantemente condicionadas – embora não exclusivamente – pelos imperativos econômicos de autoexpansão do capital. Valor simbólico, por seu turno, opõe-se à categoria valor econômico, na medida em que sua produção é, do ponto de vista do capital, trabalho improdutivo, ou seja, não diretamente capitalizável, pois não requer a transformação de força de trabalho e de capital em mais capital para se realizar. Valor simbólico, portanto, é o mesmo que prestígio social de um produto ou de um produtor simbólico, nas mais diversas escalas, adquirido independentemente (ou apesar) de vultosos investimentos de capital dinheiro. Seu lastro é o gosto de um grupo humano em um dado contexto sócio-histórico, seja racionalizado em considerações estéticas, seja expresso somente na maior ou menor intensidade da aprovação ou da rejeição quantitativas em relação ao produto ou ao produtor simbólico. Essas expressões variarão com as gerações conforme os desdobramentos da luta entre as classes ou frações de classe pela hegemonia.

Iremos agora investigar a história da indústria fonográfica, em sua articulação com a história econômica geral.

Até o advento do comércio em larga escala de edições musicais, o valor simbólico de um produto e o prestígio de seu produtor, na esfera popular (popular, aqui, em oposição a erudito), independiam de qualquer mediação monetária mais relevante; na esfera erudita, dependiam de mediações monetárias relevantes (das

cortes ou da Igreja e, posteriormente, da burguesia ascendente), mas tampouco havia aí trabalho produtivo, capitalizável, pois o dinheiro investido na produção musical não se transformava em capital (dinheiro + trabalho excedente) e a música produzida não era suporte para o processo capitalista de autoexpansão do capital, não se submetendo, portanto, à sua lógica interna; o que se dava era uma troca de prestígio entre os compositores e as cortes, embora os primeiros permanecessem economicamente subordinados às últimas, bem como seu prestígio era menor. Tratava-se, como dissemos, de trabalho improdutivo do ponto de vista do capital.

Elias (1995) destaca no início do séc. XIX uma mudança de paradigma nas relações trabalhistas dos músicos eruditos, graças ao crescimento econômico do comércio de edições impressas (segundo Jourdain [1998], existente desde 1501). Sendo este crescimento econômico e esta mudança de paradigma o que nos interessa discutir, o séc. XIX permanece o nosso marco.

No Brasil, no início do século XIX, segundo Tinhorão (1998), a maioria dos músicos populares era composta de amadores, sendo a maioria barbeiros; os profissionais pertenciam a bandas militares, da polícia e dos bombeiros.

Em toda parte, gradualmente, principalmente no campo popular, a socialização da música em maior escala passou a depender da indústria cultural, cuja razão de ser, como todo empreendimento capitalista, é transformar capital em mais capital, sendo o trabalho envolvido na produção de coisas (materiais ou simbólicas) reduzido a uma mera etapa neste processo, segundo a célebre fórmula de Marx, $D-M-D'$, sendo M a mercadoria força de trabalho, única capaz de produzir valor excedente e transformar dinheiro (D) em capital (D'). A força de trabalho de produção musical converte-se, a partir daí, nesse mágico M, em trabalho produtivo do ponto de vista do capital. Com isso, subordina-se ao seu movimento de autoexpansão, o gosto de um público local tornando-se, em determinado momento, desprezível na determinação do que será produzido, na medida em que não constitui fator de demanda solvente relevante para um investimento lucrativo. Evidentemente, como demanda, o gosto do consumidor é considerado na seleção do que é produzido. Contudo, os imperativos crescentes de ganho de escala, devido à própria lógica interna do capital de expandir-se continuamente e às pressões da concorrência, tendem a selecionar, em meio a um repertório simbólico disponível em um momento dado, aquelas formas que melhor atendam a estes imperativos, e o mais rápido possível. Até então,

a música havia se desenvolvido regionalmente, e jamais existiu um padrão de gosto global que contemplasse bilhões de ouvintes. Hoje, há.

Ou será que o predomínio internacional do pop anglo-saxão deve-se a uma superioridade qualitativa intrínseca desse tipo de música sobre todas as demais formas existentes no planeta? Ou, antes, ao poderio econômico de sua indústria cultural, a qual, tomando a matéria-prima (seu repertório simbólico), a força de trabalho (seus músicos, técnicos e engenheiros de som) e os meios de produção de ponta (estúdios, instrumentos musicais, equipamentos de gravação, mixagem e masterização etc.) locais (Inglaterra, EUA, Canadá, Austrália e Jamaica), universalizou-a na busca por novos mercados, economicamente incapazes de competir a altura? Se a segunda resposta é a correta, isto significa que a produtividade superior de uma indústria sobre as demais, que lhe possibilita produzir mais mercadorias musicais (e campanhas publicitárias e de marketing) por menos capital investido, acaba por determinar inclusive os usos e costumes na esfera do consumo (em meio aos quais movem-se os gostos), ou seja, os limites da experiência frutiva da maioria das pessoas, conseqüentemente a “qualidade musical”, o que é (considerado) bom ou ruim em música – já que as produções simbólicas de uma indústria inferior, para não falar daquelas extra midiáticas, tornam-se economicamente inviáveis e, portanto, são atiradas às margens do repertório comum, ou desaparecem.

Até o momento em que o capital entrou em cena, a objetividade sócio-histórica dos valores simbólicos da música popular, isto é, seu valor de uso, permanece atrelada exclusivamente à faculdade de um determinado músico de atender a demandas simbólicas qualitativamente estratificadas (seja através da força da tradição, seja através da força da ruptura) em um momento dado; em outras palavras, a sua capacidade de agradar alguém, independente de qualquer mediação econômica externa ao seu trabalho. Demandas simbólicas correspondem aos valores de uso identificados em tais ou quais produtos simbólicos por um grupo dado, e estes variam com as gerações, os estratos sociais e as diversas mudanças coletivas que a história promove. Portanto, não são nem podem ser estanques. Porém, se até um século atrás essas demandas gustativas eram canonizadas, confrontadas, esquecidas, retomadas ou transformadas pelos costumes, pelos produtores, pelos especialistas e pelos fruidores em contato direto com os produtores (os músicos), na virada do século XIX para o XX surgiu um novo juiz: o capital, posteriormente disfarçado com a fantasia de “povo”, a quem supostamente cabe a última palavra a respeito do que satisfaz, em maior ou menor grau, sua própria demanda simbólica.

Mas quem é este sujeito histórico, o povo? Os pobres em geral? Os trabalhadores braçais? Os contínuos? Os falantes de uma língua? Os seguidores de uma religião? Os membros de uma nação? Ou um conceito curinga que mascara uma rede mais complexa de conflitos e construções identitárias?

Em cada contexto discursivo ou ideológico, uma ou mais das alternativas acima será correta. Martin-Barbero, a este respeito, compara noções distintas de “povo” entre ingleses (folk), alemães (volk) e franceses (peuple), demonstrando que para os ingleses a noção de folk refere-se à população rural em oposição à urbana; para os alemães, à oposição nacional / estrangeiro, e para os franceses, à “outra face da sociedade constituída (campesinato e massas operárias)”. (Martin-Barbero, 1997, p. 28-9).

Tinhorão já havia sugerido a hipótese de uma interconexão entre o advento da televisão no Brasil, em meados dos anos 50, o incremento da circulação de bens de consumo voltados para as classes médias em ascensão e o crescimento da veiculação midiática de gêneros musicais estrangeiros, imitadores (jovem guarda) ou híbridos (bossa-nova), com os quais as novas classes médias urbanas brasileiras, em sua rejeição ao “atraso” nacional (ou seja, a suas tradições de fundo rural), se identificavam. Assim, segundo este autor, os artistas oriundos das camadas populares (o “povo”) e suas criações musicais teriam sido substituídos na mídia pelos artistas e pelas canções da e ao gosto da classe média emergente.

Mesmo não dispondo de dados precisos que permitam confirmar ou rejeitar essa hipótese, ela nos leva a refletir, quanto aos “índices de popularidade” de certos gêneros musicais, a que extratos da população (consumidora) os índices se referem e o que isso pode significar em termos ideológicos.

Seja como for, a transferência da maioria da população do planeta do campo para a cidade no decorrer do século XX possibilitou o surgimento de uma “cultura de massas” mediada pelas indústrias culturais num primeiro momento, hoje pelas ITCs. Quanto mais homogênea e extensa for essa “cultura de massas”, maior a promessa de ganho de escala, em termos econômicos, e de alcance ideológico, no sentido de camuflar a luta de classes, aparar no imaginário suas arestas, pacificá-la. A realocação das populações fragmentadas em grandes concentrações urbanas é o processo sobre o qual se molda gradualmente um imaginário próprio, tendencialmente homogêneo, e um ganho de escala sem precedentes para a produção simbólica capitalista, ambos, imaginário e ganho, crescentemente planetários.

Assim, na realidade, quando se fala em “povo” no contexto apologético da indústria cultural, fala-se simplesmente em quantidade de consumidores, estando todas as diferenças (econômicas, culturais, etárias, étnicas etc.) entre estes, borradas no imaginário midiático. É verdade que altas taxas de popularidade devam contemplar as classes trabalhadoras, que compõem a maior parte das populações. Mas isso não significa, que contemplem preferencialmente a demanda pelo elemento disruptivo presente nas culturas populares, ou somente de modo amaciado, na maioria das vezes (ver Jameson, 1995). Além disso, se há diversidade e se essa diversidade atrapalha os lucros, que seja, na medida do possível, assimilada a um imaginário comum. Se não for possível alfabetizar o analfabeto ou “analfabetizar” o alfabetizado, fazer do velho criança e da criança velho etc., que sejam segmentados em grandes nichos de consumo e aí permaneçam. Se há mudanças no tipo de música que se veicula, devem-se menos à abertura das ITCs à exploração ou à variedade estética por parte de artistas financeiramente independentes do que às pressões da concorrência, minimizada, hoje, pela estupenda concentração de capital sob o controle de gigantescos monopólios transnacionais de ITCs.

Assim, é o capital, não o “povo”, quem, no decorrer do século XX, ascende de tribunal em tribunal, até se tornar o juiz da “Suprema Corte” dos valores simbólicos.

Se qualquer escolha ou juízo é pré-determinado pela formação e pelos objetos de escolha disponíveis, ninguém é capaz de ajuizar sobre um objeto que desconhece. E conhecer um objeto simbólico é mais do que ter acesso à sua simples presença, pois implica no acesso e na familiaridade ou no domínio de uma complexa rede de significantes (ou códigos) que legitimam ou não seu significado, ou significados. Por rede de significantes, em música, entendemos não só a linguagem musical (ritmo, melodia, harmonia e timbre) mas principalmente as formas possíveis de fruição (baile funk, concertos, ipod, missa, pagode de fundo de quintal etc.), cada qual carregada de uma objetividade que lhe é peculiar e que envolve a mais variada gama de práticas subjetivas e intersubjetivas (eróticas – na acepção mais dilatada do termo – e reflexivas). A ausência de acesso, para não falar em domínio ou familiaridade, a esta rede de significantes nos parece o pior conselheiro para um ajuizamento justo, apenas suplantado pela ausência de acesso ao próprio objeto simbólico. Em outras palavras, só se pode afirmar com justiça que o “povo” gosta ou não disso ou daquilo a partir do momento em que se sabe que o “povo” tem acesso (e familiaridade ou domínio)

a isso ou àquilo, bem como aos códigos que legitimam isso ou aquilo. Até então, o juízo do “povo”, afastado do produtor simbólico e íntimo do mediador (as ITCs), reflete preferencialmente o juízo do capital. Pode-se objetar que através dos meios o “povo” aproxima-se do produtor simbólico; é verdade, mas somente do produtor simbólico já subordinado aos imperativos econômicos dos meios. E esta produção não reflete, nem de longe, a totalidade e a variedade da produção simbólica existente (em um bairro, cidade, nação ou no planeta) ou potencial.

Por essa via, os valores simbólicos socializados em grande escala sob a lógica da indústria cultural, em seguida das ITCs, começam a converter-se em *capital midiático* = capital dinheiro + prestígio social, adquiridos *graças* a vultosos investimentos de capital dinheiro –, convertendo-se o produtor simbólico e seu produto em meros suportes para a auto clonagem do capital dinheiro. O capital dinheiro resultante do capital midiático produzido é ainda desigualmente distribuído entre o produtor simbólico e as ITCs, que ficam com a parte do leão, ainda que a parte do produtor simbólico nem sempre seja desprezível. O prestígio também é dividido, ficando o produtor simbólico com a parte do leão, e a empresa com o que se chama de valor agregado na marca.

Como, evidentemente, não existe valor simbólico zero (só pode haver valor simbólico positivo ou negativo, nunca nulo) em nenhum produto simbólico a respeito do qual alguém se dê ao menos o trabalho de comentar, ainda que no mais modesto círculo (ou no mais amplo), o fato de um produto simbólico dispor de alto capital midiático não significa necessariamente que não possua algum valor simbólico. Com frequência moderada, o oposto é que corresponde à verdade, ou seja, quando os altos índices de “popularidade” (isto é, de consumo) de uma música correspondem aos juízos dos “especialistas” (músicos, críticos, pesquisadores, melômanos, *connoisseurs*). O problema é que, dada a radical e crescente mercantilização da música ao longo do séc. XX, e dada a onipresença da indústria cultural e, em seguida, das ITCs, torna-se cada vez menos possível que um produto simbólico adquira valor simbólico socializado – em uma escala que transponha alguns passos além dos limites do círculo pessoal imediato do produtor simbólico – independente de vultosos investimentos de capital dinheiro, assim como um artesão não pode competir, com um produto similar e no mesmo setor do mercado, com uma transnacional onipresente. Desse modo, hoje, um produto simbólico só pode ter algum valor simbólico socializado *se* obtiver algum capital midiático, e isso significa que possa se tornar suporte da reprodução de capital dinheiro. Para tanto, tem de se adequar,

se puder, aos imperativos formais hegemônicos em um momento dado do mercado (simbólico e financeiro). No capitalismo contemporâneo, tais imperativos operam em escalas gigantescas, o que naturalmente conduz a socialização da produção simbólica a uma homogeneização nunca antes vislumbrada nos piores pesadelos de Adorno.

Porque cessam de existir (ou perdem sua força) os espaços extra midiáticos de formação e produção musical, e os que resistem (academias, espaços de vanguarda, festas populares, rodas de samba etc.), na crescente impossibilidade de socializarem sua produção diante de tão poderosa competição, veem-se forçados ou a fecharem-se em si mesmos ou a cederem aos imperativos da concorrência midiática. Afinal, o que pode uma ideia criativa realizada em um guardanapo ou em um violão contra a Globo, a Sony ou o Google? Quem vai ouvir a música? O violão e o guardanapo, mesmo integrados ao Youtube, quase sem querer, acabam colonizados e, para poderem existir, se veem constrangidos a reproduzir o padrão hegemônico. Assim, são os imperativos desta reprodução de capital em prestígio socializado e de prestígio socializado em mais capital que regem o mercado das trocas simbólicas contemporâneo, sendo todos os demais determinantes culturais (etnia, gênero, idade, escolaridade, nacionalidade, classe social etc.), inclusive o valor simbólico de um produto legitimado em alguma instância – pela academia, pelo bairro, por uma quantidade razoável de apreciadores em escala municipal, pela competência dos especialistas –, subordinados a imperativos econômicos de escala pantagruélica, alienados (expropriados, utilizados mercadologicamente) ou recalçados.

Mas como determinar, dentro desse recorte teórico, o valor simbólico, a *qualidade* de uma peça musical, isto é, como identificá-la como um valor de uso menos ou mais necessário à satisfação humana em relação a outro? Respondo a essa pergunta com outra: satisfação humana de quem? Do musicólogo alemão, do diretor de bateria da Mocidade Independente de Padre Miguel, do funkeiro de São Gonçalo, do jazzista de Nairóbi, do punk de Bogotá? Identifiquemos primeiro de que “humano” falamos.

Levando em consideração a necessidade dessa identificação preliminar, não há por que ter pudores em reconhecer a competência dos especialistas como os ajuizadores mais confiáveis. Se isto parece paradoxal em relação ao que afirmamos anteriormente, o paradoxo é só aparente: em qualquer área, quem se dedica com afinco ao estudo e à prática produtiva e/ou frutiva (na música, na culinária, no esporte, na ciência etc.) conhece melhor seu objeto do que aqueles que têm

com ele uma relação mais casual, estando assim mais apto a emitir juízos. Mas a competência do especialista deve ser sempre entendida em seu contexto social, considerando sua posição de classe, sua nacionalidade, a tradição que representa etc., não havendo, pois, uma competência universal, mas competências particulares. Por exemplo, nosso diretor de bateria da Mocidade Independente está certamente mais habilitado a julgar os méritos de uma bateria de escola de samba do que o musicólogo alemão (a não ser que tomemos por válidos juízos oriundos de leituras aberrantes); e este, os de uma obra de Haydn. A partir desta premissa, deduz-se que, ao mesmo tempo em que pode haver objetividade nos juízos de gosto, esta deve ser relativizada nos limites do campo de produção simbólica do qual se discute, e de seus subcampos. Cada qual produz seus próprios cânones, parâmetros perceptivos, modos de produção e de consumo, que se transformam com o tempo, e é somente dentro destes campos ou subcampos que o juízo de gosto pode pretender objetividade: como na ciência, pelo acordo dos pares. Não se pode nem mais falar aí em “música”, mas em gêneros e subgêneros musicais, cada qual se perpetuando, transformando-se ou desaparecendo no espaço e no tempo, processo em meio ao qual adquirem significações distintas para especialistas e fruidores distintos. Este “acordo dos pares” consiste, portanto, em um processo dinâmico, marcado por divergências e convergências entre conhecimentos, práticas, interesses e disposições, afetivos e culturais. Mas esses campos e subcampos, como superestruturas, permanecem, agora e sempre, subordinados aos imperativos estruturais. No caso da música, porém, até o advento da indústria cultural, a subordinação se dava de modo bem menos direto. Tornada mercadoria, cuja escala de circulação é o próprio mundo, sua autonomia relativa é crescentemente abalada.

Nada assegura, porém, que este quadro seja definitivo, sendo passível de alteração em face de novas reivindicações coletivas (de cunho étnico, etário, nacional etc.), mas sobretudo, nos momentos de recrudescimento da luta de classes, em face aos quais o automatismo dos imperativos econômicos e de suas disputas internas (intraclassistas) e externas (entre as classes) se vê forçado a ceder algum espaço à mediação política e estética. Isso já ocorreu diversas vezes – por exemplo, com a crescente hegemonia do samba, outrora marginalizado, na Rádio Nacional durante o Estado Novo, em detrimento de gêneros mais ao gosto das classes “cultas” da época; com o surgimento da bossa-nova, durante a euforia democrática desenvolvimentista do período JK e a ascensão das classes médias urbanas; com o advento do tropicalismo, durante a ditadura; com as

canções de protesto, nos EUA, durante a Guerra do Vietnã etc. – e nada indica que não possa ocorrer novamente.

Iremos agora propor um modelo segundo o qual a indústria cultural, que dava seus primeiros passos na virada do séc. XIX para o XX (nos EUA, na Europa e no Brasil), momento da passagem do capitalismo liberal para o capitalismo monopolista (caracterizado pelo imperialismo e pelo princípio da hegemonia do capital financeiro sobre o capital industrial e comercial), transformou-se, ao longo do séc. XX, de setor periférico do grande capital em setor privilegiado, até converter-se em parte das ITCs, reproduzindo, aproximadamente, de modo sintético, as quatro grandes fases do capitalismo em geral: mercantilismo ou acumulação primitiva (sécs. XIV-XVII), estágio industrial liberal (sécs. XVIII-XIX), estágio industrial monopolista (séc. XX até a década de 70), estágio financeiro (década de 70 do séc. XX em diante).

Sugerimos que de meados do século XIX (incrementação do comércio de edições musicais) às primeiras décadas do século XX (surgimento da indústria fonográfica, o que envolve a radiodifusão), a indústria cultural caracterizou-se economicamente pela *acumulação primitiva de capital midiático*, à qual seguiram-se três estágios subsequentes, conforme o modelo a seguir (as datas são aproximadas):

Acumulação primitiva de capital midiático (1892-1917); auge do comércio de edições impressas e surgimento dos primeiros registros sonoros e da radiodifusão, período no qual a produção musical desenvolveu-se com maior independência em relação à indústria cultural;

Período liberal do capital midiático (1917-70; rádio, LP e cinema sonoro), marcado pela livre concorrência entre os diversos setores da indústria cultural: com a popularização do rádio, dos toca discos e o domínio do cinema sonoro, a indústria cultural passa a ser, por assim dizer, a instância intermediária entre o campo de produção musical e o campo de poder (econômico e político), gradualmente preparando o terreno para a etapa seguinte;

Período monopolista do capital midiático (1970-1990; popularização da TV): a indústria cultural turbinada – fruto de fusões empresariais de tendência monopolista, de incrível acumulação de capital, de valor simbólico e de capital midiático – deixa de ser uma instância intermediária para transformar-se em instância disciplinar das práticas culturais, estabelecendo os modos e espaços hegemônicos de produção, reprodução, circulação e consumo simbólico, elegendo ou recalçando os bens simbólicos existentes;

Período fictício do capital midiático (1990...; ITCs) convergência tecnológica, megafusões corporativas, império absoluto do capital financeiro ou fictício): controle total do campo de produção simbólica (seleção contábil de todos os conteúdos a partir de noções preestabelecidas de seu valor de troca; radicalização do gerenciamento das subjetividades através do marketing, da propaganda e do jornalismo); tendo praticamente alienado a autonomia relativa do campo de produção musical, ocupando praticamente todos os espaços de produção, reprodução, circulação e consumo de música, a indústria cultural converte-se em complexo infotelecomunicacional, passa a tornar-se autorreferente e o campo, exército de reserva. Paralelamente, contudo, o desenvolvimento das novas tecnologias de informação e a emergência das ITCs favorecem o surgimento de múltiplos nichos e táticas de produção, circulação e consumo independentes.

No processo de acumulação de capital midiático, que se desenrolou durante todo o século XX, profundas camadas de valor simbólico historicamente acumulado e alta potência de produção de valor simbólico (dada a proximidade cultural dos produtores e consumidores simbólicos, no espaço e no tempo, com estas camadas), constituíam o combustível, a matéria-prima a ser acumulada pela indústria cultural em seu primeiro estágio de desenvolvimento, e alienada ou recalcada nos seguintes. É por isso que as mais diversas hierarquias valorativas, ancoradas em cânones estéticos historicamente construídas fora da indústria cultural, foram por ela reproduzidos com menor grau relativo de alienação durante os estágios mercantil e liberal do capital midiático (sobretudo no primeiro); e foi graças aos contatos e afecções originais proporcionados pela aproximação de produtores simbólicos e gêneros os mais diversos, das mais variadas origens no espaço e no tempo, dentro da indústria cultural, que podemos identificar no mesmo período produção simbólica de alta potência desenvolvendo-se paralelamente à alienação e ao recalçamento. Porém, com o esgotamento tendencial dessas reservas de valor simbólico acumulado (graças à destruição ou à alienação dos meios e modos de produção correlatos) durante os três primeiros estágios do desenvolvimento da indústria cultural (acumulação primitiva, estágio liberal e estágio monopolista, que está, penso, cedendo vez ao período fictício do capital midiático), com o passar dos anos e a renovação das gerações, se nada mudar, a onipresença das ITCs apontam para o empobrecimento estético.

Por outro lado, hoje, parte do universo das TV por assinatura, os selos e festivais independentes, algumas iniciativas de incentivo à música da esfera pública,

o barateamento dos home studios e, logicamente, a internet, as web rádios e suas dinâmicas específicas, as redes sociais mediadas por computadores, além dos mil novos e novíssimos aplicativos de registro, tratamento e propagação de música, talvez representem uma retomada de uma etapa de desenvolvimento mais rica, já superada na indústria cultural em geral. Podem ser lidos, por isso, como focos de defesa (ou resistência), mas, até segunda ordem, não de contra-ataque cultural, nada que justifique certas euforias “integradas”. Que o diga o destino final, hoje histórico, do pioneiro Napster: “[...] obrigado a interromper a troca [gratuita] de músicas em seu site, depois que a Justiça americana deu sentença favorável à ação movida por AOL Time Warner, Sony, Bertelsmann, EMI Group e Vivendi Universal. [...]”¹⁶ Pois a partir do instante em que os interesses econômicos das transnacionais da ITCs e/ou de seus respectivos governos e dependentes econômicos são atingidos com maior intensidade por esses focos de defesa, o ataque tende a ser fatal. Que não se esqueça que os provedores, a Microsoft, o Google, o Facebook, os satélites, os foguetes que lançam satélites, as fábricas de cabos de fibras óticas e todo o resto da parafernália constituem meios atualmente nas mãos do capital, nada disso pertence aos internautas “livres”.

Ainda sobre o Napster:

O *site* de intercâmbio de músicas *online* Napster foi vendido para o grupo alemão Bertelsmann por US\$ 8 milhões. Com o negócio, a página vai ganhar fôlego para pagar suas dívidas e entrar novamente no ar. O Bertelsmann já havia injetado dinheiro no Napster durante os processos judiciais que o levaram a encerrar suas atividades. As maiores gravadoras mundiais exigiram do *site* o pagamento de direitos autorais por utilização de arquivos – conhecidos como MP3 – pela internet.¹⁷

Ou seja, trata-se de uma união entre as maiores transnacionais da indústria cultural e a “Justiça Americana”. Outro exemplo:

(...) depois de uma batalha que durou quase quatro anos, o U.S. Librarian of Congress, órgão responsável pela emissão de decisões relativas a padrões

16 Que o diga o destino final, hoje histórico, do pioneiro Napster: “[...] obrigado a interromper a troca [gratuita] de músicas em seu site, depois que a Justiça americana deu sentença favorável à ação movida por AOL Time Warner, Sony, Bertelsmann, EMI Group e Vivendi Universal

17 Jornal do Brasil, Caderno Economia, p. 12, 18 de maio de 2002.

de cobrança e arrecadação de direitos autorais nos EUA, proferiu sua sentença definitiva referente à obrigatoriedade de pagamento de royalties pelas rádios *online*, o chamado *webcasting*. (...) Pressionados pela poderosa RIAA (*Recording Industry Association of America*), a entidade que reúne as grandes gravadoras mundiais, as estações de rádio virtuais, que já operam há vários anos, alegam que a grande maioria de suas congêneres deixará de existir com o início da cobrança. (GUEIROS Jr., 2002, p. 2)

Contudo, há resistência, conforme demonstra a mesma matéria:

Na Inglaterra, um *game designer* criou um *software* para emissoras virtuais (...) que não se utiliza de servidores centrais para veicular sua programação. O criador desafia a RIAA, alegando que ‘não vai ficar de cadeira do outro lado do Atlântico assistindo à tentativa de controle do espaço aéreo virtual pela indústria fonográfica.

Nessa década e meia, a resistência só cresceu, sobretudo com o desenvolvimento de novos sistemas de compartilhamento gratuito, assim como, por outro lado, a vigilância, convertendo-se a internet e as redes em novas arena de disputa entre capital e trabalho, e entre novos e velhos capitais, com todos os desdobramentos ideológicos que uma disputa dessa magnitude encerra. Apesar disto, a disparidade de forças é óbvia. E o capital é por excelência insaciável, no que pesem suas contradições internas, como expresso no caso de uma das gigantes transnacionais que é ao mesmo tempo gravadora e fabricante de equipamentos: enquanto seu braço fonográfico se ressentia da queda nas vendas de CDs, conseqüente dos então novos aparelhos que gravavam CDs virgens, fabricados por outro braço da mesma empresa, os chefões só têm que calcular: o que vale mais a pena? No caso, sendo os lucros da venda dos aparelhos de gravação e dos CDs virgens superiores aos do braço fonográfico, este que se virasse. E ele, de fato, se virou, como mostra outra matéria do outrora influente *Jornal do Brasil* (2002, p.4): “A indústria fonográfica começou a comercializar CDs de áudio fabricados com uma nova tecnologia que impede que as pessoas copiem as músicas para seus computadores, as troquem pela internet ou as transfiram para MP3 players portáteis.”

Essas “defesas”, naturalmente, foram superadas por novas tecnologias e a disputa não parou. Tampouco a concentração de capital e a precarização do trabalho.

Na *Dialética do Esclarecimento*, Adorno e Horkheimer (1985, p.115) destacavam a relativa desimportância econômica da indústria cultural em relação às grandes indústrias capitalistas:

Se, em nossa época, a tendência social objetiva se encarna nas obscuras intenções subjetivas dos diretores gerais, estas são basicamente as dos setores mais poderosos da indústria: aço, petróleo, eletricidade, química. Comparado a esses, os monopólios culturais são fracos e dependentes.

Ora, hoje as ITCs são tão ou mais poderosas economicamente do que a indústria do aço, do petróleo etc. Em outra matéria publicada no *Jornal do Brasil* lá se vão quase quinze anos, referente a algumas empresas gigantes do setor de telecomunicações, já podíamos ler que se tratava de um “setor que responde por um em cada cinco dólares captados por empresas privadas no planeta”. (Kischinhevsky, 2002, p.12)

Sabemos que ITCs não são o mesmo que telecomunicações, mas o fato de as primeiras envolverem as últimas sugere que sua participação no capital global deva ser ainda maior atualmente.

Nos primórdios da convergência tecnológica e empresarial que gestou as ITCs, informava Márcia Tosta Dias (2000, p. 41-3):

As empresas que detêm, atualmente, mais de dois terços do mercado mundial de discos são a Sony Music, empresa transnacional de origem japonesa da área de produtos eletro-eletrônicos, a Sony Corporation, que há alguns anos comprou o setor fonográfico da rede CBS (uma das pioneiras do setor); a Polygram, antigas Phonogram e Polydor, que por sua vez sucederam à Gramophone francesa e alemã, hoje braço fonográfico da Philips, igualmente uma empresa do setor eletro-eletrônico, administrada basicamente por capital holandês e alemão; a Warner Music, cujo filão fonográfico integra, juntamente com o cinema, a televisão e a mídia impressa, um dos maiores conglomerados americanos produtores de mercadorias culturais, o Time-Warner; a EMI, de origem inglesa, que desde 1969 está reunida com a não menos tradicional Odeon, e a BMG-Ariola, que por seu turno é o braço fonográfico do grupo alemão Bertelsmann, que atua na área de televisão, edição e comercialização de livros (Círculo do Livro assim como no de fabricação de compact-discs).

Esse cenário é acrescido de duas companhias de menor porte, mas fortemente atuantes em escala mundial: a americana MCA-Geffen que, juntamente com o selo Motown, em 1990 foi adquirida pelo grupo Matsushita, e a inglesa Virgin. Todas as cinco primeiras estão produtivamente instaladas no Brasil. A MCA acaba de fazê-lo e a Virgin é representada no país pela EMI. O movimento de concentração trouxe para dentro do grupo das transnacionais a única grande empresa brasileira produtora de discos: em 1993 a Warner comprou a Continental. (Dias, 2000, pp. 41-42)

De lá para cá, a tendência se manteve e novas fusões ocorreram, incluindo empresas ligadas à internet. O que isto representa? A crescente importância econômica da indústria cultural e das ITCs é causa e expressão do desenvolvimento do capital midiático, do seu estágio mercantil (acumulação primitiva) ao do império do capital midiático fictício, alcançando enfim o capital em geral no cassino global, sem lastro material. Ou seja, assim como os valores econômicos fictícios circulantes no planeta descolam-se das riquezas produzidas pelo trabalho, sejam riquezas materiais ou simbólicas, os valores simbólicos em circulação expressam a gradual perda de lastro na riqueza de experiências extramidiáticas dos produtores simbólicos, gestando um imaginário global fictício. Esse processo é ainda reforçado pela volatilidade alucinatória crescente dos valores econômicos dos valores simbólicos convertidos em capital midiático, antevisita na noção de espetáculo, que envolve o arbitrário do mundo da arte, da moda, dos esportes e do marketing eleitoral. Parte das críticas de Adorno e Horkheimer à indústria cultural adquirem assim uma vitalidade prospectiva impressionante.

Contudo, repetimos que um aspecto desta crítica – em outros pontos fundamental – que nos parece falho é a sua pouca atenção à tensão dialética entre os vetores hegemônicos e homogeneizantes da indústria cultural (os quais eles definiram tão bem) e as expressões culturais extramidiáticas ainda existentes em sua época, sobretudo as populares. Em outras palavras, sua pouca atenção à luta de classes na cultura.

Já dizia Hobsbawm (1990, p. 35) que:

A matéria-prima do entretenimento de massas é, em grande medida, uma formação adaptada de entretenimento anterior, e até hoje a indústria continua a se reciclar de tempos em tempos, recorrendo à fonte, e encontrando algumas de suas atividades mais frutíferas nas formas mais antigas, perenes e menos ‘industrializadas’ de criação popular.

A indústria cultural, para firmar-se, não faz *tabula rasa* destas tradições, antes se apropria delas, as recalca, as aliena, as banaliza, as homogeniza, num grau maior ou menor, mas eventualmente *as fortifica e promove*.

Nessa tensão, o terreno chato que os críticos de Frankfurt mapearam nunca existiu, pois, apesar de niveladora, a indústria cultural não atingiu, até hoje, 100% seus objetivos, caso contrário mataria a própria força da qual se apropria e não teria mais do que se apropriar. Isso significa que há, sim, táticas de resistência e reinvenções criativas do campo de produção simbólica subordinado – que não devem, por outro lado, ser superdimensionadas, sob o risco de se perder de vista a tendência hegemônica da indústria cultural e, hoje, das ITCs.

Há, enfim, que se compreender o que está envolvido nessa tensão.

Por um lado, embora as ITCs consistam no conjunto dos meios de produção, processamento, reprodução, circulação, busca etc. de bens simbólicos ser propriedade do capital, não dos produtores diretos, em seu atual estágio de desenvolvimento, parte dos meios de produção musical (estúdios ou, mais precisamente, home studios) pulverizam-se em pequenas unidades capitalistas (eventualmente propriedade dos produtores diretos), o que favorece certos discursos otimistas, embora ingênuos, sobre o fim do monopólio das mídias convencionais na produção musical, pois a outra parte permanece inalterada: as fábricas de prensagem, ou meios de reprodução, e principalmente os meios de circulação em escala massiva concentram-se cada vez mais sob um mesmo capital (megafusões de transnacionais). No caso específico da música (mas também no do cinema), o consumo do produto simbólico, que é *conteúdo imaterial*, só se realiza socialmente, isto é, em escala massiva, através da reprodução e da circulação do *suporte* (CDs, DVDs etc., produzidos em escala industrial) ou da ampla circulação do próprio conteúdo (emissão em escala massiva).

Se é verdade que a música, desde a popularização dos fonógrafos e discos de vinil, e o cinema, desde a invenção do videocassete, já podem, de fato, ser consumidos na esfera privada, independentemente da circulação massiva, a seleção da reprodução privada em larga escala só se dá após a circulação e a reprodução massivas, pelo simples fato de que só se compra e só se consome o que se conhece: do disco de Roberto Carlos ao DVD do Titanic (no caso do cinema, a produção só é economicamente viável diante da perspectiva de consumo massivo, como antecipou Benjamin).

Deste modo, um CD gravado independentemente das ITCs continua dependendo destas para tornar-se economicamente viável, salvo exceções pontuais. Assim, a pulverização de parte dos meios de produção – *hardwares, softwares*, estúdios de gravação, mixagem e masterização, home-studios –, além de representar, em parte, uma libertação dos produtores diretos dos ditames comerciais das ITCs, significa também um repasse de parte dos custos de produção (capital constante – fixo e circulante – e capital variável) destas para aqueles. Esse processo faz parte da tendência geral, em curso, de racionalização empresarial do capitalismo, em escala global, que envolve terceirização, geração de subempregos e de desemprego, processo paralelo à cartelização das transnacionais.

Economicamente, de nada adianta o produtor direto custear a produção do bem simbólico (conteúdo e suporte) se não tem acesso aos meios de reprodução e circulação. Continua, assim, subordinado ao grande capital e o que se dá, na melhor das hipóteses, é uma nova fase de acumulação de valor simbólico, a ser alienada no processo de reprodução e circulação, ou a não ter função nenhuma, ou somente marginal, em escala social.

Se aumentou o acesso relativo do produtor simbólico aos estúdios (o que não elimina, por isso, a necessidade de um investimento relativamente alto para um cidadão brasileiro comum) e mesmo às fábricas de prensagem (em menor escala, pois tiragens gigantescas não dispensam uma aplicação considerável de dinheiro), o seu acesso aos sistemas de emissão massivos (a radiodifusão) permanece subordinado às exigências do grande capital (sem falar no *jabá*), o que, no geral, inviabiliza economicamente a reprodução social das produções independentes do produtor direto que se pretendam mais autônomas. Lançar uma canção na internet – site pessoal, blog, facebook, youtube etc. –, até prova em contrário, é, para a maioria, semelhante à experiência do naufrago, sozinho numa ilha, que atira uma carta no oceano, dentro de uma garrafa, pedindo resgate: a internet é um oceano dessas ilhas, garrafas e cartas jamais lidas. É certo que há exceções, bem como novos usos das redes por artistas já consagrados nas mídias convencionais – alguns naufragos recebem provisões precárias de paraquedas, outros poucos são efetivamente resgatados para o velho mercado e algumas garrafas com rótulos de grife têm suas cartas lidas, mas nesse último caso o próprio naufrágio já era *fake*.

Assim, o produtor musical independente continua tendo que lidar com as ITCs, seja diretamente com o centro (as megaempresas), seja com a periferia

(as pequenas e médias gravadoras ou selos, que representam parte da pulverização do capital e dos meios de produção, não sua distribuição entre os produtores simbólicos). Mesmo que pequenas gravadoras tendam a alienar menos valor simbólico que as grandes, assegurando maior autonomia relativa ao campo de produção simbólica, por estarem menos diretamente determinadas pelos imperativos econômicos reinantes, por operarem em nichos, já que não possuem capacidade de reproduzir e pôr em circulação o produto simbólico em larga escala, o que permite até certo ponto a influência de fatores extraeconômicos (o gosto musical dos donos da gravadora, por exemplo), e isso não deixa de representar um espaço social concreto para uma nova fase de acumulação de valor simbólico, é importante ter-se em conta que no estágio atual de desenvolvimento das ITCs, após um século de acumulação de capital midiático, após ter ocupado quase todos os espaços sociais de produção, reprodução, circulação e consumo de bens simbólicos, a existência da produção independente, do ponto de vista do capital e do capital midiático, representa somente contenção de despesas e formação de um exército de reserva simbólica. Se isso pode eventualmente representar, para alguns produtores individuais, um tempo de sobrevivência na periferia da esfera da reprodução, da circulação e do consumo simbólico, ou mesmo a ambicionada absorção pelas ITCs, que lhes aliena valor simbólico (alienando-lhes autonomia) mas lhes paga bem por isso, no geral, para o conjunto dos produtores simbólicos, o fosso entre sua produção e a reprodução, circulação e o consumo social desta produção, ao contrário, aumentou ou se manteve do mesmo tamanho.

Produção musical independente, do ponto de vista da crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura, é, na prática, a transferência da responsabilidade de investir capital constante (adquirir – compra ou aluguel – os meios de produção: estúdios e equipamentos) e variável (recursos humanos) do capitalista para o produtor simbólico. Na indústria musical, pode ter mudado a configuração da divisão de trabalho, mas não a sua alienação ou exclusão social pelo capital.

Excetuando-se as hipóteses de o Estado ou de empresas privadas não ligadas ao ramo, via leis de incentivo, festivais e prêmios, ou de um empresário associado ao produtor simbólico fazerem o papel de capitalista (o que poderíamos chamar de pré-produção), na produção de um CD, por exemplo, se o produtor simbólico puder arcar com os custos de aluguel do capital constante fixo (estúdio para

ensaio, gravação, mixagem e masterização) e circulante (*hardwares, softwares, CDs etc.*) e variáveis (músicos, técnicos de som etc.) iniciais, resta ainda o projeto gráfico, a impressão e a prensagem; se puder arcar com esses custos, há ainda a divulgação, a distribuição e a venda do CD; depois, a produção e a promoção de shows. Nesse ponto, se ainda não tiver falido, é possível que se torne medianamente conhecido a ponto de ser requisitado por algum segmento relevante das ITCs (gravadora, programas de televisão, emissoras de rádio; até então, salvo rádios comunitárias ou piratas e alguns programas de TV de menor audiência, a única coisa “grátis”, e que em geral depende de uma boa rede de relações, é uma discreta divulgação via mídia impressa, além, obviamente, da internet). Então, quem sabe, é possível que uma gravadora se associe, como sócio majoritário, ao produtor simbólico, sem ter feito nada e sem ter desembolsado um centavo até então. Caso não receba essa graça, o produtor simbólico independente, para sobreviver como tal, ainda que às margens do mercado, terá que concorrer com as transnacionais do entretenimento.

Em suma, só lhe restam três caminhos: mudar de atividade laboral, sobreviver à margem ou ser absorvido pelas ITCs. Em todos os casos, deve-se investigar não só o grau de autonomia e força de trabalho alienada (ou jogadas no lixo), mas também de dinheiro alienado na absorção (ou jogado no lixo).

Necessitando de ganhos de escala cada vez maiores para prosseguir em sua expansão, o capital originalmente investido na indústria cultural, hoje nas ITCs, desdobra-se de capital midiático primitivo em capital midiático liberal, deste em capital midiático monopolista e, por fim, em capital midiático fictício, resultado de um processo secular de alienação e recalçamento dos meios e modos de produção simbólicos pré-midiáticos e midiáticos “primitivos”. Em suma, em sua trajetória, o capital midiático foi passo a passo caminhando para a tautologia: a operação “toca-se o que povo gosta de ouvir” inverte-se em “o povo gosta de ouvir o que se toca”. Para isso as pessoas foram por assim dizer treinadas durante um século, no qual muito dinheiro foi investido e faturado. A isso denominamos tautologia do capital midiático fictício, sem lastro em práticas e experiências extra-midiáticas, gerador do gosto social midiático fetichista:

Numa época em que os outros *media* triunfam, dotados de uma velocidade espantosa e de um raio de ação extremamente extenso, arriscando reduzir toda comunicação a uma crosta uniforme e homogênea, a função

da literatura é a comunicação entre o que é diverso pelo fato de ser diverso, não embotando mas antes exaltando a diferença, segundo a vocação própria da linguagem escrita. (Calvino, 1994, p. 58)

Quando Calvino fala em literatura e na “vocação própria da linguagem escrita”, creio que se poderia estender o raciocínio a todas as formas de produção simbólica menos subordinados à lógica das ITCs, que conservam maior grau de autonomia relativa, ainda que nas periferias ou nos subterrâneos de sua esfera de ação. Tentamos demonstrar que o que caracteriza o momento histórico atual é a passagem do estágio *monopolista do capital midiático* para o de *autorreprodução de capital midiático fictício* – correspondendo com certo atraso ao estágio de domínio global do capital financeiro, ou fictício.

Essa passagem se deve ao fato de que as ITCs, ao tornarem-se onipresentes e autorreferenciais, conduzem – com o tempo, com o esquecimento, com o esgotamento e a destruição de todos os outros modos de produção simbólica – ao risco apontado por Calvino de “reduzir toda comunicação a uma crosta uniforme e homogênea”, ou seja, à autorreprodução do *capital midiático fictício*. E a produção musical popular/massiva do século XX, seja samba, jazz, rock ou tango, começa a ganhar o duvidoso *status* de folclore.

É, portanto, somente da periferia do sistema, ou nos subterrâneos – menos diretamente subordinados ao automatismo da economia, portanto menos autômatos –, onde subsistem, quero crer, esforços de produção e acumulação de valor simbólico relativamente autônomos, sejam ligados a tradições transformadoras ou a tradições *de raiz*, que se pode esperar ações de contra-ataque, no momento em que o *underground* se tornar maduro para transformar-se em *avant-garde* e partir para a luta pela democratização radical dos meios de produção, circulação e distribuição das ITCs, o que implica na inclusão digital e informacional integral da humanidade.

Um processo desse tipo, longe de representar um inviável retorno aos modos de produção anteriores, promete sua metamorfose em novos modos de produção imprevisíveis (não necessariamente descartando os que subsistem), cujo único limite à autonomia do campo de produção simbólica estaria no valor de uso dos seus produtos ser co-determinado pelo consumo não alienado, isto é, não formado pelo capital, restando os meios, meios, não mais princípio e fim.

Se nada disso ocorrer, ainda que por aproximação, corremos o risco de habitar um universo simbólico distópico, como o descrito por Calvino:

Às vezes me parece que uma epidemia pestilenta tenha atingido a humanidade inteira em sua faculdade mais característica, ou seja, no uso da palavra, consistindo essa peste da linguagem numa perda de força cognoscitiva e de imediaticidade, como um automatismo que tendesse a nivelar a expressão em fórmulas mais genéricas, anônimas, abstratas, a diluir os significados, a embotar os pontos expressivos, a extinguir toda centelha que crepite no encontro das palavras com novas circunstâncias. (Calvino, 1994, p. 72)

Por outro lado, se toda hegemonia é uma construção histórica, articulada sobre a luta de classes, isto implica necessariamente em articulações contra-hegemônicas. No extremo do conflito entre duas forças antagônicas, há somente três soluções possíveis: a vitória, a derrota ou a síntese – na qual uma das duas forças originais tende a estar representada, transformada, num grau de potência superior à outra.

Durante o conflito, ou seja, antes da consumação de uma das três soluções possíveis, também só podem haver três movimentos: ataque (dominação), defesa (resistência) e contra-ataque (revolução). De acordo com a composição geral do conflito e com o grau de potência de cada uma das forças num momento dado, um dos três movimentos possíveis será o mais adequado para cada uma delas.

Tomando-se as ITCs como uma das forças historicamente acionadas e, como a outra força – para facilitar a representação –, um hipotético subcampo autônomo (em relação ao campo econômico, ou de poder) de produção, reprodução, circulação e consumo musical independente (SCA), parte do campo maior de produção simbólica, verificamos logo de cara que:

1. as ITCs possuem um grau de *potência socializante* muito mais elevado que o SCA, graças ao seu imenso poder econômico, ao fato de ser o modo de produção socialmente dominante e ao de constituir-se do conjunto dos próprios meios de produção, reprodução e circulação de bens simbólicos, com exceção do domínio do código (o saber musical), do corpo humano e de um ou outro instrumento de trabalho (parcela dos meios de produção: instrumentos musicais, microfones, computadores etc.), dos quais o SCA eventualmente dispõe; a sua capacidade de penetração e reprodução social é quase onipresente. É a força hegemônica, em suma;
2. O SCA dispõe somente do seu próprio corpo (fora um ou outro instrumento etc.), do domínio do código e de valor simbólico acumulado (acesso

privilegiado a determinado patrimônio simbólico coletivo, formação, habilidade artística, reconhecimento por parte do campo), mas não possui nem poder econômico nem os meios de produção, reprodução e circulação de bens simbólicos em larga escala, mesmo com acesso à internet. É a força contra-hegemônica.

Considerando-se que o objeto da disputa é a produção de gosto social, condição de sobrevivência e crescimento para ambas as forças, e a disparidade de poder das forças em conflito, o ataque é o movimento óbvio da força mais poderosa – ataque representando aqui o movimento de alienar (expropriar) sistematicamente *valor simbólico* historicamente acumulado pelo campo de produção simbólica, e de recalcar sua *potência de produção de valor simbólico*, transformando o valor simbólico existente e potencial, através desta dupla operação, em *capital midiático*.

Na prática, este processo se dá através da gradual ocupação pelo capital de quase todos os meios e espaços sociais – incluindo o ciberespaço – de produção, reprodução, circulação e consumo de bens simbólicos, enquanto as possibilidades de defesa ou contra-ataque da força menos potente, ou seja, os músicos e compositores, só podem se realizar de forma relativamente autônoma na esfera da produção, da reprodução, da circulação e do consumo não massivos. Se considerarmos a internet, à disposição do campo de produção simbólica, sua potência socializante aumenta, embora permaneça ainda inferior à do campo de poder.

De todo modo, a defesa, quando é possível, só tem sentido como preparação para o contra-ataque; em outras palavras, a diminuição relativa de autonomia do campo de produção simbólica (recurso reativo) que, no conflito, é necessária para a própria sobrevivência do campo no momento de defesa, deve ter como munição de reserva uma acumulação subterrânea de valor simbólico autônomo (recurso ativo), a ser utilizada no momento do contra-ataque, que é quando o *underground* se torna vanguarda, graças ao acréscimo das conquistas marginais, periféricas da defesa, ou graças à sua impossibilidade de sobrevivência, ainda que o contra-ataque seja meio *kamikaze* nesse caso.

Essa estratégia se justifica não somente diante da disparidade das forças em conflito, mas também do fato que há um outro agente vital no processo: os consumidores de bens simbólicos que não são ao mesmo tempo produtores, ou o “povo”.

Os produtores que também são consumidores são alienados (expropriados) de valor simbólico acumulado e recalçados em sua potência de produção de valor simbólico, transformado em capital midiático, desde a esfera da produção até a do consumo; os consumidores que não são produtores consequentemente também o são, mas apenas na esfera do consumo.

Potência de produção e acumulação de valor simbólico equivalem a potência de produção de gosto (sabor/saber) de acordo com nada além da relativa autonomia do campo de produção simbólica em relação ao campo de poder, e dependem da propriedade dos meios de produção, reprodução e circulação pertencerem ao produtor direto, ou com ele se relacionarem num equilíbrio de forças; produção e acumulação de capital midiático, ao contrário, é alienação de valor simbólico acumulado e recalçamento de potência de produção de valor simbólico, é gosto não produzido (ou produzido pelo seu valor de troca, de baixa autonomia, independentemente de seu valor de uso potencial), seja pela exclusão dos produtores diretos do acesso aos meios de produção, reprodução e circulação de bens simbólicos, seja pela imposição aos produtores de só reproduzirem gosto social midiático, de baixo grau relativo de valor simbólico. Gosto social midiático é o mesmo que *idolatria*, fetichismo das mercadorias simbólicas.

Gosto social midiático não se refere ao “gosto popular”, posto que predomina em todas as classes. Nunca é demais insistir em que se deve evitar o equívoco corrente de confundir o termo *popular* como referente à produção e ao gosto *do* povo – categoria problemática, conforme já discutimos – e *popular* como correlato à *popularidade*, isto é, de alta taxa de consumo. Esta confusão reflete antes de mais nada o discurso legitimador dos agentes das ITCs para justificarem a escolha dos produtos que veiculam, por serem “o que o povo quer”. Vimos que a questão não é tão simples. Já cantava Gilberto Gil: “o povo sabe o que gosta, mas também gosta do que não sabe”.

Seria concebível, em música, uma clonagem *ad infinitum* de algumas fórmulas de sucesso desprovida do lastro de novas (ou velhas) experiências formais extramidiáticas mais autônomas? Talvez. E pode-se ainda pensar em novas miscigenações, não moldadas somente pelo pop anglo-saxão, das várias formas populares mundiais ainda existentes? Talvez.

Num primeiro estágio do seu desenvolvimento, correspondendo à lógica inerente ao sistema produtor de mercadorias, alternava-se, com relativa delicadeza,

um movimento de preservação dos valores simbólicos pré-midiáticos – devido à sobrevivência dos hábitos e costumes de produção e de consumo sociais anteriores à indústria cultural, bem como aos deslocamentos de massa no espaço e no tempo, isto é, do campo para a cidade, dentro dos países e entre os países – com o princípio da novidade, este devido à necessidade imperativa do mercado capitalista de estar sempre lançando na esfera da circulação um novo produto, uma nova mercadoria, suporte de um dos estágios do movimento de autorreprodução e expansão do capital. Neste sentido, indústria cultural e vanguardas possuíam ainda afinidades, que atingiram seu auge nas décadas de 20 e 30, e, posteriormente, 60 e 70, tendo seu desenvolvimento sido interrompido pela 2ª Guerra Mundial (os anos 50 representaram um período intermediário, de recuperação, de preparação para uma nova fase de desenvolvimento). O declínio dessas afinidades começou nos anos 80.

Enquanto os agentes dos diversos campos de produção simbólica, além de preservarem parte das práticas pré-midiáticas, deslocavam-se no espaço e no tempo, promovendo afecção recíproca nas grandes cidades e provocando promissoras fissuras e fusões formais, do ponto de vista do capital forneciam rico material simbólico – tanto aquele historicamente acumulado nas formas tradicionais quanto, fato moderno, este produzido pela novidade da mobilidade formal, possibilitada pela miscigenação cultural – para ser expropriado (alienado) pela indústria cultural em seu processo de acumulação primitiva de capital midiático. Neste estágio, a indústria cultural podia dar-se ao luxo de, efetivamente, renovar-se ciclicamente e, em sua expansão, favorecer uma fecunda renovação nos campos.

Veja-se o caso, no Rio de Janeiro, da transformação do *jongo* em samba amaxiado e, deste, no bairro do Estácio, no formato propriamente carioca do samba, e a entrada de instrumentos de sopro, no modelo das orquestras de jazz norte-americanas, nos arranjos dos sambas; posteriormente, o surgimento da bossa-nova e da Tropicália.

Nos EUA, a partir dos anos 1940, a entrada da guitarra elétrica no blues, ao migrar de Nova Orleans e do Mississipi para Chicago e Nova Iorque, e as mais diversas formas de experimentalismo e miscigenação de gêneros no jazz.

Na Inglaterra e nos EUA, nos anos 1960, a fusão da música negra norte-americana com tradições rurais brancas (folk) e com o experimentalismo psicodélico.

Esses processos se davam paralelamente ao desenvolvimento e maior penetração social do rádio, do disco e do cinema, e à gradual conversão de um mercado amplamente concorrencial em um mercado oligopolizado, que tem na TV seu meio principal. Ao mesmo tempo, a ampla e variada experimentação formal perdia terreno para poucas e repetitivas fórmulas de sucesso.

Chega-se a um momento, porém, em que, tendo se expandido de uma tal forma, tendo penetrado em todos os poros da sociedade, tendo ocupado e disciplinado praticamente todos os campos de produção, reprodução, circulação e consumo simbólicos de acordo com seus próprios imperativos, o capital midiático, na passagem de seu estágio liberal para o monopolista (iniciada em meados dos anos 1950 e consumada em meados dos anos 1970) e deste para o fictício (iniciada em meados dos anos 90), se torna autorreferente.

Não havendo mais muito valor simbólico para expropriar (dado o definhamento da autonomia dos campos de produção simbólica extramidiáticos), a música é reduzida a mero suporte do movimento de reprodução ampliada do capital e do capital midiático, acumulado por quase um século. Não é à toa que, cada vez mais, cada produto simbólico pretensamente novo requer, ao ser lançado na circulação, estratégias de *marketing* e investimento em propaganda cada vez mais sofisticados e caros, incluindo o *jabá*, não tão sofisticado assim, mas bastante caro: segundo um produtor musical conhecido meu, por volta do ano 2000 o *jabá* pago por uma gravadora para que uma música de um artista seu fosse exaustivamente executada durante um mês inteiro em uma grande rádio do Rio ou de São Paulo girava em torno de R\$ 300.000 ou US\$ 160.000. Além do dinheiro, falava-se em outras formas de *jabá*, como o oferecimento de viagens e presentes aos programadores das rádios, convites para festas orgiásticas e outros intercâmbios mais sutis. Recentemente, ouvi falar em US\$ 80.000 (por razões óbvias, não é possível citar fontes nem números precisos).

O que se opera, ao fim e ao cabo, é um estranho retorno, em forma de farsa, ao *modus operandi* das antigas tradições: o prestígio de um compositor ou intérprete torna a medir-se não por sua originalidade autoral ou inventividade formal, mas pela sua fidelidade à tradição, mas desta vez a uma nova forma de tradição, produzida pela própria indústria cultural no decorrer do século XX: a tradição midiática.

Nas mais diversas tradições musicais populares anteriores ao estágio liberal do capitalismo, o que possuía valor simbólico, o que dava prestígio ao

compositor ou ao intérprete, não era propriamente a originalidade autoral ou a inovação formal, mas à fidelidade à tradição. Mesmo o repente ou o samba de partido-alto, cujas características centrais são a improvisação poética, não fogem a esta regra, já que se improvisa dentro de uma estrutura formal relativamente fechada. As migrações, o crescimento das cidades e a miscigenação cultural resultantes foram os primeiros agentes transformadores dessas tradições; a indústria cultural, na sequência, o agente decisivo.

Como já vimos, a terceirização de parte dos meios de produção musical (estúdios, computadores etc.) ainda não alterou o fenômeno em escala massiva: além de esses equipamentos e do aluguel de estúdios não serem tão baratos quanto se apregoa, as fábricas de prensagem e as antenas e satélites que promovem a reprodução e a circulação dos bens simbólicos têm dono. Quanto à rota alternativa da internet, por enquanto não passa disso: rota alternativa.

O dinheiro só se transforma em capital, e este em mais capital, a partir da alienação de mais-valia. A mais-valia relativa, fruto da redução do tempo de trabalho necessário, só é possível com o aumento da produtividade viabilizado pela aplicação de novas tecnologias na produção. Ora, com a revolução microeletrônica, o mercado global e um aumento sem precedentes das taxas de produtividade, a taxa de mais-valia relativa é a mais alta da história humana, ao mesmo tempo que a consequente exclusão do processo de produção e de consumo – não por escassez natural – de amplas camadas da população mundial. O capital concentra-se em cada vez menos mãos e, não tendo mais para onde se expandir, transforma-se em mercadoria futurista: segundo Kurz, o volume de dinheiro, títulos de dívidas públicas e privadas, títulos futuros e toda essa papelada em circulação atualmente corresponde a um adiantamento de tudo o que poderia, e provavelmente não será, efetivamente produzido pelo mundo nos próximos cem anos, como se o futuro estivesse sendo consumido antes de existir. A existência de um gigantesco exército de reserva de trabalho, ou de produção, global, força cada vez mais a competitividade entre os produtores empregados, o que significa, entre estes, sua desvalorização como mercadoria força de trabalho, ou, em termos cotidianos, menos autonomia na produção, salários mais baixos, perda de conquistas trabalhistas, subemprego etc. O mesmo se dá com o mercado de bens simbólicos e seus produtores. À transformação de valor simbólico em capital midiático corresponde a transformação do produtor simbólico em trabalhador assalariado, sujeito às mesmas intempéries que os demais, embora, em geral, trate-se aqui de trabalho qualificado.

Na história do capitalismo, as primeiras vítimas em escala massiva foram os camponeses e os artesãos, ou seja, os produtores de bens de primeira necessidade; em seu estágio fictício, o processo atinge os produtores de bens simbólicos, os produtores de gosto.

Assim como trabalhadores lançados no desemprego migram atrás do capital para outros campos produtivos (quando não são impedidos de fazê-lo, seja pelo custo do deslocamento, seja pela exigência de vistos; hoje, o capital é transnacional mas o trabalho não é), quanto menor a autonomia relativa dos produtores simbólicos, em atividade produtiva ou não – iniciantes desconhecidos ou veteranos no ostracismo –, mais se veem forçados a migrar atrás dos gêneros de sucesso do momento; mesmo quando bem-sucedidos no movimento migratório, tendem a perder em valor simbólico (a parte que representa o prestígio junto ao gosto do campo) o que ganham em capital midiático (a parte que representa o prestígio junto ao gosto social midiático).

Táticas de defesa e contra-ataque cultural, portanto, devem ser desenvolvidas não só na esfera simbólica mas, sobretudo, numa discussão do próprio modo de produção capitalista. O Estado, a internet e os selos independentes podem, pontualmente, ser bons aliados nessa batalha, mas não bastam. A discussão deve centrar-se em uma práxis que tenha como objetivo último a democratização dos meios de produção, reprodução e circulação dos bens simbólicos, e a inclusão digital e informacional; taticamente, no arejamento e maior transparência das instituições corporativas (sindicato dos músicos, sindicato dos compositores, associações de autores etc.) e de arrecadação, e, finalmente, na hipótese de desenvolvimento de cooperativas de produtores simbólicos.

Enquanto isso não ocorre, a crise atinge o setor, como já podia ser aferido por uma matéria um tanto antiga, mas que ilustra bem a tendência da qual estamos tratando:

Londres – A prima pobre (!) da indústria fonográfica decidiu apertar o cinto outra vez. A britânica EMI, terceira maior gravadora do planeta, vai demitir 1,8 mil funcionários e mais 400 artistas do segundo escalão da música pop, numa tentativa de recuperar rentabilidade e enfrentar a queda nas vendas. [...] A última grande gravadora que não faz parte de um conglomerado de comunicação ou entretenimento [...] Sua participação no mercado mundial vem caindo e as tentativas de fusão com a rival alemã BMG esbarraram nas exigências das autoridades antitruste européias. Para sair do buraco, a

gigante britânica chamou o guru da indústria fonográfica Alain Levy, que assumiu há seis meses com carta branca. [...] ‘Tínhamos 49 artistas na Finlândia e eu não creio que existam 49 finlandeses que cantem’, ironizou Levy. (Jornal do Brasil, 2002, p. 14)

Não creio que os finlandeses, sobretudo os cantores, tenham apreciado a ironia. O mau piadista, porém, sabe o que está falando.

A música, enfim, como vimos no início desse trabalho, nos oferece excelentes parâmetros metodológicos para pensar a cultura sob o capitalismo, pois é massiva e existiu antes dele. Diferente do cinema, que é massivo mas só surge graças à produção industrial e, portanto, dela depende para ser *produzido*, a música a antecede. Ocorre que a música passa também a depender de tecnologia cara para ser produzida e, sobretudo, reproduzida. Aqui, a determinação econômica se dá não somente em última instância, mas também em *primeira* instância, na medida em que os músicos, para sobreviverem, são cada vez mais coagidos (quando não o fazem consensualmente) a orientarem sua produção criativa no sentido de reprodução das estruturas formais hegemônicas, pois, cada vez mais, sobretudo no caso da música popular, a formação dos ouvintes e, conseqüentemente, a legitimação social de certas estruturas formais – e não outras – passa a ser determinada pela música serializada em escalas gigantescas. Porém, nas primeiras fases do capital midiático, havia amplo espaço para a variedade e a criatividade, devido à grande concorrência e ao fato dessas estruturas estarem em formação e em expansão.

Antes do advento da mercantilização da música, a autonomia relativa dos músicos populares era limitada pelo gosto de classes populares *regionais* (em oposição às massas modernas), das quais ele próprio fazia parte, e a dos músicos eruditos pelo gosto da corte, com a qual ele convivia. Nesse caso, as imposições do bispo fulano a Bach, ou do imperador sicrano a Mozart, davam-se ainda na esfera de juízos de gosto, não de juízos contábeis, e de juízos de gosto em grande medida compartilhados por músicos e aristocratas. Isto provavelmente assegurava-lhes uma maior autonomia, se comparados ao músico subordinado aos imperativos do capital midiático monopolista ou fictício.

Há, entretanto, um longo período no qual a autonomia do músico pôde ser maior do que nunca. Esse momento tem, digamos, em Beethoven sua expressão inicial e mais majestosa, no álbum branco dos Beatles seu ponto culminante

e na breve carreira de Chico Science e Nação Zumbi seu último suspiro: o período do capitalismo liberal (correspondente ao da acumulação primitiva de capital midiático) e do capitalismo monopolista (correspondente ao período liberal do capital midiático).

Norbert Elias ilustra o início desse processo com o exemplo comparado de Beethoven em relação a Mozart. Segundo Elias, o incremento do comércio de partituras em meados do séc. XIX, além do crescimento no número de concertos pagos, assegurou ao músico europeu (erudito) o estatuto de *autônomo*, após ter sido um “criado de *libré*”:

Os músicos eram tão indispensáveis (...) quanto os pasteleiros, os cozinheiros e os criados, e normalmente tinham o mesmo *status* na hierarquia da corte. Eles eram o que se chamava, um tanto pejorativamente, de criados de *libré*. A maior parte dos músicos, sem dúvida, ficava satisfeita quando tinha garantida a subsistência, como as outras pessoas de classe média na corte. Entre os que não se satisfaziam estava o pai de Mozart. Mas ele também se curvou, sem querer, às circunstâncias a que não podia escapar. (Elias, 1995, p. 17-8)

Com a ascensão da burguesia, o músico viu-se livre desses constrangimentos, mas, ao mesmo tempo, da segurança relativa que lhe proporcionavam:

Beethoven nasceu em 1770, quase 15 anos depois de Mozart. Conseguiu, não com facilidade, mas com muito menos problemas, aquilo pelo que Mozart inutilmente lutou: liberou-se, em grande parte, da dependência do patronato da corte. Foi, assim, capaz de seguir a própria voz em suas composições – ou, mais exatamente, a ordem sequencial de suas vozes interiores, e não o gosto convencional de seus fregueses. Beethoven teve muito mais oportunidades de impor seu gosto ao público musical. Diferentemente de Mozart, foi capaz de escapar à coerção de ter de produzir música na situação de subordinado a um empregador ou patrono muito mais poderoso; ao invés disso, pôde compor música, se não exclusivamente, mas pelo menos até certo ponto, como artista autônomo (como chamaríamos hoje em dia) para um público relativamente desconhecido. (*idem*, p.43).

Como Marx e Engels bem o disseram no *Manifesto Comunista*, o capitalismo liberou forças produtivas como nenhum outro período histórico. Contraditoriamente, o fez às custas de gradual alienação da autonomia dos produtores, em nosso caso dos músicos, apesar da maior autonomia que possa ter propiciado à maioria deles em seus primeiros estágios de desenvolvimento, em comparação aos constrangimentos anteriores, e a alguns deles em todos os momentos – assim como o servo feudal e o artesão transformaram-se em trabalhadores assalariados “livres”, o músico “criado de libré” libertou-se da corte, mas somente para submeter-se gradualmente ao capital.

A música só se torna valor de troca capitalizável através do surgimento das editoras, do comércio das edições de partituras, dos concertos pagos e, posteriormente, através da produção, reprodução e circulação em escala industrial dos registros sonoros. É a partir daí que o processo de libertação, da corte ou da escassez, começa a adquirir o seu caráter contraditório, na expropriação ou alienação do gosto (medida do valor de uso expressa nos juízos que atribuem valor simbólico ao bem simbólico) do produtor pelo capital, na acumulação primitiva de capital midiático, que se dá através da metamorfose de valor simbólico (expressão de gosto do campo) em capital midiático. A música erudita, por oferecer menos ganho de escala para a indústria cultural – devido à maior concentração de capital simbólico (na acepção de Bourdieu) entre as classes mais cultivadas, que representam em todo o mundo uma minoria da população –, conservou talvez maior autonomia do que a popular.

Postulamos que este período liberal da indústria cultural chegou ao fim há cerca de quatro décadas, embora seus efeitos ainda estejam presentes entre nós: é por isso que John Coltrane, Miles Davis, Charles Mingus, Cartola, Tom Jobim, Chico Buarque, Jimi Hendrix, Bob Dylan, Led Zeppelin, Jacques Brel, Victor Jara, Piazzola etc. possuem ainda alto valor simbólico e algum capital midiático – surgiram durante uma fase de intensa concorrência entre diversas companhias fonográficas relativamente modestas (em comparação às atuais), antes das megafusões das transnacionais do entretenimento, e sobrevivem graças ao prestígio social adquirido nesta época (Paul McCartney, por exemplo, só não teve seu contrato com uma grande gravadora rescindido dez anos atrás graças ao valor de seu catálogo, pois suas vendas de então, embora expressivas, não atingiam as metas da gravadora). Mas essa autonomia tende gradualmente a anular-se em face da passagem do capital midiático monopolista para o fictício.

Hoje, nomes como os listados acima provavelmente não surgiriam em escala massiva. Em um futuro próximo, quem sabe? Isto vai depender de uma maior autonomia dos músicos em face ao capital, o que requer uma democratização dos meios de produção, reprodução e circulação de música, e uma democratização radical da formação do público, para além do mercado.

Fazendo mais uma alusão à gastronomia, eu diria que, no período imediatamente anterior ao capitalismo liberal, o músico era um cozinheiro que discutia as receitas com o dono do restaurante (em posição de desvantagem); no período liberal, tornou-se um cozinheiro que podia, com certa liberdade, sugerir suas receitas aos donos dos restaurantes e aos fregueses; depois, converteu-se em assistente de cozinha e garçom, e as receitas passaram a ser ditadas pelas transnacionais que produzem a comida e o cardápio, algumas vezes com a participação remota dos fregueses.

Embora o advento dos home studios, da internet, dos sites de compartilhamento etc. tenham de algum modo abalado as tendências massificantes discutidas, não a substituíram integralmente. Novas pesquisas de base empírica, contudo, se fazem necessárias para acompanhar as mudanças em curso (ver transformacionesmusica.com).

De todo modo, não sendo possível um retorno ao passado, isto é, aos primórdios da indústria cultural em seu movimento de *acumulação primitiva de capital midiático*, a desfeticização do gosto social midiático deve reproduzir de certa forma o que ocorreu no período liberal, mas de uma forma superior: maior autonomia para os músicos, mais e melhores formas de cultivo para o público.



PARTE II - A DIALÉTICA DO GOSTO

1. ÉTICA, POLÍTICA E EPISTEMOLOGIA

[...] não se deve ter medo de encorajar, contra uma representação ingênua da neutralidade ética como benevolência universal, a opinião preconcebida de lutar contra todos os preconceitos da moda e transformar o mau humor contra a atmosfera ambiente numa regra [...]. (Bourdieu, 1999, p. 93)

“[...] a questão não é opor a ciência à ideologia numa dicotomia positivista, mas estabelecer sua unidade praticamente viável a partir do novo ponto de vista histórico do projeto socialista.” (Mészáros, 2004, p. 68)¹⁸

Bourdieu (1999) observa criticamente que o debate em torno da neutralidade axiológica eventualmente encobre um outro a seu ver mais importante, aquele sobre a neutralidade *metodológica*. A crítica é importante, na medida em que enfatiza uma discussão usualmente deixada de lado, a saber, a de que métodos e mesmo técnicas de pesquisa não são neutros, isto é, estão necessariamente, saiba o pesquisador ou não, articulados com teorias e epistemologias, e a vigilância epistemológica não pode permitir que essas articulações ocorram sem que o pesquisador tenha consciência do fato. Mészáros (2004, p. 301) diz algo muito parecido: “Em parte alguma o mito da neutralidade ideológica – a autoproclamada *Wertfreiheit*, ou neutralidade axiológica, da chamada ‘ciência social rigorosa’ – é mais forte do que no campo da metodologia.”

¹⁸ “Ideologia”, para Mészáros, é a consciência prática necessária em uma sociedade dividida em classes antagônicas. Ou seja, ideologia é, de certo modo, sinônimo de consciência de classe, próxima à acepção neutra de Lênin e Gramsci. Ocorre que a ideologia burguesa tende a ser mistificadora, principalmente na medida em que busca naturalizar e eternizar a exploração, pois lhe convém fazê-lo, enquanto a ideologia proletária seria desmistificadora, por ser do interesse do proletariado historicizar e superar a exploração, que é, de fato, histórica. Retomaremos esse ponto adiante.

Isso, porém, não invalida o debate sobre a neutralidade axiológica em geral; pelo contrário, o enriquece, sobretudo quando sabemos que as filiações teóricas e epistemológicas das quais são derivados os métodos e técnicas de pesquisa são fruto de decisões éticas e políticas, que derivam por sua vez de uma ou outra concepção do ser, do real, isto é, derivam de uma ontologia, que traz em si, necessariamente, de modo consciente ou não, um *ponto de vista de classe*, isto é, uma concepção de como a sociedade deve ou pode ser organizada, sobretudo quanto às relações de produção, que envolvem o estabelecimento de metas produtivas, a distribuição da propriedade, o consumo, o comando e a execução do conjunto das atividades sociais, incluindo aquelas de tipo científico.

Sob esse prisma, quando Martino (2003) propõe que discussões de cunho ético, por pertencerem à competência da filosofia da ciência, sejam excluídas do debate epistemológico, que deveria se ater a questões relacionadas à classificação e à relação entre as disciplinas, ao “exame da linguagem da ciência” e a “[...] sondar os princípios ontológicos, metodológicos e lógicos da ciência”, talvez não perceba que está contrabandeando para o questionamento, para o exame e para a sondagem propostos uma orientação epistemológica eticamente comprometida com a crença na possibilidade de haver neutralidade ética em classificações e relacionamentos disciplinares,¹⁹ na linguagem da ciência e em seus princípios ontológicos, metodológicos e lógicos. Esta proposta é passível de discussão.

Que a epistemologia seja uma área do conhecimento menos abrangente que a filosofia da ciência, que seja uma parte desta, como Martino propõe, ou mesmo um ramo da ciência, inspirado na filosofia, mas relativamente independente de suas questões mais abrangentes, parece-nos correto, na medida em que cabe à filosofia da ciência discutir, entre outras coisas, a própria possibilidade de constituição de um saber científico, problema que, caso a epistemologia tivesse de se deter com ele, estaria pondo em questão sua própria razão de ser e, enfim, perdendo tempo. Martino tem assim razão ao afirmar que uma epistemologia qualquer só é concebível partindo da premissa de que é possível a produção de um conhecimento de tipo científico: “A discussão epistemológica pressupõe

¹⁹ Quanto a esse ponto, o excelente “Para Abrir as ciências sociais”, assinado pela Comissão Calouste Gulbenkian para a Reestruturação das Ciências Sociais, presidida por Wallerstein, demonstra como frequentemente a disciplinarização é menos fruto de questões de cunho epistemológico do que político acadêmico. O elemento ético, portanto, está presente, ainda que precisamente por sua eventual ausência nas ações e debates implicados nesses processos, que envolvem disputas mais ou menos lícitas de interesses, sejam estes meramente pessoais, sejam mais propriamente teóricos, cívicos ou ainda referentes a espaços físicos e recursos em geral.

[...] um certo posicionamento em relação a alguns problemas filosóficos de fundo, justamente como o real e a objetividade.” (Martino, 2003, p. 70-1). Também está certo ao defender a posição de que o debate epistemológico, para avançar, dever estabelecer, antes de tudo, os próprios limites do que venha a ser um debate epistemológico. Porém, a linha demarcatória que ele traça entre epistemologia e filosofia da ciência (e teoria do conhecimento, sociologia do conhecimento etc.) faz um desvio arriscado ao excluir da primeira a reflexão ética e, em última análise, política. Afinal, não confundir uma coisa com a outra, o que é correto, não nos autoriza a esquecer o fato de que são interdependentes.²⁰

Ilyenkov, ao descrever criticamente a trajetória histórica do próprio termo “epistemologia”, nos dá bons subsídios para o desenvolvimento do debate:

[...] o isolamento de uma série de velhos problemas filosóficos em uma ciência filosófica especial²¹ (tanto faz se a reconhecemos como a única forma de filosofia científica ou somente como uma das muitas divisões da filosofia) é um fato de origem recente. O termo em si [epistemologia] só passou a ser empregado com mais frequência na última metade do século XIX, como designação de uma ciência especial, de um campo especial de investigação que de modo algum havia sido claramente distinguido nos sistemas filosóficos clássicos, nem constituído uma ciência especial ou mesmo uma divisão especial, embora seja um erro, é claro, afirmar que o conhecimento em geral e o conhecimento científico em particular só tenham se tornado objeto de uma atenção mais detida com o desenvolvimento da “epistemologia”.

O estabelecimento da epistemologia como uma ciência especial, esteve associado historicamente e essencialmente à ampla difusão do neokantianismo, que se tornou, durante o último terço do século XIX, a mais influente

20 Quanto à distinção que Martino defende entre epistemologia e sociologia da ciência, Lopes, na trilha de Foucault e Bourdieu, parece pensar diferente: “A produção da ciência depende intrinsecamente das suas condições de produção. Essas são dadas pelo contexto discursivo que define as condições epistêmicas de produção do conhecimento e pelo contexto social que define as condições institucionais e sociopolíticas dessa produção. A autonomia relativa do ‘tempo lógico’ da ciência em relação ao ‘tempo histórico’ é que faz da sociologia da ciência um instrumento imprescindível para ‘dar força e forma à crítica epistemológica ou crítica do conhecimento, pois permite revelar os supostos inconscientes e as petições de princípio de uma tradição teórica’ (Bourdieu, 1975:99)” LOPES, Maria Immacolata V. Sobre o Estatuto disciplinar do campo da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.) *Epistemologia da Comunicação*, pp. 278-9 (a última citação, entre aspas simples, de Bourdieu, refere-se a: BOURDIEU, Pierre. *El ofício de sociólogo*. México: Siglo XXI.).

21 Ilyenkov emprega as expressões *teoria do conhecimento* e *epistemologia* indiferenciadamente. Nesse caso, as ponderações de Martino a propósito de suas diferenças, com destaque para a maior amplitude do campo de estudos da primeira, permanece útil.

tendência do pensamento filosófico burguês na Europa, sendo convertido na escola oficialmente reconhecida de filosofia acadêmica, universitária [...]²²

A mera possibilidade de entendermos a epistemologia, ou melhor, sua difusão e legitimação acadêmica, como fruto da “mais influente tendência do pensamento filosófico burguês”, se não a invalida enquanto parte ou subcampo digno de atenção da filosofia da ciência – e, de fato, isso não deve ocorrer –, *pro-íbe* qualquer pretensa neutralidade axiológica, caso não se queira correr o risco de se contrabandear para o campo epistemológico uma atitude politicamente conservadora ou reacionária, disfarçada de rigor científico.

Essa advertência é particularmente importante, pois, por exemplo, “[...] no instante em que alguém questiona seriamente o atual consenso liberal, é acusado de abandonar a objetividade científica por posições ideológicas ultrapassadas.”²³

Ou seja, cumpre que o caráter necessariamente ideológico da ciência *seja consciente*:

Naturalmente, ninguém deseja negar que a “lógica” do desenvolvimento científico tem um aspecto *relativamente autônomo* como um *momento* importante do complexo geral das intermediações dialéticas. Entretanto, esse reconhecimento não pode chegar a ponto de tornar absoluta a lógica imanente do desenvolvimento científico, com a eliminação, de modo ideologicamente tendencioso, das importantes e muitas vezes problemáticas determinações sócio-históricas. Defender a absoluta imanência do progresso científico e de seu impacto sobre os desenvolvimentos sociais só pode servir aos propósitos da apologia social. (Mészáros, 2004, p. 254)

Essa posição não contraria a exigência epistemológica da “objetividade” científica? A resposta é não, se pensarmos dialeticamente, como, aliás, faz Martino (2003, p. 72-3) na seguinte passagem:

Híbrido de ciência e filosofia, a epistemologia guarda uma importante característica dessa última: nenhum panorama da filosofia, nenhuma tentativa de levantar e discutir as tradições de pensamento que se formam em torno

22 ILYENKOV, Evald. *Dialectical Logic*. Documento eletrônico. Disponível em: <http://marx.org/archive/ilyenkov/works/essays/index.htm>. Acesso em: jun. 2006.

23 ZIZEK, Slavoj. Have Michael Hardt and Antonio Negri Rewritten the Communist manifesto for the Twenty-First Century? In: *Rethinking Marxism*, no. 3/4, 2001. Documento eletrônico. Disponível em: <http://lacan.com/zizek-empire.htm>. Acesso em: dez. 2006.

de certos problemas fundadores, pode dar conta de realizar essa tarefa sem imediatamente inscrever-se nesse quadro. Em outras palavras, uma visão sobre o conjunto da filosofia não pode ser alcançada a partir da exterioridade da tradição filosófica, pois não há visão da filosofia sem ser ela mesma filosófica, então, parte integrante dessa tradição e de uma corrente de pensamento. Toda discussão e visão do campo filosófico significa uma tomada de posição em relação às outras correntes que compõem a tradição filosófica.²⁴ De modo que toda doutrina é simultaneamente a parte e o todo da reflexão filosófica. Ela é parte porque não é, nem pode ser, o único posicionamento possível; ela é parte porque só pode inserir-se de modo parcial (tomando partido por certos princípios e verdades iniciais, selecionando seus problemas, fazendo suas opções por certos procedimentos de resolução dos problemas etc.) Mas nenhuma delas pode realmente se posicionar sem produzir um conhecimento do todo, de modo que a filosofia só existe a partir de um posicionamento e o todo da filosofia só pode aparecer a partir de uma de suas partes, ou seja, a partir de uma de suas correntes.

Se isto está correto, um posicionamento epistemológico de matriz marxiana não tem como ser axiologicamente neutro ou “apolítico” – mais do que isto, de uma perspectiva marxiana, *nenhum* posicionamento epistemológico pode ser axiologicamente neutro ou apolítico, ainda que sua dimensão valorativa e política permaneça menos ou mais latente, no discurso ou na consciência do cientista.

Numa linha de raciocínio parecida, Morin (1982) historiciza e reconhece a importância que o *ethos* do conhecimento objetivo enquanto fim em si mesmo, descolado de questões éticas, exerceu para a libertação da ciência da tutela da Igreja, a quem continuava cabendo, por outro lado, a última palavra em questões políticas e morais; ao mesmo tempo, identifica com clareza os riscos que

24 A partir desta reflexão de Martino, torna-se talvez possível defender a noção de “aposta” quanto a essa *tomada de posição*, dado que, em função do acúmulo de conhecimento (científico, filosófico, histórico etc.) que um teórico contemporâneo tem ao seu dispor, é rigorosamente impossível dominar em profundidade todas as “correntes existentes”, o que inviabiliza a aplicação integral de um dos princípios metodológicos de Descartes, a saber, aquele que defende a importância de se conhecer tudo o que existe sobre o tema para só então se tomar uma posição baseada no próprio raciocínio. Conhecer *tudo*, ainda que sobre um só tema, não é possível, a não ser que se trate de um tema de dimensões insignificantes. E as *apostas* nesta ou naquela corrente de pensamento se devem, basicamente, a três fatores: 1) o maior ou menor acesso do sujeito a um dado repertório de conhecimento, 2) o que ele considera racionalmente mais realista, 3) seus valores (*ethos*) e simpatias (*pathos*). Essa ideia, todavia, não implica negar a objetividade do real ou a possibilidade de um conhecimento de tipo científico, isto é, coerente, objetivo e de validade universal, não implica necessariamente em subjetivismo, somente contempla o fato ordinário de a objetividade do ser e o melhor método de apreendê-la constituírem assunto passível de discussão.

um tal *ethos* passou a encerrar a partir do momento em que a ciência se torna subordinada à política e à economia. Porém, sua proposta de uma reflexão ética por parte dos cientistas como maneira de contornar tais riscos permanece impotente, na medida em que o problema central aqui não é propriamente a subordinação da ciência, enquanto conhecimento objetivamente rigoroso e logicamente fundamentado, à economia em si e à política em si, entendidas em termos abstratos: se tomarmos o termo “política” na acepção que Aristóteles (1991) lhe atribui na *Ética a Nicômaco*, como a arte de administrar a polis para o bem geral, que mal haveria na subordinação da ciência ao bem geral? Quanto à “economia”, entendida como utilização ótima dos recursos disponíveis para atender a necessidades humanas, como oposto de *desperdício*, que mal haveria em a ciência submeter-se à economia? O problema é sua subordinação à lógica perdulária do capital, que submete o conjunto das atividades humanas (não só a ciência, mas as artes, os costumes, inclusive a política e a economia, na teoria e na prática) ao seu imperativo cego de autoexpansão, o que tem conduzido a consequências extremamente destrutivas, sobretudo a partir do pós-guerra, com o crescimento brutal do complexo industrial militar nas nações mais ricas (e não só nelas), complexo este, aliás, que financia a maior parte da pesquisa acadêmica nos EUA e na Inglaterra (ver Mészáros, 2004, p. 243-300).

Einstein, lembra Mészáros, identificou com mais clareza tais riscos, cujas causas principais ele teria situado não na “inconsciência” dos cientistas (embora tenha apelado à sua consciência), mas na anarquia do mercado, para cuja solução ele não hesitava em dar um nome: socialismo.

É, contudo, o próprio Mészáros quem, a nosso ver, oferece a mais simples e precisa orientação para a reflexão em torno dessa relação entre ciência e capital:

Não existe [...] nada na natureza da ciência e da tecnologia de onde se possa derivar a subordinação estrutural do valor de uso ao valor de troca, com todas as suas consequências destrutivas, em última instância, inevitáveis. Em contraste, a articulação histórica da ciência e da tecnologia, o modo como elas moldam nossas vidas hoje em dia, é *totalmente ininteligível* sem o reconhecimento de sua profunda inserção nas determinações socioeconômicas do capital, tanto na escala temporal quanto em relação às estruturas contemporâneas dominantes. Sem querer negar a dialética das interações recíprocas e a inevitável realimentação, o fato é que, no relacionamento entre a ciência e a tecnologia, por um lado, e os determinantes socioeconômicos

– com o papel estruturalmente dominante do valor de troca –, por outro, o *übergreifendes Moment* são estes últimos. (Mészáros, 2004, p. 269)

Tendo isso em vista, para articularmos a relação entre ciência e capitalismo com a questão da neutralidade axiológica, dando um passo adiante da historicização do problema efetuada por Morin, bem como da identificação de Einstein do potencial destrutivo da ciência com a anarquia do mercado, ambas corretas, mas ainda um tanto abstratas, cabe elevá-las à sua concreticidade.

No ponto em que estamos, trata-se de compreender o processo histórico de *alienação e divisão do trabalho capitalistas*, que fazem da ilusão de neutralidade da ciência uma ilusão *necessária*:

[...] a ilusão da autodeterminação “não-ideológica” e da correspondente “neutralidade” da ciência é, em si, o resultado do processo histórico da alienação e da divisão do trabalho capitalistas. Não é um “erro” ou uma “confusão” que possam ser eliminados pelo “iluminismo filosófico”, como pretendem os positivistas lógicos e os filósofos analíticos. Antes, é uma ilusão *necessária*, com suas raízes firmemente plantadas no solo social da produção de mercadorias e que se reproduz constantemente sobre essa base, dentro do quadro estrutural das “mediações de segunda ordem” alienadas. Em consequência da divisão social do trabalho, a ciência está de fato alienada (e privada) da determinação social dos objetivos de sua própria atividade, que ela recebe “pronta”, sob a forma de ditames materiais e objetivos de produção, do órgão reificado de controle do metabolismo social como um todo, ou seja, do capital. (Mészáros, 2004, p. 270)

Essa reflexão é importante, pois nos lembra, mais uma vez, que para a solução dos graves problemas em pauta, não basta esclarecimento, mas também e sobretudo uma transformação radical das relações de produção. No que diz respeito ao nosso tema, isso delimita e precisa seu raio de ação teórico e programático: o nível ideológico, ao qual a questão do gosto encontra-se intimamente vinculada, não esgota o problema, devendo por isso ser articulado à crítica econômica. E seria *rigorosamente ilógico* pensar no quadro de uma epistemologia de inspiração marxiana não só em termos “neutros” ou “apolíticos”, mas evitando-se uma *crítica radical* da ordem do capital, mesmo tendo em conta o fracasso das experiências do chamado “socialismo realmente existente”. Esse fracasso, a nosso ver, ainda não foi adequadamente explicado:

nem a “natureza humana” competitiva e individualista, nem o “culto à personalidade” bastam para explicar as razões pelas quais um projeto tão admirável em termos éticos e pragmáticos degenerou no que degenerou. Isso apresenta novos e imensos desafios para a reflexão teórica e para a prática política, mas tais desafios devem ser enfrentados, a não ser que acreditemos seriamente na mão invisível do mercado, ou em milagres. Não sendo este o caso, há que se propor um modelo alternativo à ordem do capital enquanto sistema “sociometabólico” (Mészáros). Este modelo alternativo tem atendido principalmente por dois nomes: socialismo ou comunismo. Não se inventou ainda outra perspectiva historicamente concebível, que disponha da mesma consistência teórica. Podemos, talvez devamos até, mudar sua denominação, em função da carga negativa que a propaganda adversária, os erros e acidentes de percurso colaram nele, e aí poderíamos, taticamente, talvez falar em “cidadania ampliada” (em oposição ao princípio da reprodução ampliada do capital) ou algo equivalente. De todo modo, a “necessidade de sua implementação não resulta de ponderações teóricas abstratas, mas da crise estrutural cada vez mais profunda do sistema do capital global.” (Mészáros, 2002, p. 50)

O marxismo traz em seu bojo uma concepção da ciência (uma epistemologia), da sociedade e da história (uma ontologia) fundamentalmente dinâmicas, não se limitando a buscar a compreensão do real histórico – incluindo as superestruturas – como uma atividade que tem seu fim em si mesma, muito menos como uma atividade subordinada ao mercado. Pelo contrário, ele exige a articulação entre teoria e prática em uma práxis, calcada em uma parcialidade axiológica crítica para com o presente e generosa para com o futuro.

Tudo isso torna o marxismo não só atraente como necessário em uma época catastrófica, em razão de sua busca pelo ponto arquimediano dessa realidade violenta e caótica, a partir do qual se pode pensar em alavancar sua superação, mediante, entre outras ações, a aproximação da teoria crítica com as massas – ação em meio a qual a informação midiaticizada teria um papel decisivo a desempenhar.

Essa informação deve ser, tanto de um ponto de vista ético-político quanto científico, verdadeira. Ora, dado que uma verdade científica é sempre postulada por um sujeito histórico, inscrito em um campo epistêmico e em uma determinada ordem socioeconômica, no caso em que esta é cindida em classes antagônicas, e é dentro dela que o campo é constituído, e que o sujeito pensa e elabora discursos, sua verdade, como sempre, será necessariamente parcial, assim como a definição do que seria ética e politicamente recomendável postular ou fazer,

mas será parcial de uma forma específica, especificidade esta derivada do fato necessário de ser em torno dos polos elementares da cisão constitutiva do seu momento histórico que as diversas correntes científicas e filosóficas orbitam, ainda que ocorram convergências lógicas entre os discursos dos representantes – conscientes ou inconscientes – das classes antagônicas, pois embora o sejam, compartilham o mesmo tempo-espaço histórico real, bem como códigos linguísticos e tangências lógico discursivas. Essa parcialidade necessária pode vir camuflada sob uma falsa objetividade universal (abstrata) ou pode estar explícita, sendo neste último caso política e teoricamente assumida em sua perspectiva particular da totalidade.

Uma tal parcialidade deriva, em outras palavras, do bom e velho ponto de vista de classe. Em sociedades não divididas em classes antagônicas, a parcialidade seria de outra natureza, que não vem ao caso, pois estamos interessados em objetos de discussão passíveis de entendimento oposto em função de interesses de classe divergentes. A este respeito, como dizia Lukács em “História e Consciência de Classe”, a parcialidade do ponto de vista da burguesia é necessariamente incapaz de atingir a totalidade, devido à parcialidade de seus interesses e condições de existência, calcados na exploração do homem pelo homem. Já a parcialidade do ponto de vista do proletariado, porém, tende à totalidade, pois sua humanidade só pode se realizar plenamente abolindo universalmente a exploração do homem pelo homem.

Vejamos um exemplo da segunda posição:

O problema do pós-colonialismo é indubitavelmente crucial; entretanto, os “estudos pós-coloniais” tendem a traduzi-lo para a problemática multiculturalista do direito das minorias colonizadas de narrarem suas experiências de vítimas dos poderosos mecanismos que reprimem a “alteridade”, de modo que, ao fim do dia, aprendemos que a causa da exploração pós-colonial é a nossa intolerância perante o Outro, e, mais ainda, que essa intolerância é para com o “Estrangeiro em Nós mesmos”, é nossa inabilidade para confrontar o que reprimimos em nós mesmos e de nós mesmos. A luta político-econômica é então imperceptivelmente transformada em um drama pseudo-psicanalítico do sujeito incapaz de confrontar seus traumas interiores.²⁵

25 ZIZEK, Slavoj. Have Michael Hardt and Antonio Negri Rewritten the Communist manifesto for the Twenty-First Century? In: *Rethinking Marxism*, no. 3/4, 2001. Documento eletrônico: <http://lacan.com/zizek-empire.htm>. Acesso em: jun. 2006.

Do que se trata aqui? Numa chave marxiana “ortodoxa”, Zizek identifica a centralidade da “luta político-econômica” nos problemas pós-coloniais, que são então “despsicologizados” e reinseridos na luta de classes. Esta, como propõe o mesmo Zizek, “não é o horizonte último da significação, o significado último de todo fenômeno social, mas a matriz formal que produz os diferentes horizontes ideológicos de entendimento.”²⁶

Sob este prisma, a defesa (certamente legítima e louvável) do “direito das minorias colonizadas de narrarem suas experiências de vítimas” pode revelar-se uma armadilha para a compreensão e resolução da própria questão pós-colonial.

Cabe aqui lembrar a clássica formulação de Lukács (2003, p. 64-5):

A dialética materialista é uma dialética revolucionária. Essa determinação é tão importante e de um peso tão decisivo para a compreensão de sua essência, que, antes mesmo de discorrermos sobre o método dialético em si, temos de entendê-la para abordarmos o problema de forma correta.

É chegado o momento de conhecermos melhor a história e de refletirmos sobre a atualidade dessa “dialética revolucionária”.

2. ÉTICA E DIALÉTICA

Em *Dialectical Logic*, Ilyenkov afirma:

[...] o que é hoje chamado de lógica são doutrinas que diferem consideravelmente em sua compreensão dos limites dessa ciência. Cada uma delas, é claro, não só se confere o título como o direito de ser considerada o único estágio moderno no desenvolvimento mundial do pensamento lógico.²⁷

Ou seja, “lógica” é um conceito polissêmico. Ilyenkov, em uma perspectiva histórica, demonstra a validade dessa assertiva, cotejando diferentes acepções

26 ZIZEK, Slavoj. **Repeating Lenin**. Documento eletrônico: <http://www.lacan.com/replenin.htm>. Acesso em: mar. 2004. Aqui, a noção de “ideologia” parece ser a mesma de Mészáros: “consciência (prática) necessária de classe”.

27 ILYENKOV. **Dialectical Logic**. Documento eletrônico: <http://marx.org/archive/ilyenkov/works/essays/index.htm>. Acesso em: set. 2006.

do que viria a ser a lógica, concebidas por ilustres representantes da filosofia clássica alemã. Por exemplo, para Kant, “a esfera da lógica é delimitada com bastante precisão: só lhe compete fornecer uma exaustiva exposição e uma prova estrita das regras formais de todo pensamento.”²⁸ Já para Schelling, a lógica não seria “um esquema para produzir conhecimento”, mas um meio para comunicá-lo “através de um sistema de termos rigorosamente definidos e não-contraditórios”.²⁹

Com Hegel, a matéria de estudo da lógica é radicalmente redimensionada. Não consiste mais nas regras formais de todo o pensamento, nem em um sistema terminológico rigoroso, mas na “**história da ciência e da técnica**”³⁰ coletivamente criadas pelas pessoas, um processo praticamente independente da vontade e da consciência dos indivíduos separados, embora concebido a cada uma de suas etapas precisamente na atividade consciente dos indivíduos.³¹ A isto, Ilyenkov acrescenta:

Este processo, de acordo com Hegel, também envolvia, como uma fase, o ato de conceber o pensamento na atividade objetiva, e através da atividade na forma de coisas e eventos externos à consciência. Nisto, nos termos de Lenin, ele “chegou bem perto do materialismo”.³²

Ainda na chave hegeliana, categorias lógicas são “etapas no processo de diferenciação do mundo, ou seja, de seu conhecimento, e pontos nodais auxiliando a conhecê-lo e dominá-lo.”³³

As anotações de Lenin (citadas por Ilyenkov) a este respeito são bastante instrutivas. Nestas, lê-se que “na sequência geral de desenvolvimento das categorias lógicas”, antes de tudo o mais surgem as “impressões”; então são desenvolvidos os conceitos de qualidade e quantidade. Em seguida, emergem as noções de *identidade, diferença, grau, essência versus fenômeno e causalidade*. Esses “momentos [...] da cognição se movem [...] do sujeito ao objeto, sendo testados na prática e chegando através deste teste à verdade.”

28 Idem ibidem.

29 Idem ibidem.

30 Grifos de Ilyenkov

31 Idem ibidem.

32 Idem ibidem. Acrescentamos que o conceito de práxis já está contido aí, em germe.

33 Idem ibidem.

Temos então que:

Categories lógicas são estgios (passos) na cognição, desenvolvendo o objeto em sua necessidade, na sequência natural das fases de sua própria formação, e de modo algum dispositivos técnicos do homem impostos ao tema, como se fossem um balde de brinquedo com o qual as crianças fazem bolos de areia.³⁴

A *lógica*, assim, seria não um conjunto de regras formais do pensamento (aplicáveis especulativamente ao bel prazer do pensador), nem um sistema de classificação terminológica rigoroso para a comunicação do pensamento, mas a ciência cujo objeto é o próprio pensamento em sua relação com o mundo e consigo mesmo, o que envolve a percepção e a prática, e cujo objetivo é seu aprimoramento. A lógica seria, portanto, a ciência do pensamento e do conhecimento, e a *dialética*, seu método, a expressão formal ou metódica do desenvolvimento do pensamento e do conhecimento, podendo ser entendida como o bom método do pensamento sobre o pensamento em seu processo de conhecer o real, que envolve a si próprio mas não se esgota em si.

Uma definição complementar de dialética:

A dialética, de acordo com Hegel, era a forma (ou método ou esquema) do pensamento que envolvia tanto o processo de elucidar contradições quanto o de solucioná-las concretamente no corpus de um estágio mais elevado e profundo de conhecimento do mesmo objeto, rumo a uma investigação da essência do assunto.³⁵

Mas como aplicar este método? Caio Prado Jr. (1963) propõe que o que diferencia essencialmente o pensamento dialético do metafísico é, além da maior importância atribuída ao *movimento* e ao *dever* do que ao *ser*, a anterioridade determinante da categoria de *relação* para com a de *identidade*. Em outras palavras, o que é, é constituído em seu *dever* e em suas múltiplas relações com o que não é. Além disso, no processo (movimento) de conhecimento, a relação do sujeito com a essência do objeto é sempre mediada por sua aparência. Nos termos de Hegel (1997, p. 74): “Eu tenho a certeza *por meio de* um outro, a saber: da Coisa; e essa está igualmente na certeza *mediante* um outro, a saber, mediante

34 Idem ibidem.

35 Idem ibidem.

o Eu.” Deste modo, “nosso objeto é [...] o silogismo que tem por extremos o interior das coisas e o entendimento, e por meio termo, o fenômeno. Pois o movimento desse silogismo dá a ulterior determinação daquilo que o entendimento divisa através desse meio termo [...]” (p. 103). Essa “determinação ulterior” que o “entendimento” apenas “divisa através desse meio termo” é o *conceito*, e “o que importa no *estudo da ciência* é assumir o esforço tenso do conceito”. (p. 53)

Além disso, a compreensão da relação entre objetos diferentes é sempre mediada por um terceiro elemento que não é nem o objeto *x* nem o objeto *y*, mas algo que lhes é comum. Ilyenkov ilustra esse processo da seguinte maneira:

Não faz sentido comparar [...] o gosto de um bife e a diagonal de um quadrado [...] Quando queremos estabelecer algum tipo de relação entre dois objetos, nunca comparamos as qualidades “específicas” que fazem de um objeto a “sílabas A” e de outro uma “mesa”, um “bife” ou um “quadrado”, mas somente aquelas propriedades que expressam um “terceiro” algo, diferente de sua existência como coisas enumeradas. As coisas comparadas são vistas como diferentes modificações desta “terceira” propriedade comum a todas elas [...] Então, se não há um “terceiro” na natureza de duas coisas, comum a ambas, mesmo as diferenças entre elas se tornam sem sentido.³⁶

Em que medida essas reflexões nos podem ser úteis? Na medida em que esclarecem alguns aspectos básicos da lógica dialética,³⁷ de grande importância para um estudo do gosto. Recapitulemos: a dialética considera o perceber e a prática como momentos do conhecimento; estabelece a *anterioridade* das noções de *relação* e de *movimento* para com a noção de *identidade*; demonstra que a relação entre *essência* e *entendimento* é mediada pelo *fenômeno*, pela *aparência*.

Em uma primeira aproximação, pensemos o gosto nessa chave: para começar, o gosto é usualmente tido como algo relacionado com a “personalidade”, isto é, com a *identidade* mais íntima de cada indivíduo, como se fosse algo inato, acabado, fechado. Na realidade, é o contrário que ocorre, isto é, essa “personalidade” só pode ser entendida através do que a relaciona – ou não – com o que (quem) ela não é, com algum objeto (alguém) externo a ela, porque é o conjunto de suas relações com o que (quem) ela não é que a constitui. Essas relações, além de dinâmicas, são extremamente complexas, podendo mesmo

36 Ilyenkov, op. cit.

37 Das categorias “totalidade” e “contradição” trataremos mais adiante.

ser de apreço ou de despreço com o mesmo objeto em diferentes momentos; nesse caso, cada momento é um elemento mediador da relação constitutiva da identidade (já que falamos nisso).

Como sabemos, o próprio conceito gosto traz em sua origem etimológica uma cisão interna, entre as noções de sabor e saber, tornados *estranhos* um ao outro. Além disso, só pode ser compreendido à luz da relação do sujeito (cindido em sujeito sensível e cognoscente) com o objeto degustável, relação esta mediada por um “novo” terceiro elemento, aquele precisamente que cria no primeiro a propensão para o segundo, e que cria o segundo para o primeiro: o mundo, a situação, o contexto, o tempo histórico, a estrutura social, noções que, na atualidade, para fins heurísticos, podem ser sintetizadas no conceito “camada geo-tecno-social”, “onde” ambos, sujeito e objeto, se situam. A “camada geo-tecno-social” “onde” cada um de nós vive é a base material e simbólica da cultura, é a mediadora das disposições do sujeito e da existência do objeto; essa cultura, portanto, só é realisticamente compreensível à luz de certas condições sócio históricas de emergência e continuidade; estas envolvem um complexo de fatores, com destaque, em termos históricos, para as determinações da troca ou do uso, dialeticamente articuladas, com a predominância da primeira a partir da hegemonia do capital, sendo o uso subordinado à troca mediado pelo gosto anteriormente produzido e pela reprodução ou transformação das condições técnicas de produzi-lo (ao gosto e ao objeto), o que envolve uma série infindável de relações *dinâmicas* e, com frequência, *antagônicas* e *contraditórias*. O mesmo se dá com o desenvolvimento dos conceitos – que só podem ser adequadamente compreendidos à luz de sua relação muitas vezes antagônica e contraditória com o universo conceitual no qual fazem sentido e com o real extra conceitual, bem como com outros conceitos específicos, e, é claro, consigo mesmos. Em todas essas relações, a mediação de um terceiro elemento é sempre necessária para uma adequada compreensão de sua natureza / identidade *dinâmica* e para a superação de eventuais antinomias internas ou externas (de um conceito consigo mesmo, entre um conceito e outro conceito, entre um conceito e um universo conceitual ou entre conceitos e fatores extra conceituais).

A aplicação correta dessa “lei” está no cerne da teoria do valor de Marx,³⁸ a qual identifica o *trabalho* como essa “terceira propriedade” comum a duas

38 “Ao desvendar o segredo da autoexpansão do valor, ou seja, o segredo da produção e da acumulação de mais-valia, no Capital, Marx empregou (e não por acaso, mas deliberada e conscientemente) o conjunto da terminologia da lógica hegeliana [...] e de sua concepção do pensamento.” Cf. ILYENKOV. Op. Cit.

coisas diferentes – casa e cama, no exemplo de O Capital –, na ausência do qual não seria possível comensurá-las.

Nesse ponto, nos deparamos com uma questão metodológica decisiva, essencial para que o método dialético seja fértil e realista, para que não se perca em especulações vazias: a que “terceira propriedade” recorrer, dada a infinidade de escolhas possíveis? No caso de Marx, por que o *trabalho*, em vez de outras mediações concebíveis, como a materialidade de ambas, a “substância” madeira, que é comum a casa e cama, a “propriedade” de ambas serem úteis ou o que for? Porque o trabalho é, em sua facticidade, a condição última, sem a qual há madeira, mas não cama ou casa, portanto nada a ser usado. Porque o trabalho é a interação humana teleológica com a natureza, visando à criação de um valor de uso, ou seja, ele articula o objetivo subjetivamente elaborado, que é o uso em potência, o material, que é o objeto empírico em sua imediaticidade, e a ação necessária para converter o material em algo efetivamente útil, atualizando a potência e transcendendo a imediaticidade natural com a qual o sujeito havia se defrontado.

Isso responde à questão metodológica da *hierarquia das mediações* (que são potencialmente infinitas), a ser estabelecida no processo de produção do conhecimento: sua ordem de necessidade para que algo exista e seja compreensível.

Bem antes de desenvolver sua teoria do valor, porém, Marx se viu diante de um dilema teórico, de cuja resolução dependeria toda a evolução de sua obra ulterior, a saber: como conciliar em uma síntese superior a dialética “idealista objetiva” de Hegel com a crítica que lhe era dirigida pelo materialismo “contemplativo” de Feuerbach?³⁹

Sabemos que desde Engels,⁴⁰ esse tópico tem sido exaustivamente visto e revisto, o que torna desnecessário retomá-lo mais exaustivamente. Não obstante, é conveniente abordá-lo agora, de modo pontual, já que teria sido a partir de sua confrontação com a crítica de Feuerbach a Hegel,⁴¹ que Marx introduz a categoria de *práxis*, cuja importância seminal seria enriquecer o pensamento materialista, permitindo que se efetuasse um resgate logicamente coerente das

39 Não pretendemos aqui dizer que Marx tenha formulado a questão precisamente nesses termos, somente que é disso que se tratou. Sampaio e Celso Frederico, por exemplo, situam na “contestação feuerbachiana a Hegel”, “uma encruzilhada decisiva na evolução do pensamento marxiano”, a partir da qual Marx iria desenvolver o conceito de *práxis*. Cf. SAMPAIO, Benedicto Arthur e Celso Frederico. *Dialética e materialismo: Marx entre Hegel e Feuerbach*, p. 57.

40 Cf. ENGELS, Friedrich. *Ludwig Feuerbach and the end of classical german philosophy*.

41 Que consistia, entre outras coisas, em Feuerbach negar o valor explicativo das “mediações” especulativas de Hegel.

noções de totalidade e de racionalidade histórica, categorias fundamentais da dialética hegeliana, ao mesmo tempo em que fornecia a essas categorias uma sólida base materialista, depurando-as dos exageros e fantasias advindos de seu caráter abstratamente especulativo, bem como de suas consequências politicamente conciliatórias e conservadoras.

A categoria de práxis, enquanto “mediação material ativa” (Sampaio; Frederico, 2006, p. 57), dá assim nova vida ao método de Hegel, articulando-o com um materialismo agora não mais contemplativo, como o de Feuerbach, mas que ao mesmo tempo se mantém fiel à correta crítica deste último ao lado idealista e especulativo da dialética hegeliana. É por isso que Sampaio e Celso Frederico argumentam, com elegância, que:

Nem Hegel, do fundo obscuro de suas metamorfoses ideais, nem Feuerbach, da superfície clara de suas constatações empíricas, jamais poderiam alcançar a noção de uma *mediação material ativa*, como a contida no conceito revolucionário de práxis. E é justamente aí que se vai introduzir o núcleo racional de uma dialética “desmistificada”, que se vai propor um materialismo racional [...] (Sampaio; Frederico, 2006, p. 57)

Marx, a partir deste movimento, pensando “a *totalidade* hegeliana no mundo da matéria”, terá estabelecido a base de “um novo materialismo, não mais empírico como o precedente, mas dialético.” (idem, p. 59-60) E revolucionário.

O horizonte epistemológico do marxismo, portanto, traz consigo uma parcialidade axiológica comprometida com a indivisibilidade da acuidade analítica e da exigência emancipatória, nos termos mais realistas e pragmáticos possíveis.

Sabemos que se faz ciência para se compreender melhor o real, e que o real não se esgota nas aparências. Tal compreensão, contudo, não pode mais ser um fim em si mesma, não pode mais ser meramente contemplativa, nem tampouco subordinada ao capital, sob o risco não só da perpetuação da exploração, mas de destruição de suas próprias condições de realização futura, a começar pela própria vida na Terra; urge, assim, que a ciência se torne práxis emancipatória.

Também sabemos que o conhecimento é uma produção social, um patrimônio da humanidade – pois para o seu desenvolvimento não foram e são necessários somente os “gênios criadores”, mas gerações de multidões anônimas que

permitiram e permitem a esses “gênios” trabalhar. Deve, portanto, servir a todos, constituindo-se em instrumento de libertação e melhoria da vida de todos. Este é o fundamento lógico e histórico da *parcialidade axiológica* aqui defendida.

Além disso, se Bourdieu (1999) está correto ao afirmar que mesmo o nível técnico da prática científica está impregnado, consciente ou inconscientemente, das teorias que o fundamentam, as quais, por sua vez, são desdobramentos lógicos consciente ou inconscientemente desenvolvidos a partir de uma ontologia e de uma concepção da história e da sociedade contidos no campo epistêmico ou paradigmático dos quais se desdobram, como é que a neutralidade axiológica pode ser efetivamente neutra, seja na totalidade de uma pesquisa, como propõe em outros termos o positivismo, seja somente em seu desenvolvimento, segundo a solução de Weber? No dizer de Mészáros (1993, p. 52): “A dimensão ideológica envolve tanto a formulação dos problemas em si quanto a elaboração de determinadas soluções para eles [...].”

Em outras palavras, a partir de uma epistemologia marxiana, a ciência deve ser entendida como um permanente processo de desvelamento emancipatório das contradições opressivas do real histórico e do real lógico. Essa concepção não é fruto de um imperativo ético abstrato. Ao contrário, o imperativo ético concreto da solidariedade socialista (ou da cidadania ampliada) é *logicamente* inferido desse ponto de vista. Pois o homem só se faz plenamente humano sendo o sujeito consciente do seu próprio destino, de sua vida. Para viver, precisa trabalhar, isto é, produzir e reproduzir, a partir de situações concretas, necessidades e projetos, suas condições – materiais e espirituais – de existência. O homem se faz humano, portanto, sendo sujeito consciente do seu trabalho.

Com a complexificação da divisão do trabalho, que acarreta o desenvolvimento das necessidades para além daquelas estritamente naturais, a satisfação das necessidades de cada um depende cada vez mais do trabalho dos outros. A partir de um dado estágio, a impossibilidade de alguém suprir o conjunto de suas próprias necessidades individuais, sozinho, com o próprio trabalho, torna-se absoluta: a satisfação das necessidades de cada um depende, como sempre, mas cada vez mais, de trabalho social. Portanto, como o homem só pode viver em sociedade, o conjunto dos homens só se faz plenamente humano quando todos os homens se tornam sujeitos conscientes do trabalho social, isto é, o planejam, executam e desfrutam conforme suas próprias decisões, conscientes e comuns.

Por essas razões, negar a um único indivíduo que seja a possibilidade de exercer sua humanidade enquanto sujeito consciente, em colaboração com outros sujeitos conscientes, negar-lhe o poder de participar conscientemente da definição da forma e dos objetivos desse trabalho social, bem como do consumo de seus frutos, é negar-lhe a humanidade de que é potencialmente possuidor, transformando-o de sujeito em objeto de um mecanismo *estranho* e *opressor*, que atende atualmente pelo eufemismo “mercado”.

É por isso que Marx afirmou que a humanidade ainda vive na pré-história. E é por isso também que a décima primeira tese sobre Feuerbach – “Os filósofos têm apenas *interpretado* o mundo de maneiras diferentes; a questão, porém, é *transformá-lo*” – não é uma negação da filosofia, mas um apelo à implementação de suas grandes conquistas. Uma delas, sem dúvida, no plano moral, é o imperativo categórico kantiano que interdita a conversão do sujeito em objeto (Kant, 2009). A necessidade de *realizar* o imperativo, de materializá-lo, isto é, objetivá-lo, institucionalizá-lo (uma vida ética institucionalizada é o sentido último da noção de *sittlichkeit*, de Hegel [1997]), é o que se pode inferir da passagem na qual Marx tece o elogio ao radicalismo da “teoria alemã”, por esta concluir a crítica da religião “com a doutrina de que o homem é o ser supremo para o próprio homem”, conduzindo ao “*imperativo categórico de derrubar todas as condições* em que o homem surge como um ser humilhado, escravizado, abandonado, desprezível”. (Marx, 2005, 151)

Entretanto, ao tomar conta do mundo, o “mercado”, isto é, o capital, aos poucos transfere sua composição classista original, ainda que sob formas diversas, para o resto do planeta, convertendo, sob matizes variados, todas as classes hegemônicas em *burguesia*, e todas as classes exploradas em *proletariado* (muitas vezes sob a condição de “exército de reserva”), globalizando assim as contradições de classe que lhe são inerentes, para além das diferenças étnicas, culturais etc.. É isso, aliás, o que finalmente permite pensar na realização das condições necessárias para a unificação internacional do trabalho em sua luta contra o capital.

A informação midiaticizada, na teoria e na prática, tem uma importante tarefa a desempenhar nessa luta, tendo em conta inclusive o seu não desprezível papel (atual e potencial) na formação dos gostos, sobretudo diante da percepção de que as formas mais brutais de desgosto – fome, violência etc. – são intimamente dependentes da captura dos gostos, hegemonicamente efetuada pelas ITCs a serviço do capital.

Há ainda quem diga que não há alternativa ao capital, e não são poucos. É certo que não há nenhuma alternativa garantida. Mas é igualmente certo que a colaboração entre as pessoas é uma marca pelo menos tão forte na história quanto a competição e o conflito, e, mesmo que assim não fosse, a exigência ética da solidariedade socialista (ou da cidadania ampliada) – que, para realizar-se, parte do movimento dialético que articula a colaboração de classe em meio ao conflito / luta de classes – não se sustenta somente em termos de imperativos políticos e morais externos ao debate epistemológico, mas também com base em posições internas a este debate – pois, como visto, essas questões interferem, e isso é inevitável, na formulação do objeto, na orientação metodológica etc. Como lembra corretamente Ilyenkov: “A solução do problema corresponde à sua formulação.”

A exigência desta ética, além disso, é realista, por ser cultivada pelo próprio individualismo reinante sob o regime do capital, ainda que de forma contraditória e mascarada. Pois se o indivíduo não quer ter sua própria individualidade diminuída ou destruída, deve concluir que a solidariedade é a culminância racional do individualismo, sua realização radical, enquanto o egoísmo é o estágio infantil da individualidade – é ignorância, ressentimento ou covardia: porque, ainda que houvesse uma “natureza humana” supra histórica e essencialmente egoísta, conforme a posição aparentemente reinante (e altamente questionável), o imperativo da vida em sociedade e o atual estado de desenvolvimento da ciência e das tecnologias (em termos positivos), bem como os riscos entrópicos que o capitalismo produz em escala cada vez maior (em termos negativos), tornam o projeto de uma cidadania ampliada enquanto sistema político e a solidariedade enquanto princípio ético perspectivas racionais e mesmo necessárias, não só para uma maior racionalidade econômica em termos gerais, mas igualmente para uma maior satisfação de prazeres e ambições individuais de sujeitos realistas que tenham ultrapassado o egoísmo infantil, ressentido e covarde da consciência burguesa espontânea.

Além disso, um individualismo radical, calcado em um egoísmo inteligente e ambicioso, é solidário, pois o maior prazer é sempre com os outros (ou sem que os outros perturbem), não contra os outros, a não ser de forma ressentida ou derivada (vingança). E, no geral, quanto mais satisfeitas estão as pessoas de um modo não egoísta, isto é, quanto menos ressentidas, frustradas, menos elas tendem a perturbar, ameaçar, menos elas são desagradáveis.

Se isso está correto, não se trata, pois, da defesa de imperativos éticos que nada tenham a ver com a ciência, mas de uma encruzilhada histórica cujos riscos e promessas a ciência não pode se abster de considerar com seriedade.

Essa ideia se encontra sintetizada no seguinte desafio proposto por Emir Sader:

Trata-se, pelo trabalho intelectual, de decifrar o enigma do mundo contemporâneo entre uma capacidade tecnológica que permite aos homens fazer coisas cada vez mais incríveis e uma grande massa da humanidade que não consegue ter acesso sequer a bens básicos para sua subsistência. Decifrar o enigma entre o potencial de transformações do mundo que a ciência e a tecnologia colocam à disposição da humanidade e o sentimento de impotência total que as pessoas sentem.⁴²

A informação midiaticizada poderia contribuir positivamente para reverter esse sentimento de impotência, ou ao menos para acelerar essa reversão tão necessária, pois uma transformação profunda da sociedade é impensável sem a mobilização das massas, sem que elas tomem gosto por essa possibilidade. E as massas só podem ser mobilizadas se for possível demonstrar – racional e emocionalmente – que uma tal transformação é viável e desejável. Isso requer produção, organização, difusão de informação, relevante e crítica.

O universo discursivo das ITCs, porém, não somente desconsidera a perspectiva da cidadania ampliada, como também o risco de entropia sociometabólica que o capital alimenta, limitando-se a dramatizar, quando o faz, apenas um de seus aspectos, o ecológico, e mesmo assim sem ir a fundo em suas causas: o problema ecológico só pode ser resolvido em conjunto com o problema social, isto é, com o problema econômico de fundo, a subordinação do trabalho (e de tudo mais) ao capital e a seu imperativo cego de reprodução ampliada.

É preciso que as pessoas saibam disso e sintam essa urgência, é preciso que tomem conhecimento de que há condições técnicas e materiais para se resolver a maior parte dos males que afligem a humanidade e a vida no planeta em geral. A realidade atual, em si mesma, contribui para isso negativamente, na medida em que se torna cada vez mais óbvia a inviabilidade insuportável do modelo vigente. Mas isso não basta. E é aí que se mostra mais uma vez a dimensão política do gosto e o importante papel mediador da informação.

42 SADER, Emir. Intelectuais na globalização. *Jornal do Brasil*. Sábado, 19 / 02 / 2005. Documento eletrônico: <http://jbonline.terra.com.br>. Acesso em: fev. 2005.

3. FETICHE DO VALOR E LUTA DE CLASSES

Lutas políticas e socioeconômicas constituem uma unidade dialética e conseqüentemente a negligência da dimensão socioeconômica despoja a política de sua realidade. (Mészáros, 2002, p. 566)

Hoje, mais do que nunca, devemos retornar a Lênin: sim, a economia é o domínio chave, a batalha será decidida aí [...] mas a intervenção deverá ser de ordem política, não econômica. (Zizek)⁴³

É importante nesse momento da exposição efetuarmos um pequeno desvio em relação ao nosso tema central, que será retomado em seguida. Esse desvio é metodologicamente necessário, na medida em que nos conduz ao debate atual em torno de um fundamento central do marxismo, a relação entre as noções de *fetichismo do valor e luta de classes*. A defesa do caráter logicamente complementar de ambas, de um lado, ou, de outro, a tese de que “o Marx do fetichismo do valor” permanece atual, enquanto “o da luta de classes” estaria superado, formam uma encruzilhada teórica decisiva, tanto para o desenvolvimento de nosso estudo, em particular, quanto para a práxis voltada à implementação da cidadania ampliada, em termos mais amplos.

A tese aqui defendida é que esta complementaridade – negada por Robert Kurz, importante autor marxista contemporâneo, recentemente falecido – é necessária para uma compreensão correta das contradições sociais atuais do capitalismo, do papel das ITCs nos dias de hoje, para a emergência de uma renovada consciência de classe e, conseqüentemente, para a elaboração de novas práxis para além do capital.

Quanto ao último ponto, há cerca de duas décadas Perry Anderson (1985, p. 31) observou com acerto: “Mais do que uma ‘miséria da teoria’, o que o marxismo posterior ao marxismo ocidental continua a partilhar com seu predecessor é uma ‘miséria da estratégia’.” Ou seja, apesar da riqueza da fortuna teórica do “marxismo ocidental” nos campos da epistemologia, da estética e da filosofia, haveria uma carência de reflexões teóricas de cunho estratégico.

43 ZIZEK, Slavoj. Have Michael Hardt and Antonio Negri Rewritten the Communist manifesto for the Twenty-First Century? In: *Rethinking Marxism*, no. 3/4, 2001. Documento eletrônico: <http://lacan.com/zizek-empire.htm>. Acesso em: jun 2006.

Poucos anos antes de Anderson, o “velho” Lukács, em entrevista a Leandro Konder, embora sem se referir propriamente ao “marxismo ocidental”, toca nessa questão, ao criticar a herança “taticista” de Stálin: “A teoria fica reduzida à condição de escrava da prática e a prática perde sua profundidade revolucionária. Os efeitos de semelhante situação são catastróficos.”⁴⁴

Ou seja, de um lado a reivindicação da atualidade da crítica marxiana ao *fetichismo do valor* associada ao abandono da noção de *luta de classes*. É o caso de Robert Kurz. De outro, o “taticismo” criticado por Lukács, que tem sido nas últimas décadas a marca – ao menos aparente – dos principais partidos de esquerda ao redor do mundo. O quadro resultante é uma ausência de estratégias capazes de, à luz das vitórias obtidas e fracassos sofridos ao longo do século XX, oferecer alternativas realistas, isto é, factíveis e capazes de mobilizar as massas no início do século XXI.

Um dos objetivos deste livro é contribuir, ainda que modestamente, para a elaboração desta estratégia, trazendo para o debate a ação ideológica das ITCs na subordinação do trabalho ao capital mediante seu papel na formação e na captura dos gostos, bem como o *potencial* revolucionário dos gostos, cuja *atualização* depende em grande parte de uma apropriação social das ITCs.

Neste ponto da investigação, averiguaremos se essa “miséria da estratégia” deve-se, ao menos em parte, a uma espécie de cisão teórica efetuada por algumas das principais correntes do “marxismo ocidental”:⁴⁵ de um lado, a tese da “integração da classe operária” e o consequente abandono da questão da “luta de classes”, posição assumida, entre outros, por Adorno, Horkheimer, Marcuse, Habermas e, mais recentemente, Robert Kurz, que em certa medida pode ser considerado uma espécie de herdeiro heterodoxo de “Frankfurt”; de outro, a conhecida tese althusseriana conforme a qual a problemática do fetichismo da mercadoria, da reificação e da alienação seriam resíduos idealistas do jovem Marx; por fim, a marginalidade a que foi lançada a própria crítica da economia política, no âmbito dos estudos neogramscianos de teor culturalista.

44 Ver “A Autocrítica do Marxismo”, entrevista concedida a Leandro Konder e publicada no *Jornal do Brasil*, em 24-25 de agosto de 1969. In: PINASSI, Maria Orlanda e LESSA, Sérgio (orgs.) *Lukács e a atualidade do marxismo*, p. 126.

45 Para não mencionar os rumos no geral catastróficos tomados pelo “marxismo oriental”. A este propósito, o processo em curso na China de hoje, por si só, mereceria uma série de estudos específicos. Infelizmente, tal tarefa foge aos objetivos deste trabalho. Para uma boa introdução ao tema, bem como para uma visão alternativa à noção de catástrofe referente aos destinos do modelo soviético e chinês, ver LOSURDO (2004).

No primeiro caso, a adesão de grande parte do movimento operário alemão ao nazifascismo e, posteriormente, a políticas reformistas de cunho social-democrata é o que justificou o esvaziamento da crença dos intelectuais ligados à escola de Frankfurt e, provavelmente, de outros, no potencial revolucionário do proletariado.

Vale aqui lembrar que Mészáros denuncia essa suposta “integração da classe operária” como “um truísmo ou um absurdo”, por se tratar de uma generalização, no tempo e no espaço, de um fenômeno limitado ao curto período de bonança capitalista do pós-guerra (dos anos 50 aos anos 70), e em uma pequena parte do mundo”: Europa Ocidental, EUA, Japão e Austrália.

O argumento de Mészáros, além de se fundamentar na crítica histórica, parte do princípio lógico de que, sob o regime do capital, uma integração parcial da classe operária é inevitável, pois tanto o capital necessita de uma determinada quantidade de trabalho para existir e crescer, quanto os trabalhadores só podem se reproduzir na condição de trabalhadores. Ao mesmo tempo, uma integração plena do proletariado é técnica e logicamente impraticável, dado o antagonismo estrutural entre capital e trabalho:

Dizer [...] que a classe trabalhadora é “integrada” é um truísmo ou um absurdo. É um truísmo porque a classe trabalhadora é necessariamente “integrada”, visto que não pode deixar de ser parte essencial da sociedade na qual, em qualquer época (e lugar) ela deve se reproduzir ao mesmo tempo em que produz e reproduz as condições de existência da referida sociedade como um todo. E é um absurdo porque a categoria geral do *trabalho*, enquanto oposto e antagonista estrutural do *capital*, refere-se à *totalidade* do trabalho, do qual só *partes* específicas podem ser eventualmente “integradas” em uma sociedade particular em um determinado ponto da história. (Mészáros, 2004, 135)

Em todo caso, a desilusão com o destino da URSS e com sua orientação hegemônica dos PCs do mundo contribuiu para que questões de ordem econômica ou político estratégica cedessem lugar a temáticas de cunho epistemológico, estético etc. E o campo de ação de boa parte dos intelectuais marxistas deslocou-se dos partidos em direção à academia. (Anderson, 1985)

Diante desta “miséria da estratégia”, que tem marcado o pensamento marxista nas últimas décadas, talvez seja o momento de revermos a teoria de Marx a partir dela própria, sem a pretensão de uma interpretação original, mas com

o objetivo de resgatar uma ideia central: só se pode entender o *fetichismo do valor* a partir da *luta de classes* e só se pode entender a última a partir do primeiro, tendo em vista as contradições entre forças produtivas (conjunto que envolve a força de trabalho, a ciência e os meios de produção – a natureza, instrumentos e objetos de trabalho) e relações de produção, que condicionam a gestação, o desenvolvimento e o colapso dos diversos modos de produção através da história. (Marx, 1977, 24-5)

É sabido que Marx morreu antes de desenvolver uma análise e uma exposição mais sistemáticas da luta de classes e de suas conexões profundas com o fetichismo do valor. Contudo, isso não significa que não tenha deixado importantes indicações a este respeito ao longo de sua obra, especialmente em *A Guerra Civil na França*, *A Luta de Classes na França* e no *18 Brumário*, sem falar no *Manifesto Comunista* e em algumas passagens do *Capital*.

Parte dessas indicações mediará a discussão que segue, que deve começar pela confrontação de alguns princípios do marxismo “ortodoxo” do jovem Lukács – de *História e Consciência de Classe* –, um dos fundadores do “marxismo ocidental”, com a “heterodoxia” de Kurz, um importante pensador marxista “ocidental”, falecido em 2012. Esta confrontação se justifica metodologicamente devido à “pureza” de ambas as posições, em sua divergência quanto ao tópico que nos interessa, permitir uma visão clara do que está em jogo.

Lukács, em *História e Consciência de Classe*, destaca a herança hegeliana, na figura da categoria dialética da totalidade, como o elemento central da essência revolucionária da “ciência marxista”, em detrimento dos motivos econômicos:

Não é o predomínio de motivos econômicos na explicação da história que distingue de maneira decisiva o marxismo da ciência burguesa, mas o ponto de vista da totalidade. A categoria da totalidade, o domínio universal e determinante do todo sobre as partes constituem a essência do método que Marx recebeu de Hegel e transformou de maneira original no fundamento de uma ciência inteiramente nova. (Lukács, 2003, p. 105)

Esse deslocamento da crítica da economia política de sua posição privilegiada no método de Marx tornou-se uma marca do marxismo ocidental, com ênfases e formas variadas – hegelianismo, freudismo, estruturalismo, culturalismo –, sob a rubrica comum de recusa ao “economicismo” ou “reducionismo econômico”.

Kurz, por outro lado, ao longo de sua obra, permanece fiel a Marx, no que tange à centralidade da crítica da economia política em suas análises sociais. Todavia, ele insiste que o “marxismo do movimento operário”, teoricamente orientado pelo “Marx da luta de classes”, estaria historicamente superado, enquanto o “outro Marx”, o da crítica ao fetiche do valor, seria mais atual do que nunca: “O Marx dos operários e da luta de classes cai em desgraça, mas o crítico radical do fetichismo e da forma-valor continua de pé e só agora passa a ser efetivo.”⁴⁶

Acreditamos que Lukács estivesse errado ao minimizar a importância dos motivos econômicos em Marx,⁴⁷ e Kurz ao abandonar a problemática da luta de classes no quadro de uma crítica ao capitalismo contemporâneo. É o que se tentará demonstrar agora, partindo da ideia de que não se pode perder de vista a necessidade de repensarmos as noções de *fetiche do valor* e de *luta de classes* para além do economicismo e do sociologismo, reintegrando-as numa perspectiva dialética totalizante e materialista, que seria a do próprio Marx. Antes, porém, julgamos necessário alguns esclarecimentos de ordem conceitual, sobre as principais categorias da crítica da economia política marxiana.⁴⁸

Começemos pela noção de *fetiche do valor*. *Fetiche do valor* é tanto um conceito, que busca explicar de modo crítico um fenômeno específico do capitalismo, quanto o nome atribuído por Marx ao próprio fenômeno. É, portanto, uma expressão que possui ao mesmo tempo um valor explicativo e descritivo.

Trata-se de um princípio de socialização invertido, que converte as pessoas em suportes para a produção e permuta de mercadorias, com o fim de transformar valor em mais valor, de modo que o capital, em suas diversas encarnações – dinheiro, meios de produção, mercadorias –, se torna o verdadeiro sujeito social, cuja única meta é crescer, e as pessoas, objetos desse crescimento.

46 KURZ, Robert. *A Intelligentsia depois da luta de classes*. Documento eletrônico: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz38.htm>. Acesso em: dez 2004.

47 O próprio Lukács viria a admitir esse equívoco no prefácio a uma edição de 1967 da mesma obra, conforme veremos a seguir. Como nos informa Carlos Nelson Coutinho: “[...] o velho Lukács estava plenamente consciente da importância da crítica da economia política na constituição do método filosófico de Marx, o que não lhe aparecia de modo tão claro em *História e Consciência de Classe*.” Ver Lukács, *a Ontologia e a Política*. In: ANTUNES, Ricardo e DOMINGUES LEÃO RÉGO, Walquíria. Lukács. Um Galileu no século XX, p. 17.

48 As definições que seguem podem parecer desnecessárias para o leitor mais familiarizado com as categorias da crítica da economia política marxianas. Optou-se por incluí-las neste momento da exposição por razões didáticas, na expectativa de que um eventual prejuízo na fluência da leitura daqueles que já dominam essas questões é compensado pelo esclarecimento prestado àqueles que não as dominam.

A *mercadoria* é uma coisa produzida pelo homem. Possui a propriedade de satisfazer necessidades humanas (seu *valor de uso*), “provenham do estômago ou da fantasia”, e uma expressão de valor (seu *valor de troca*), que permite equipará-la ao valor de outras mercadorias em função da permuta. Mas nem todas as coisas úteis produzidas pelo homem são mercadorias: uma coisa só se torna mercadoria a partir do momento em que é produzida não para o uso, mas para a troca, e isto só ocorre quando deixa de ser útil para o seu produtor e torna-se útil para outra pessoa, que por sua vez deve dispor de uma outra mercadoria para trocar, que não lhe seja útil mas que o seja para o primeiro elemento da permuta. A mercadoria é portanto uma coisa social, ou a materialização de trabalho humano em um valor de uso passível de permuta por outras mercadorias. Embora a troca de mercadorias tenha existido antes do capitalismo, o capitalismo é o primeiro modo de produção na história onde a quase totalidade das atividades produtivas é destinada à produção e troca de mercadorias.

O preço das mercadorias é a expressão monetária do seu valor, embora geralmente não lhe corresponda exatamente em magnitude, devido a fatores cuja explanação escapa dos limites deste trabalho (sobre este ponto, ver Marx, *O Capital*, capítulo III: O dinheiro ou a circulação das mercadorias).

O dinheiro, por sua vez, também é uma mercadoria. Seu valor de uso primário é sua propriedade social de equivalente universal, ou seja, de meio de circulação (ou troca), mercadoria “líquida”, passível de ser permutada por qualquer quantidade de qualquer outra mercadoria de valor equivalente ao seu.

Assim como a forma mercadoria, o dinheiro existia antes do capitalismo. Mas só se transforma em capital, transcendendo sua natureza original de meio de circulação, quando trocado pelas mercadorias meios de produção (recursos naturais, instrumentos de produção – instalações, máquinas e ferramentas – e objetos de produção – matérias primas) e, sobretudo, força de trabalho (na forma de salário) com o objetivo de se multiplicar, sendo a força de trabalho a única mercadoria capaz de efetuar esse milagre de multiplicação, já que transfere ao produto um valor superior ao seu próprio, que corresponde, como aliás o valor de qualquer mercadoria, ao valor do conjunto de mercadorias necessárias à sua produção e reprodução: alimentos, roupas, habitação etc. Já os meios de produção não geram, somente transferem valor.

Mas o que, afinal, é o valor? Como mensurá-lo?

Para Marx, o valor não é um dado neutro, a ser apreendido em sua pretensa materialidade por uma supostamente objetiva ciência econômica, mas uma abstração funcional destrutiva, que constitui o cerne das relações sociais regidas pelos imperativos do capital. É uma vacuidade substancial ativa, em sua materialidade de sintoma histórico de um dado modo de produção, e não uma categoria supra histórica, que somente expressaria determinadas quantidades de trabalho ou níveis de demanda, nem um predicado, uma qualidade intrínseca às coisas. Trata-se antes de um conceito teórico e de uma noção prática do universo de permuta de mercadorias, conceito e noção resultantes de uma forma historicamente específica de extração de trabalho excedente enquanto fim em si mesma, no benefício de poucos que se apropriam dos frutos desse trabalho excedente em função da posição privilegiada que ocupam em meio às relações de produção: grandes proprietários, acionistas, rentistas e seus prepostos.

“Valor” serve para se pensar criticamente o problema da comensurabilidade na permuta de mercadorias distintas, abstraídas as suas propriedades materiais, a despeito de seu valor de uso e das necessidades humanas, embora não possua existência empírica.

A distinção conceitual de Marx entre valor e preço é fundamental para que se entenda corretamente sua teoria econômica. A demanda tem influência direta nos preços, não nos valores. Quanto a estes, a demanda só os pode influenciar indiretamente, por exemplo no caso de um aumento de demanda que estimule o desenvolvimento de novas tecnologias, as quais aumentam a produtividade daquele ramo produtivo, reduzindo assim o valor unitário de cada produto mediante um acréscimo na extração de mais valia relativa. Isso interessa diretamente a uma crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura, sobretudo na medida em que a escala de socialização dos bens simbólicos, conseqüentemente do repertório de gostos e referências culturais de uma sociedade, dependerá, sob o domínio do capital, da propriedade desses bens de valorizarem valor, acima de quaisquer outros critérios.

O valor, em suma, é um princípio de comensurabilidade, uma referência para a troca: *isto vale tanto daquilo*. O dinheiro, os meios de produção e as mercadorias, enquanto encarnações do capital, são *formas materiais* do valor. Sua *substância* é o trabalho humano abstrato, trabalho qualitativamente diferenciado e quantitativamente mensurável. Sua *magnitude* é determinada pelo tempo de trabalho médio socialmente necessário.

Trabalho abstrato é o trabalho enquanto dispêndio de energia humana que todas as mercadorias têm em comum, independente da natureza do trabalho e da mercadoria; é uma abstração das propriedades concretas das diversas formas de trabalho, igualando-as enquanto substância do valor. *Trabalho concreto*, em oposição a trabalho abstrato, é a atividade humana efetiva, que produz valores de uso, isto é, coisas úteis. Não pode haver trabalho abstrato sem trabalho concreto, embora possa haver trabalho concreto sem trabalho abstrato, no caso de algo não ser produzido para a troca mercantil. Assim, não são as propriedades concretas do trabalho e do produto que diferenciam as noções de trabalho concreto e trabalho abstrato, mas sua função social. A mercadoria, assim, enquanto valor de uso, é fruto de trabalho concreto; enquanto valor, de trabalho abstrato. Deste modo, o caráter abstrato do trabalho humano, cuja centralidade econômica é específica do modo de produção capitalista, produz valor, mas não valores de uso, enquanto seu caráter concreto, em si mesmo, produz valores de uso mas não produz valor.

Já o *tempo de trabalho médio socialmente necessário*, que determina a magnitude do valor das mercadorias, é nem mais nem menos do que o tempo normalmente requerido para a produção de mercadorias em um dado estágio de desenvolvimento das forças produtivas em um determinado universo econômico. Não importa se um produtor individual contrai este tempo, ou, se pelo contrário, o dilata: o valor da mercadoria continua o mesmo; dito de outro modo, o valor não é determinado pela produtividade de cada unidade produtiva, mas pelo padrão de produtividade dominante no conjunto da produção.

O tempo de trabalho médio socialmente necessário é alterado periodicamente pelo desenvolvimento das forças produtivas, isto é, quando a média de tempo socialmente necessário para a produção de determinada mercadoria diminui, em função do desenvolvimento de novas tecnologias, das habilidades do conjunto dos trabalhadores etc. Também pode ser retardado, em função de guerras ou desastres de amplas proporções.

O *valor*, como o capital, não é uma coisa, mas o princípio norteador abstrato da forma como os homens produzem e reproduzem sua vida em sociedade sob o modo de produção capitalista. Ele só adquire essa função a partir da transformação da força de trabalho humana em mercadoria e das pessoas em máquinas de trabalho abstrato, no circuito da produção de coisas úteis mutuamente permutáveis, ou seja, mercadorias. Isto requer um determinado nível de

desenvolvimento das forças produtivas e das relações de produção, calcadas na alienação dos produtores dos meios de produção.

O valor, portanto, não se torna um fetiche somente por ser um princípio abstrato, mas na medida em que organiza o conjunto das relações sociais, subordinando o homem ao imperativo de sua expansão contínua, a despeito de tudo e de todos. É o coração e a alma do capital, encarnado ora em dinheiro, ora em meios de produção, ora em mercadorias.

O capitalismo, enfim, é o sistema social do capital, no qual as pessoas não produzem para consumir, mas são consumidas para produzir mais valor, onde a produção e o consumo humanos convertem-se de fins em meios para a transformação de valor em mais valor, ou de capital em mais capital, acima de quaisquer outros critérios. Esta transformação é a finalidade que orienta o conjunto das atividades humanas sob o capitalismo. A própria utilidade das coisas, seu valor de uso, torna-se refém de seu valor: em linguagem comum, as coisas só são produzidas se a produção for mais lucrativa que a de outras coisas, o que faz da satisfação de necessidades humanas um fator secundário e subordinado do processo. Isto acaba determinando, em grande medida, ao longo do tempo, a própria noção social do que é ou não útil.

Por essas razões, autores como Rubin e Kurz consideram a noção de fetiche do valor (ou fetichismo da mercadoria) o cerne da teoria econômica de Marx. Rubin (1980, p. 16) chega mesmo a afirmar que a “teoria do fetichismo da mercadoria’ [...] poderia ser chamada, com maior exatidão, de teoria geral das relações de produção na economia mercantil-capitalista.” É uma teoria econômica e, ao mesmo tempo, uma teoria histórica e social, centrada na análise crítica do capital, mas que não se restringe a ele. É nesse sentido que a economia, significando o modo como os homens produzem e reproduzem coletivamente suas condições de vida, ocupa uma posição metodológica de destaque na análise marxiana da sociedade e da história como um todo.

Com o objetivo de desfazer mal-entendidos resultantes de uma má leitura deste princípio metodológico, ou mesmo de uma boa leitura feita de má fé, já esclarecia Engels:

De acordo com a concepção materialista da história, o elemento *finalmente* determinante é a produção e a reprodução da vida social. Nem Marx nem eu asseveramos mais do que isso. Logo, se alguém torce isso, dizendo que o

elemento econômico é o *único* determinante, ele transforma aquela proposição em uma frase sem sentido, abstrata e tola. (ENGELS in FERNANDES, 1989, p. 132.)

Ou, na formulação de Kosik:

A economia não é apenas produção dos bens materiais: é a totalidade do processo de produção e reprodução do homem como ser humano-social. A economia não é apenas produção de bens materiais; é ao mesmo tempo produção das relações sociais dentro das quais esta produção se realiza. (2002, p. 191)

Esta noção geral de economia refere-se ao conjunto das forças produtivas e das relações de produção que compõe qualquer modo de produção. Já a teoria do fetiche do valor, partindo da noção geral, desvela a forma específica como se dá a “produção e a reprodução da vida social” sob o modo de produção capitalista. Por outro lado, embora o fetiche do valor (ou fetichismo da mercadoria) seja uma especificidade do sistema do capital, o fetichismo em geral – entendido como o processo não consciente mediante o qual as pessoas atribuem a algo ou alguém exterior a elas poderes sobre si próprias, poderes esses que, na realidade, são elas que possuem – atravessa toda a nossa “pré-história”, assumindo em cada época expressões variadas:

Nos modos de produção asiáticos, o Filho do Céu ou Imperador Divino assume essa função, e no feudalismo, o solo. O dinheiro, como uma das muitas formas do fetichismo, existe em todas essas sociedades, mas ainda não possui a função geral de representar a socialização inconsciente, que adota outras formas.⁴⁹

Nesse sentido, “fetichismo” se converte praticamente em sinônimo de reificação (coisificação), termo caro a Lukács, que significa a desistoricização, ou naturalização, das relações sociais, convertendo os sujeitos em objetos (coisas) de forças sociais que escapam ao seu controle e compreensão. É, aliás, a partir do conceito de reificação que Lukács problematiza a consciência de classe como necessária para a práxis revolucionária, única atividade capaz de superar a reificação das relações sociais, conforme veremos mais detidamente adiante. O marxismo é então entendido como o fundamento teórico ou científico necessário dessa consciência e dessa práxis. Mas o que exatamente municia o marxismo

49 Cf. KURZ (1993), Pequeno Glossário.

desta capacidade, desta potência? É neste ponto que a articulação da noção de *fetichismo do valor* com a de *luta de classes* enquanto “motor da história” (*Manifesto Comunista*) revela todo o seu vigor teórico e político, pois o primeiro só pode ser superado pela ação consciente de um sujeito social revolucionário, ao mesmo tempo em que cria as condições para a sua emergência. É por isso que uma crítica ao fetichismo do valor, por mais acurada que seja, que abandone a questão da luta de classes, revela-se uma crítica impotente.

Como vimos, para Lukács, em *História e Consciência de Classe*, o que faz do marxismo uma ciência revolucionária é, mais do que sua ênfase metodológica na economia, o ponto de vista da totalidade:

A ciência proletária é revolucionária não somente pelo fato de contrapor à sociedade burguesa conteúdos revolucionários, mas, em primeiro lugar, devido à essência revolucionária do seu método. *O domínio da categoria da totalidade é o portador do sentido revolucionário na ciência.* [...] com Marx a dialética hegeliana tornou-se [...] uma “álgebra da revolução”. (Lukács, 2003, p. 105-6)

O ponto de vista da totalidade, além disso, só seria acessível a um sujeito social, a uma classe que fosse ela mesma uma totalidade, cujo interesse representasse o interesse universal da humanidade, a classe operária.

Lukács chega mesmo a afirmar que “todo o sistema do marxismo se desfaz com o princípio de que a revolução é o resultado de um ponto de vista em que a categoria da totalidade é dominante.” (idem, p. 109)

Mas por que atribuir à categoria da totalidade do método dialético esta centralidade revolucionária *em detrimento* da crítica da economia política? Se assim fosse, o marxismo não seria necessário, restando Hegel suficiente. Como diz Kosik:

[...] a totalidade como meio conceitual para compreender os fenômenos sociais permanece abstrata se não se põe em evidência que tal totalidade é totalidade de base e superestrutura, bem como de seu movimento, desenvolvimento e relações recíprocas, embora cabendo à base um papel determinante. (2002, p. 60)

Löwy (1985, p. 17) é ainda mais específico, quando afirma categoricamente que “a diferença entre a dialética materialista de Marx e a dialética idealista

de Hegel está na importância determinante da economia no desenvolvimento histórico da obra de Marx”.

O próprio Lukács, no prefácio de 1967 de *História e Consciência de Classe* (que não consistiu em mais uma “autocrítica” sob coação), reconhece o fato e “calibra” essa dessimetria – minimizar a importância da economia em relação a uma hipertrofia da “totalidade”:

[...] surgia em mim um exagero hegeliano, porquanto opunha a posição metodológica central da totalidade à prioridade da economia: “Não é o domínio de motivos econômicos na explicação da história que distingue de maneira decisiva o marxismo da ciência burguesa, mas o ponto de vista da totalidade.” Esse paradoxo metodológico acentua-se ainda mais porque a totalidade era vista como a portadora categorial do princípio revolucionário da ciência [...] (2003, p. 21, nota)

Tal “exagero”, porém, era em parte justificável, tendo em vista a necessidade conjuntural de se combater o reducionismo economicista, de coloração positivista, de boa parte da II Internacional. Contudo, como Marx inequivocamente põe em primeiro plano a análise e a crítica econômica para a compreensão da composição da luta de classes, epistemológica e politicamente nenhuma “ortodoxia” marxista deveria relevar este ponto, sintetizado na célebre passagem da *Contribuição à crítica da economia política*, na qual Marx demonstra que é sobre a estrutura econômica da sociedade que se eleva a superestrutura, que o “modo de produção da vida material condiciona o desenvolvimento da vida social, política e intelectual em geral” (Marx, 1977, p. 24-5), que contradições agudas entre forças produtivas e relações de produção gestam períodos revolucionários etc.

4. A ESFINGE

As ideias que acabamos de ver já foram muito criticadas. Aqui não é o lugar de refutar em detalhe essas críticas. Basta-nos lembrar que se trata de uma formulação sintética de Marx, que só faz sentido em um nível muito geral de abstração, que diz respeito a macro tendências, e que foi concretamente desenvolvida em detalhes em toda a sua obra posterior. É tolo, portanto, tomá-la

como exemplo do “mecanicismo”, do “economicismo”, do “determinismo histórico teleológico” de Marx: a concepção ontológica e a categoria metodológica da *determinação em última instância* da economia, seu papel de *übergreifendes Moment* sobre as demais instâncias de cada totalidade sócio-histórica, é coisa bem diferente de “economicismo”.

Robert Kurz sabia disso muito bem, e tecer refinadas e argutas análises da totalidade social de nossa época com base nesse princípio foi talvez seu grande mérito:

O conceito de “economismo”, aqui, está longe de designar um modo defeituoso ou insuficiente de reflexão teórica social, que porventura descure outras áreas da vida, complexos causais e contextos motivacionais – o que tem vindo a tornar-se um fácil argumento para todo o serviço de ignorantes liberais, tanto da esquerda como da direita, que apenas aspiram a poder continuar a pensar nas categorias em vigor e, de tanta suposta multicausalidade e contingência etc. já não querem perceber o núcleo lógico do sistema. Antes é precisamente esse núcleo duro que é animado por um economismo não apenas subjetivo ou teórico, mas objetivo e prático, como sua essência estruturante: simplesmente um “economismo real” de critérios capitalistas intransigentes que, na sua unidimensionalidade, sistematicamente toma conta de todas as outras “lógicas setoriais” que relegou para o seu exterior, acabando por cilindrá-las – e que se vai infiltrando em todos os contextos motivacionais a todos os níveis.⁵⁰

Kurz, porém, em sua defesa de que o essencial e atual em Marx é sua crítica ao fetiche do valor, comete o equívoco de afirmar que não há nenhum sujeito social enquanto totalidade além do próprio capital, o “sujeito automático”. Quanto às classes sociais, para ele são um “fenômeno secundário”:

No lugar de um conceito da forma do sistema produtor de mercadorias e de sua condicionalidade histórica aparece [...] um conceito reduzido das “classes lutadoras”, como a suposta razão última da socialização; o *constitutum* tornou-se *constituens*, o fenômeno secundário das classes sociais foi transformado num fato inquestionável. (Kurz, 1993, p. 48)⁵¹

50 KURZ, Robert. Os Fantasma reais da crise mundial. Documento eletrônico: <http://obeco.no.sapo.pt/rkurz175.htm>. Acesso em mar 2013.

51 Cf. também, do mesmo autor, A Intelligentsia depois da luta de classes. Documento eletrônico: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz38.htm>. Acesso em: dez. 2004

Se Kurz pode ter alguma razão ao condenar a redução, perpetrada pelo marxismo vulgar, do complexo teórico elaborado por Marx a um mero conflito entre “classes lutadoras”, entre “exploradores e explorados”, equivocou-se tanto em termos históricos quanto teóricos em sua definição das classes sociais como “fenômeno secundário”, pois:

A relação de capital apenas surge durante o processo de produção porque ela já existe no ato de circulação, nas condições econômicas fundamentalmente diversas em que se defrontam comprador e vendedor, em sua relação de classe. Não é o dinheiro que, por sua natureza, estabelece essa relação; é antes a existência dessa relação que pode transmutar uma simples função monetária numa função de capital. (Marx, 2003b, p. 45)

Vejamos uma outra formulação de Marx a propósito da mesma questão:

O homem pode viver na medida apenas em que produz os seus meios de subsistência, e só pode produzi-los na medida em que se encontre na posse de meios de produção, na posse das condições objetivas de trabalho. Compreende-se assim que se o operário for despojado dos meios de produção, também ficará privado dos meios de subsistência e, inversamente, não pode criar nenhum meio de produção. Por conseguinte, o que no *primeiro processo*, antes de o dinheiro e a mercadoria se terem transformado realmente em *capital*, lhes imprime desde o início o *caráter de capital* não é nem sua condição de dinheiro nem a sua condição de mercadoria, nem o valor de uso material destas mercadorias, que consiste em servirem como meios de subsistência e de produção, mas sim o fato de que este dinheiro e esta mercadoria, estes meios de produção e meios de subsistência, se defrontam com a *capacidade de trabalho* – despojada de toda a riqueza objetiva – como *poderes autônomos* personificados nos seus possuidores; o fato de que, portanto, as condições materiais necessárias para a realização do trabalho estão *alienadas* (*entfremdet*. Al.) do próprio operário, ou, mais precisamente, se apresentam como *fetiches* dotados de uma vontade e alma próprias; o fato de as *mercadorias* figurarem como *compradores* de pessoas. [...] Não é o operário que compra meios de subsistência e meios de produção: são os meios de subsistência que compram o operário para o incorporarem nos meios de produção. (Marx, 1985, p. 70-1)

Ou seja, o “sujeito automático” não vem do céu, nem da pura lógica interna da teoria, mas é o resultado histórico das formas como as relações sociais fetichistas vêm se desenvolvendo e objetificando, desde o fim do “comunismo primitivo”, mediante a *luta de classes*.

Em sua crítica ao “marxismo operário”, Kurz também argumenta que este não teria atingido a compreensão do problema do valor, limitando-se a denunciar a exploração da mais-valia. Ora, é possível, mas a exploração da mais-valia é a principal manifestação fenomênica do fetiche do valor, que só se tornou o núcleo do capitalismo na medida em que constitui a estrutura (pseudo) lógica para a apropriação de mais-valia por parte da burguesia (ou da burocracia). Sem esta apropriação, não haveria capitalismo, tampouco fetiche do valor. Que este processo de apropriação seja mais ou menos consciente, em nada altera o fato de que é o que move o capitalismo. Assim, ainda que o “marxismo operário” não domine plenamente a teoria, o que seria de fato um problema, não faz sentido descolar a crítica ao valor em si da crítica à expropriação de mais-valia, ou seja, do motor da luta de classes sob o capitalismo.

Kurz também sugere que não se trata mais, em nome do fim do trabalho e do capital, portanto da sociedade de classes, de opor o trabalhador ao capitalista, ou mesmo o trabalho ao capital, já que são os dois lados da mesma moeda fetichista, mas de mobilizar todos aqueles para quem o fetichismo é intolerável; o problema é que estes são principalmente os subordinados ao trabalho ou à exclusão do mesmo! É por isso que Antunes, mesmo reconhecendo a relevância teórica de Kurz, condena sua posição com respeito à luta de classes, lamentando que

um autor tão instigante e responsável por uma das mais contundentes críticas ao capital e seu sentido destrutivo, se mostre *obliterado* para compreender as *novas configurações da luta de classes*, que não são *os últimos combates*,⁵² mas as formas de confrontação entre a *totalidade do trabalho* e o *capital social total*, entre a classe trabalhadora em suas mais diversas clivagens e as *personificações do capital*. (Antunes, 2006, p. 164, nota 76)

Se isso está correto, a noção de fetichismo não pode ser contraposta à luta de classes em uma perspectiva emancipatória, pois não é possível conceber a superação do capital sem articular economia e política. Jogar fora a luta de classes é jogar fora o elemento político do marxismo.

52 Alusão ao título de uma coletânea de artigos de Kurz.

A este propósito, há uma reflexão de Zizek que sintetiza de modo brilhante o método desenvolvido (embora não suficientemente sistematizado) por Marx para se desvelar essa articulação complexa:

A luta de classes “política” ocorre em pleno centro da economia [...] enquanto, ao mesmo tempo, o domínio da economia serve como a chave que nos permite decodificar as batalhas políticas. [...] primeiro, devemos avançar do espetáculo político para sua infra-estrutura econômica; depois, num segundo passo, devemos confrontar a dimensão irreduzível da batalha política em pleno coração da economia.⁵³

Esta formulação, entretanto, embora verdadeira, permanece em um plano muito geral. Como, a partir daí, desenvolver a análise concreta das situações concretas, como diria Lênin, de modo a orientar a práxis hoje?

O desafio estratégico mencionado acima, do qual aparentemente nenhum marxista contemporâneo tem podido dar conta com a necessária competência, foi identificado com precisão por Anderson (1985, p. 93-4):

O problema dessa estratégia permanece ainda hoje, como há cinquenta anos, como a Esfinge a defrontar o marxismo no Ocidente. É evidente que a liberdade da democracia capitalista, magra mas real com sua cédula e carta de direitos, só pode ceder à força de uma liberdade qualitativamente maior da democracia socialista, exercida sobre o trabalho e a riqueza, a economia e a família, bem como sobre a sociedade organizada. Mas como dominar as estruturas flexíveis e duráveis do Estado burguês, infinitamente elásticas ao se ajustarem a acordos sobre os quais ele imediatamente repousa, e infinitamente rígidas em preservarem a coerção da qual ele depende finalmente? Que bloco de forças sociais pode ser mobilizado, por que meios, sempre se encarregando dos *riscos* de desconectar o ciclo das acumulações de capital nas nossas economias de mercado intrinsecamente interligadas? São questões que nos lembram constantemente que o problema da estrutura e do sujeito – estruturas do poder econômico e político operativo, sujeitos de alguma insurgência calculável contra elas – é um problema não apenas para a teoria crítica, mas também para a mais concreta de todas as práticas.

53 ZIZEK, Slavoj. *Repeating Lenin*. Documento eletrônico: <http://www.lacan.com/replenin.htm>. Acesso em: mar. 2004.

Kurz, que até o fim considerava o capitalismo à beira do colapso, provavelmente atribuiria a dificuldade do marxismo em resolver os dilemas propostos por esta “esfinge” à incapacidade dos marxistas, em seu apego à luta de classes, de superarem teoricamente o fetiche do trabalho e do valor, embora reconhecesse que tal não teria sido possível no período “clássico” da revolução de outubro, muito menos no de Marx, pois as forças produtivas ainda não estariam maduras para o colapso sistêmico. Assim, fizeram mais ou menos o que se podia esperar, e bem mais que isto, no caso do gênio de Marx.

Hoje, porém, este amadurecimento teria ocorrido. Mas será que o problema é mesmo o apego dos marxistas ao “Marx da luta de classes”? O próprio Kurz, sempre que questionado sobre propostas de ação concretas, esquivava-se com a evasiva (justa) de que nenhum teórico individual é capaz de encontrar soluções para problemas de tal magnitude, devendo contudo estimular a reflexão dos movimentos sociais, os únicos capazes de transformações efetivas, nesse sentido. Em outras ocasiões, o mesmo Kurz propunha que a reflexão teórica se voltasse para a questão do desenvolvimento de formas embrionárias de sociabilidade não capitalistas dentro do capitalismo, que serviriam de modelos ou laboratórios para sua efetivação em escala mais ampla, para além do capital. Mas não se deteve nesse tema, até onde sabemos. Também insistia em que se evitasse comprometer o rigor crítico da teoria com soluções imediatistas.

Bem, nesse ponto, é importante voltarmos a Lênin, como propõe Zizek, não no sentido de repetirmos suas táticas e estratégias (datadas, em parte), mas no de retomarmos sua preocupação com a necessária conexão entre teoria crítica e ação, e também sua abertura ao imprevisto, seu não esquematismo. Mas de que forma?

Antes de retomarmos essas questões, porém, é importante nos determos um pouco mais no presente debate com Kurz. Em dado momento (1993, p. 48), ele desenvolve uma importante distinção entre, de um lado, classes sociais “mistificadas como meta-sujeitos sociais” e, por outro lado, enquanto *categoria social analítica*. Cabe perguntar: a crítica (aliás correta) à “mistificação” invalida a “categoria social analítica”, ou mesmo prova de modo conclusivo a inexistência ou falência das classes enquanto algo mais do que uma mistificação? Kurz não chega propriamente a afirmar isto, mas tal ideia é insinuada ao longo de grande parte de sua obra, o que a converte em uma bela teoria desprovida de qualquer base social de ação.

Sobre a importância desta base social para o sucesso da implementação de uma alternativa “sociometabólica” ao capital, que lhe seja superior, Mézàros (2002, p. 942) é contundente:

[...] o resultado positivo não depende de reconhecerem os intelectuais que a justificação histórica do sistema do capital está superada, mas da força material de um sujeito social consciente capaz de erradicar o capital do processo sociometabólico, superando desse modo a dominação da “riqueza estranha” sobre a sociedade. Se tal sujeito provar ser inferior à tarefa, não pode haver esperança para o projeto socialista. Mas, neste caso, não haverá esperança de sobrevivência para a humanidade.

Por outro lado, se Kurz estiver certo ao afirmar que a terceira revolução industrial (microeletrônica) conduz o capitalismo ao seu limite lógico – pois eliminando o trabalho abstrato, elimina sua própria “substância geradora de valor” –, o conseqüente esvaziamento da classe operária torna inviável, queira-se ou não, sua possibilidade de ação transformadora. Mas, sendo assim, o que resta para uma perspectiva emancipatória concreta? Kurz dá a resposta: a elaboração de uma nova teoria radical que possa orientar os movimentos sociais. Certo, mas quais “movimentos sociais”?

O que tornava a classe trabalhadora do século XIX, ou melhor, o proletariado industrial urbano, uma classe revolucionária era o fato de ser a produtora da parte mais substancial da riqueza social e ao mesmo tempo ser alienada desta mesma riqueza; era o seu número; era a especificidade de a própria organização coletiva da produção industrial agrupar os operários na forma de verdadeiros exércitos de produção, o que facilitaria sua conversão em exércitos revolucionários; era o maior acesso que o trabalhador urbano tinha à informação, a qual circulava em quantidade, variedade e velocidade crescentes. Ora, esvaziado o proletariado em sua conformação “clássica”, inviabilizada a perspectiva de tomada do aparelho de Estado, a quais movimentos sociais dirigir-se, e com qual perspectiva de ação?

Como essa questão permanece sem resposta, e não é sequer formulada com o mesmo rigor de outros momentos de seu pensamento, a proposta de Kurz de se elaborar uma nova teoria radical que possa orientar os movimentos sociais converte-se, malgrado seu autor, em idealismo.

Portanto, se se tem por objetivo não somente uma teoria emancipatória, mas uma práxis emancipatória, e já que é ponto pacífico que a superação

do “moderno sistema produtor de mercadorias” (Kurz) só pode ser fruto de ações coletivas, faz-se necessário, junto à crítica fundamental à mistificação das classes enquanto meta sujeitos sociais, conservar a *categoría social analítica* “classe social” de modo a identificar, nos “movimentos sociais” atuais, aqueles com os quais, por seus interesses concretos de classe, ainda que não conscientes, e por sua força organizacional, sua posição estratégica em meio às relações de produção, seu número, a teoria deveria dialogar, enquanto orientação crítica da ação.

Se das estratégias e táticas de ação de Marx para o século XIX pode-se dizer que já cumpriram sua missão histórica, nem por isso deixa de ser urgente, caso se queira conservar e operacionalizar sua crítica ao fetiche do valor, o desenvolvimento de um projeto positivo de ação, caso contrário fica-se enclausurado em um idealismo criticista impotente.

Como, afinal, superar a “forma comum”, o “sujeito automático”, o capital? No séc. XIX, Marx acreditava que através de uma

[...] declaração da **revolução permanente**, da *ditadura de classe* do proletariado como ponto necessário de transição para a *supressão das diferenças de classe em geral*, para a supressão de todas as relações de produção em que estas repousam, para a supressão de todas as relações sociais que correspondem a essas relações de produção, para a subversão de todas as ideias que brotam dessas relações sociais.⁵⁴

É provavelmente uma solução estrategicamente datada. Mas devemos deliberadamente nos esquivar, mesmo dentro dos limites do campo teórico, do esforço de elaborar uma estratégia de ação atual que vá além da teoria? E se a resposta é negativa, a noção de luta de classes deveria ser abandonada? Também não, pois “[...] a questão da crítica radical é inseparável daquela de um *agente social* em relação ao qual é possível vislumbrar uma *alternativa estrutural* à ordem social dada.” (Mészáros, 2004, p. 234)

Não se pode negar que a posição de Kurz é coerente com sua leitura de Marx. Para Kurz, o que permanece vivo do pensamento de Marx não é o seu caráter revolucionário propositivo, enquanto fundamento teórico para o

54 MARX, Karl. *Las luchas de clases en Francia de 1848 a 1850*. Documento eletrônico: <http://www.marxists.org/espanol/m-e/1850s/francia/index.htm>. Acesso em: jun 2004. Os bolcheviques e aqueles que seguiram seu modelo, viram na ditadura do partido comunista a encarnação da ditadura do proletariado. Esta, porém, enquanto transição para a supressão do capital, jamais ocorreu.

desmantelamento da sociedade capitalista e a construção da socialista, mas seu caráter crítico radical e sua profundidade analítica:

A obra de Marx, de acordo com o seu significado atual, representa antes uma *teoria negativa do colapso* do que uma teoria positiva do “desenvolvimento socialista”, embora tenha sido explorada pelas ditaduras burocráticas para a legitimação do socialismo de estado. Por isso, o arcabouço lógico e analítico do marxismo é a projeção teórica do capitalismo e de seu desenvolvimento até o seu futuro estado maduro de crise.⁵⁵

É por ver as coisas desse modo que Kurz propõe, em diversos textos,⁵⁶ a distinção entre o Marx da crítica ao fetiche do valor e o da luta de classes. Considerando mais de perto a obra de Marx, entretanto, a distinção se mostra simplesmente inviável. Ou seja, ainda que no plano estritamente teórico, é logicamente incoerente insistir na crítica ao fetiche do valor abandonando a noção de luta de classes, mesmo que concordemos com Kurz sobre o caráter em parte datado do pensamento de Marx enquanto uma “teoria positiva” da construção do socialismo. Vejamos.

Kurz chega a afirmar que “a tentativa marxiana de transcender o capital por meio de uma mera *absolutização* da ‘classe operária’ [...] foi sempre uma construção enviesada, pois assim se intentava alcançar em totalidade o que era um momento particular, imanente ao próprio capital.”⁵⁷

Será mesmo? Vejamos: “Proletariado e riqueza são antíteses. E nessa condição formam um todo. Ambos são formas do mundo da propriedade privada. Do que aqui se trata é da posição que um e outra ocupam na antítese. Não basta esclarecê-los como os dois lados – ou extremos – de um todo.” (Marx; Engels, 2003a, pp. 47-9.)

Nessa passagem, Marx e Engels, por assim dizer, desconstroem a crítica de Kurz, precisamente quando parecem lhe dar razão: sim, a classe operária é “um momento particular, imanente ao próprio capital”, mas o que se perde em Kurz

55 KURZ, Robert. Marx 2000. Documento eletrônico: <http://www.exit-online.org/textanz1.php?tabelle=transnational&index=1&posnr=67&backtext1=text1.php>. Acesso em: mar 2013.

56 O tema é recorrente, como pode ser constatado de modo transparente na seguinte entrevista de Kurz a Sonia Montaño. In: *Revista IHU On-Line*, no. 188, 10.07.2006. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, S.Leopoldo, Porto Alegre, RS. Documento eletrônico: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz234.htm>. Acesso em: jul. 2006.

57 KURZ, Robert. *A Intelligentsia depois da luta de classes*. Documento eletrônico: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz38.htm>. Acesso em: dez. 2004.

são os polos positivo e negativo dessa totalidade, sua antítese constitutiva e potencialmente disruptiva, as classes em disputa. O proletariado só é a classe universal, absolutizada, na medida em que seu interesse *particular* em se libertar do capital só pode ser efetivado na prática mediante a libertação *universal* de toda a humanidade. É uma particularidade atual que carrega em si uma potência universal, a qual só se atualiza no momento em que seu ser social de classe se desvanece, carregando consigo as demais classes e a própria sociedade de classes. Paralelamente, como demonstra Mészáros (2002, p. 466) sobre a atuação da burguesia na manutenção do sistema, “a capacidade do capital de deslocar suas contradições opera por meio da atividade e da prática mediadora da classe que positivamente identifica seus interesses com os limites objetivos deste sistema de controle sociometabólico.”

É verdade que ao chamar de “falsa imediatas *sociologista*” a expectativa marxista de ver na classe operária do séc. XIX e início do XX “O” sujeito histórico da superação do capitalismo, Kurz certamente tem razão (embora o próprio Marx tenha dito que a revolução seria um trabalho para gerações). Mas quando ele joga fora, junto a esta esperança, a *categoria analítica luta de classes* e a práxis revolucionária potencial nela calcada, permanentemente atualizada enquanto a sociedade permanece dividida em classes antagônicas, enfraquece sua própria crítica enquanto prática teórica emancipatória.

Afinal, como disse Marx em outra circunstância: “alguns dos cidadãos que intervieram em nosso debate, ao intentarem atenuar as proporções das coisas e apresentar esta relação fundamental entre o empregador capitalista e o operário como uma questão secundária, cometeram [...] um erro.”⁵⁸

Kurz provavelmente argumentaria que, efetivamente, as circunstâncias eram outras e que, hoje, o desemprego estrutural resultante do tensionamento entre forças produtivas e relações de produção, que culminou na revolução microeletrônica, que aumenta de forma brutal a parte constante do capital em relação à variável em sua composição orgânica, e a ausência da geração de novos mercados de massa funcionalmente compensatórios (na lógica do sistema), têm tornado o próprio trabalho (abstrato) obsoleto como substância do valor (e consequentemente o movimento operário), o que representa um curto-circuito no sistema, mas não propriamente a abertura para uma alternativa de socialização superior.

58 Cf. Salário, Preço e Lucro. Documento eletrônico. Disponível em: <http://www.marxists.org/portugues/marx/1865/06/salario/index.htm>. Acesso em: jul 2004.

Ainda assim, a reprodução ampliada do capital – que continua em curso, graças às mais mirabolantes engenharias financeiras (fictícias), a uma gigantesca taxa de mais valia relativa nos setores de maior produtividade e ainda a uma gigantesca taxa de mais valia absoluta nos setores de menor produtividade mas de maiores possibilidades de extração de trabalho excedente de muitíssima gente – e sua concentração em cada vez menos mãos conduzem à formação de uma espécie de super burguesia transnacional e a uma proletarização (ainda que não necessariamente na indústria) e lumpenização crescente das demais classes e frações de classes em escala global, que a ela podem se opor e, de fato, se opõe, mesmo que não sob a forma de movimentos programáticos mais sofisticados intelectualmente ou vigorosos organizacionalmente.

Nesse sentido, poderíamos concluir que o proletariado não se fez o sujeito histórico da teoria, isto é, aquele previsto pela teoria e ao mesmo tempo que a toma para si, sujeito consciente de seu próprio destino, porque, em estágios anteriores de desenvolvimento do capitalismo, isto simplesmente *não era possível*:

Uma organização social nunca desaparece antes que se desenvolvam todas as forças produtivas que ela é capaz de conter; nunca relações de produção superiores se lhe substituem antes que as condições materiais de existência destas relações se produzam no próprio seio da velha sociedade. (Marx, 1977, p. 24-5)

Mas a luta de classes não acabou: pelo contrário, parafraseando Kurz contra Kurz, continua de pé e só agora talvez possa a ser efetiva.

O que acabou, em 1989, não foi “a luta de classes”, “o Manifesto”, mas simplesmente a práxis da Terceira Internacional, com toda a sua carga de reducionismo politicista, taticista, que caracterizou a legitimação ideológica do Leste e do sul “comunistas”. Por isso, mais do que falar em um Marx da crítica ao fetiche do valor x um “outro”, da luta de classes, é preciso distinguir uma teoria marxiana, ainda não superada, de uma estratégia política datada, e sobretudo elaborar novas práxis.

É nesse ponto, como veremos mais detidamente logo adiante, que a presente discussão se mostra relevante e mesmo indispensável para a compreensão da *dialética interna* do gosto, entre sabor/prazer e saber/conhecimento, e de sua *dialética externa*, de complexo *atualmente determinado* pela economia mercantil, mediado principalmente pela atuação das ITCs, mas *potencialmente*

determinante de uma economia humanizada, passagem para a qual essas mesmas ITCs poderiam ser instrumentalizadas, dentro de uma luta política mais ampla, para a qual, entre outros fatores, seria importante que fosse de algum modo recriado “o *pathos* dos primeiros movimentos da classe trabalhadora”, na expressão de Lukács (apud MÉSZÁROS, 2004, p. 494). Porque, se é verdade que “[...] as palavras mais emotivas e eloquentes de exortação ideológica são impotentes caso não estejam sustentadas por forças materiais dinâmicas e tendências objetivas de desenvolvimento” (Mészáros, 2004, p. 426), quando estão sustentadas por essas forças e tendências, convertem-se em armas poderosas.

Nesta linha de raciocínio, em vez de descartarmos a noção de luta de classes, seria o momento de repensá-la em um outro patamar, pois a própria crítica ao fetiche do valor só é pensável no quadro de uma sociedade dividida em classes antagonicas, mais especificamente em capitalistas e proletários, entendidos não somente como subjetividades empíricas, mas igualmente como personificações das categorias econômicas *capital e trabalho*.

O fetiche do valor, forma hegemônica de socialização sob o regime do capital, reproduz as classes em luta e é por elas produzido. Como pensar sua superação sem a superação das classes? E como pensar essa superação se as eliminamos da reflexão crítica?

É possível pensar as classes como sujeitos históricos, sem cair na mistificação idealista ou em um “reducionismo sociologista” qualquer; é possível conservar seu caráter de abstração teórica essencial; pois é a forma moderna e atual da “divisão social do trabalho” o que “constitui o fundamento geral de toda produção de mercadorias” (Marx, 2002, p. 406), e as classes são a causa e o efeito dessa divisão.

Por outro lado, Kurz tem mais uma vez razão, ao afirmar:

[...] já não se pode continuar a falar do “braço forte” que faz parar todas as rodas. Os empregados estão enfraquecidos e estilhaçados pelo outsourcing.⁵⁹ Antes de mais nada [...] domina na “constituição orgânica do capital” (Marx), há muito tempo e cada vez mais, o emprego dos meios materiais cientificizados. Os preços destes quase não são rebaixáveis através de pressões, ao contrário do preço do bem mão-de-obra. [...] A verdadeira “classe que cria mais valia” está a encolher, é nisso que consiste o limite intrínseco

59 “Outsourcing”: externalização de custos, terceirização de atividades.

da acumulação. E é por isso que esta base se tornou demasiado estreita para uma resistência social com força convincente.⁶⁰

O raciocínio é irretocável, a não ser por um ponto: será o operário de fábrica realmente a única “classe que cria mais valia”? Não. Já no jovem capitalismo do século XIX, Marx identificou que:

Há [...] ramos industriais autônomos em que o resultado do processo de produção não é nenhum produto, nenhuma mercadoria. Entre eles, o único setor importante, do ponto de vista econômico, é o de transportes e comunicação, que abrange tanto o transporte de mercadorias e pessoas quanto a transmissão de notícias, serviço postal etc. (Marx, 2003b, p. 64)

Esses setores e seus desdobramentos, que constituem atualmente o complexo das ITCs, têm crescido exponencialmente de lá para cá, de modo que, mesmo sendo verdadeira, para todos os setores, a observação de Kurz a respeito da atual composição orgânica do capital, ainda há gente suficiente produzindo mais valia a ponto de poder ser considerada uma base não demasiado estreita para uma resistência social com força convincente. Além disso, a proletarianização fabril “clássica” só cresce quantitativamente no mundo, se pensarmos na China e na Índia.

Resta, em meio a esse quadro, o desafio de se localizar o sujeito social revolucionário nos dias de hoje. Nesse sentido, Mézàros nos fornece duas indicações metodológicas fundamentais. A primeira refere-se à necessidade de se identificar sua configuração sociológica e aos critérios que devem ser considerados nessa identificação:

O sujeito da emancipação não pode ser arbitrária e voluntariamente predefinido. Ele só estará apto para criar as condições de sucesso se abranger a totalidade dos grupos sociológicos capazes de se aglutinar em uma força transformadora efetiva no âmbito de um quadro de orientação estratégica adequado. O denominador comum ou o núcleo estratégico de todos esses grupos não pode ser o “trabalho industrial”, tenha ele colarinho branco ou azul, mas o *trabalho como antagonista estrutural do capital*. Isto é o que combina objetivamente os interesses variados e historicamente produzidos da grande multiplicidade de grupos sociais que estão do lado emancipador da

60 KURZ, Robert. O Caso está a ficar sério. Documento eletrônico: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz169.htm>. Acesso em: jul 2007.

linha divisória das classes no interesse comum da *alternativa hegemônica do trabalho à ordem social do capital*. (Mészáros, 2004, p. 61)

Esse argumento é muito importante, pois não é somente, nem principalmente, o *número* dos membros de uma população (embora não seja um fator desprezível) o que lhe confere um potencial revolucionário, mas a posição estratégica que seus integrantes ocupam em meio às relações de produção de um dado modo de produção em um determinado momento histórico – e a *universalidade* de suas reivindicações.

Sobre esta questão, Marx nos diz algo fundamental, tomando como objeto de análise o campesinato francês, no 18 Brumário:

Na medida em que milhões de famílias camponesas vivem em condições econômicas que as separam umas das outras, e opõem o seu modo de vida, os seus interesses e sua cultura aos das outras classes da sociedade, estes milhões constituem uma classe. Mas na medida em que existe entre os pequenos camponeses apenas uma ligação local e em que a similitude de seus interesses não cria entre eles comunidade alguma, ligação nacional alguma, nem organização política, nessa exata medida não constituem uma classe. São, conseqüentemente, incapazes de fazer valer seu interesse de classe em seu próprio nome [...] ⁶¹

Temos também, nesta passagem, um excelente exemplo do modo como Marx articulava em suas análises a dimensão política com a econômica da noção de classe, além de uma expressiva ilustração da razão pela qual o mero número e a subordinação comum não bastam para a formação de uma consciência (e para a implementação de uma ação) revolucionária, questão que nos remete à segunda indicação metodológica de Mészáros referida acima, aquela que diz respeito ao papel “vital da ideologia socialista”:

O papel vital da ideologia socialista, como negação radical da ordem estabelecida, consiste precisamente em identificar e ajudar a ativar, através de

61 MARX, Karl. MARX, Karl. O 18 brumário de Luiz Bonaparte. Documento eletrônico: <http://www.marxists.org/portugues/marx/1852/brumario/>. Acesso em: mar. 2006. Vemos aqui a diferença entre classe enquanto sujeito econômico e classe enquanto sujeito político, o que Lukács, em termos hegelianos, definiria mais tarde como a diferença entre “classe-em-si” e “classe-para-si”. A passagem de uma à outra se dá mediante a emergência da consciência de classe, a qual, porém, não surge por geração espontânea, mas em meio à própria luta de classes, mediante a combinação entre a atuação dos intelectuais marxistas junto ao proletariado com própria pressão das contradições acirradas no desenvolvimento do capitalismo. Essa questão merece ser trazida de volta ao debate de hoje.

sua orientação abrangente, todas aquelas mediações potencialmente libertadoras e que tenham a capacidade de transcender essa ordem, mediações que, sem sua ativa intervenção, permaneceriam adormecidas e dominadas pelo poder do isolamento da imediatividade, gerenciada e manipulada pela ideologia dominante. (Mészáros, 2004, p. 239)

Tendo isto em conta, se por um lado Kurz parece estar certo ao afirmar que a luta do movimento operário “clássico”, que ocorreu num estágio pouco desenvolvido do capitalismo, era voltada não contra o capital, mas contra resíduos pré-capitalistas nas relações de trabalho e na organização da sociedade como um todo, esta verdade é limitada na medida em que, por outro lado, essa era uma etapa necessária na luta contra o capital, ainda que nem todos os combatentes, ou mesmo a sua maioria, soubessem disso. Além disso, sua alternativa de transformação social a partir da conscientização de “grandes movimentos de massa”, *sem um lastro classista*, é vaga e idealista, pois, ao contrário do antigo proletariado fabril, as “massas” atuais, na condição de massas, embora permaneçam sob o jugo do trabalho abstrato e do capital, seja na forma do emprego, do subemprego ou do desemprego, não dispõem de nenhuma organização estratégica enquanto massas; tampouco são, em sua totalidade, diretamente responsáveis pela produção de riqueza na forma de mercadorias, o que as torna, do ponto de vista do “sujeito automático”, mais ou menos descartáveis conforme sejam mais ou menos produtivas e solventes, e a precarização, a lumpenização e a miserabilização em massa o comprova.

Mas isso representa um “tiro no pé” do próprio “sujeito automático”, já que, em face da super produtividade atual, cai o valor unitário de cada mercadoria, e não havendo uma demanda solvente – devido sobretudo ao “desemprego estrutural” (Kurz) crescente gerado pela revolução microeletrônica –, a gigantesca mais-valia relativa gerada na produção não tem mais como se realizar na esfera da circulação, e o capital perde, aos poucos, sua capacidade fantasmagórica de completar novos ciclos e “rotações” (Marx, O Capital, livro 2) em seu processo de reprodução ampliada, de se expandir continuamente. Isso conduz fatalmente ao desmoronamento do edifício capitalista, adiado ultimamente pela queima de excedentes através das guerras e pela especulação nos mercados financeiros – dispositivos extremos que por si só atestam a anormalidade do andamento normal das coisas, e que não têm como funcionar para sempre. Mas o que brotará dos escombros se nada eficaz for feito para “aliviar as dores do parto”?

Ou seja, na prática, não há coações concretas que favoreçam a organização das “massas” (apenas sua revolta), nada indica que razões subjetivas apontem nesse sentido e, por fim, elas servem cada vez menos para o capital, por isso são sistematicamente *eliminadas*.

Por isso, é necessário que se investigue, em meio à complexa rede de cooperação e conflitos entre as classes e frações de classe atuais, quais deveriam ser apoiadas, estimuladas ou combatidas no sentido de se evitar o “aniquilamento das [...] classes em confronto” (Marx; Engels, 2003c, p. 23-4). Porque esse aniquilamento traria consigo, mais do que a barbárie, a própria entropia socio-metabólica.

Uma leitura do *Manifesto* à luz do *18 Brumário* nos ajudaria nessa investigação, permitindo-nos enxergar que a noção bipolar de *duas* classes em confronto – a burguesia e o proletariado industrial do século XIX – é tanto uma esquematização simplificada, datada, didática e motivacional (trata-se de um *manifesto*) sobre um processo muito mais complexo e dinâmico – que envolve, em meio à luta entre as duas principais classes antagônicas, as lutas e alianças internas e externas que envolvem diversas *frações* de classe – quanto uma abstração teórica fundamental. Nos termos de Lukács (2003, p. 111-12):

[...] são corretas as fórmulas de Marx, que se baseiam no fundamento de uma hipótese metodologicamente isolante de uma sociedade composta apenas de capitalistas e proletários? Qual a melhor maneira de interpretá-las? Os críticos ignoravam por completo o fato de que essa hipótese, em Marx, era apenas uma hipótese metodológica para compreender o problema de maneira mais clara, antes de avançar para a questão mais abrangente, que situava o problema em relação à totalidade da sociedade.

Resta, hoje, a questão: que frações de classe poderiam compor um bloco histórico contra hegemônico, capaz de transformar as revoltas desorganizadas de massa em movimentos efetivamente transformadores? Em outros termos, é o que se pergunta Zizek:

O que fazer a propósito da importância crescente da “produção imaterial” hoje (ciber-trabalhadores)? Devemos insistir que somente aqueles envolvidos na produção material “real” constituem a classe trabalhadora, ou damos o passo final e decidimos aceitar que os “trabalhadores simbólicos” são os

(verdadeiros) proletários de hoje? Deve-se resistir a dar este passo, por que isto mascara a DIVISÃO entre produção imaterial e material, a CISÃO na classe operária (em regra geograficamente delimitada) entre ciber-trabalhadores e trabalhadores materiais (programadores nos EUA e na Índia, sweat shops⁶² na China ou na Indonésia).⁶³

Temos aí a divisão entre produção imaterial e material correspondendo respectivamente a uma elite operária e a uma massa operária menos qualificada, distribuídas pelo planeta de maneira bem delineada. Na sequência desta passagem, Žizek acrescenta:

Talvez, a figura do DESEMPREGADO seja aquela na qual melhor se encaixa o proletário puro de hoje: a determinação substancial do desempregado permanece a de um trabalhador, mas eles estão impedidos de atualizá-la OU de renunciar a ela, de modo que permanecem suspensos na potencialidade de trabalhadores que não podem trabalhar.⁶⁴

Esta é certamente uma proposta temerária, pois os “desempregados crônicos” são tão ou mais desarticulados que os camponeses estudados por Marx no *18 Brumário* e tão “revolucionários” quanto o lumpesinato, por quem ele não nutria maiores simpatias.⁶⁵ Não obstante, é o esboço de uma análise, não importa por enquanto se correta ou equivocada, das sociedades contemporâneas sob o prisma da luta de classes. E esforços neste sentido são fundamentais, pois, se estamos todos subordinados ao capital, isto se dá de forma diferenciada, diferença esta mediada, sim, por “categorias sociais” (Löwy, 1985) de cunho etário, étnico, de gênero etc., mas, sobretudo, pela divisão de classe – hoje determinada pela divisão internacional do trabalho. Por isso, “uma vez negada a realidade da luta de classes, todas as pretensões de radicalismo acabam junto com esta negação.” (Mészáros, 2004, p. 163)

Assim, se uma “economia totalitária” (Kurz) faz com que as pessoas só sejam sujeitos de direito pela sua propriedade de vender ou comprar força de trabalho, ainda que esta esteja se tornando, conforme sustenta Kurz, cada vez

62 Locais onde se trabalha sob condições degradantes, não obstante estarem vinculados a grandes corporações transnacionais. Um exemplo típico são as fábricas da Nike na Indonésia.

63 ŽIZEK, Slavoj. *Repeating Lenin*. Documento eletrônico: <http://www.lacan.com/replenin.htm>. Acesso em: mar. 2004.

64 Idem, *ibidem*.

65 No que, ao que tudo indica, ele tinha razão, se considerarmos os acontecimentos narrados e analisados no *18 Brumário*, para não falarmos dos pogromistas russos ou do nazifascismo.

menos vendável, é a posição que cada um ocupa em meio à divisão social do trabalho, às relações de produção, isto é, sua posição de classe, que determina seu “ser social”; é verdade que se trata de um processo fetichista, mas real. Pois é a forma fenomênica como se dá a objetificação das pessoas em trabalhadores ou proprietários de máquinas e instalações fabris, redes comerciais, sistemas de comunicação, terras, bancos ou ações, nas mais diversas escalas, ou ainda no papel de excluídos da própria reprodução da vida, que os diferencia enquanto sujeitos de classe. Isso não é secundário, tampouco irrelevante, pois faz com que todos, a despeito de estarem presos, como sustenta Kurz, na mesma imanência fetichista, possuam interesses convergentes ou antagônicos, tenham ou não uma clara consciência disso. É a este antagonismo e a seu potencial revolucionário que Marx se refere quando menciona o processo de alienação do próprio trabalho a que está submetida a classe trabalhadora (“o operário”), em oposição e complementaridade ao capital (“o capitalista”):

Aqui o operário está logo de início num plano superior ao do capitalista, porquanto este último criou raízes nesse processo de alienação e nele encontra a sua satisfação absoluta, ao passo que, na sua condição de vítima do processo, o operário se acha de imediato numa situação de rebeldia e o sente como um processo de sujeição. [...] A autovalorização do capital – a criação de mais-valia – é [...] objetivo determinante, predominante e avassalador do capitalista, impulso e conteúdo absoluto de suas ações; na realidade, não é outra coisa senão o afã e a finalidade racionalizados do entesourador. Conteúdo absolutamente mesquinho e abstrato, que, sob certo ponto de vista, faz o capitalista aparecer como que submetido a uma servidão para com a relação do capital que é igual, embora também de outra maneira, à do seu polo oposto, à do operário. (Marx, 1985, p. 56)

Sendo assim, é inaceitável a ideia de que, para que se possa desenvolver práxis para além do “moderno sistema produtor de mercadorias”, tenha se tornado inútil considerar esses antagonismos.

Como pondera Mészáros (2002, p. 716-7):

Acreditar, como dizem, que as contradições do capital e do trabalho não existem, ou que nunca serão reconhecidas e que jamais sofrerão a ação daqueles que mais sentem seus impactos devastadores, exige que também se

acredite que o povo nada mais é do que cegos idiotas para sempre hipnotizados pelas promessas da “circulação econômica” universalmente benéfica do capital, embora os fracassos monstruosos do sistema afetem diretamente a vida de bilhões de pessoas. A avaliação feita por Marx do desenvolvimento da consciência social é muito mais plausível, ao enfatizar que “o reconhecimento do produto como algo seu, e a consciência de que sua separação das condições de realização é uma injustiça – *uma relação imposta pela força* – é um enorme avanço da consciência, *ela própria o produto* do modo de produção capitalista e também o ANÚNCIO DO SEU DESTINO, tal como a consciência do escravo de que ele *não poderia ser a propriedade de outro* reduziu a escravidão a uma existência artificial, hesitante, e tornou impossível para ela continuar a prover as bases da produção”.⁶⁶

Recapitulando, é na articulação entre as categorias *forças produtivas e relações de produção*, que compõe a noção mais geral de *modo de produção*, que está contido o vínculo dinâmico e por assim dizer visceral entre economia e política. É a partir da análise deste vínculo que se desenvolve a crítica da economia política de Marx, que situa no fetiche do valor tanto a fonte de sua coesão sob o regime do capital quanto da dissolução potencial deste regime. Essa dissolução, porém, não se dará sozinha na economia, sendo necessárias intervenções no campo da política para “aliviar as dores do parto” da mudança histórica, conforme a conhecida passagem do prefácio do *Capital*.

As ITCs – conjunto de dispositivos técnicos e campo de batalha ideológico – e seus fluxos informacionais devem ser um dos objetos dessas intervenções e ao mesmo tempo um dos agentes interventores. O gosto, por sua vez, deve ser pensado nesse contexto como elemento dessas intervenções, no sentido de que as pessoas tomem gosto por elas, mas também como a sua razão de ser, já que o objetivo maior das próprias intervenções consiste, em última análise, na satisfação do gosto de todos os que não obstem a satisfação do gosto de todos.

Isso requer uma atualização do debate em torno da consciência de classe.

⁶⁶ As citações de Marx desta passagem, feitas por Mészáros, remetem ao título “Economic-works: 1861-1864”, p. 246.

5. GOSTO E (IN)CONSCIÊNCIA DE CLASSE

A “consciência de classe” é – ou foi – um dos tópicos mais debatidos do legado marxiano, junto à problemática da ideologia, da “falsa consciência” etc. Numa formulação controversa mas fundamental, lemos: “Não se trata do que este ou aquele proletário, ou até mesmo do que o proletariado inteiro pode *imaginar* de quando em vez como sua meta. Trata-se *do que* o proletariado é e do que ele será obrigado a fazer historicamente de acordo com o seu *ser*.” (Marx; Engels, 2003d, p. 49)

Uma leitura apressada dessa passagem de *A Sagrada Família* pode justificar as velhas críticas ao caráter “fatalista” da “missão histórica” atribuída ao proletariado pelo marxismo, que teria sido desmentida pela história etc. Tal leitura, porém, pode ser honestamente evitada, se considerarmos, por exemplo, que aquilo que o proletariado “será obrigado a fazer historicamente de acordo com o seu *ser*” ainda não pôde ser feito, ou talvez não dê certo, ou ainda que “ele” pode jamais se dar conta de sua “obrigação” etc.

Outras passagens de Marx e Engels refutam a acusação de fatalismo, deixando menos margens a dúvidas sobre esse ponto, ao apresentarem uma concepção da ação revolucionária do proletariado como uma possibilidade real, como uma tendência histórica, como uma potência concreta do seu *ser*, não como uma determinação absoluta, garantida, irrevogável e cuja vitória estaria assegurada de antemão.⁶⁷

Tendo isso em conta, e partindo da hipótese de que a substituição do capitalismo por formas superiores de socialização não é de todo inviável, mas, ao mesmo tempo, sabendo que uma operação de tal magnitude traz consigo a exigência da ação de um sujeito coletivo, cuja identidade corresponde à posição que este ocupa em meio às relações de produção, portanto em meio à luta de classes, a questão da consciência de classe permanece relevante, ainda nos dias de hoje. Por isso é importante atualizar o debate a seu respeito.

Mészáros (1993, p. 75-119), em um texto fundamental intitulado *Consciência de classe necessária e consciência de classe contingente*, inicia sua argumentação comentando precisamente a passagem acima citada de *A Sagrada Família*, sobre

⁶⁷ Sobre a incerteza da vitória proletária, vale lembrar, como mencionado acima, a passagem dos primeiros parágrafos do Manifesto Comunista, onde é aventado o risco do “aniquilamento das classes em confronto”.

a “missão histórica” do proletariado, para, logo em seguida, confrontá-la com uma outra, de Gramsci, que aparentemente a contradiz.

Para Mészáros (1993, p. 75), ambas “ilustram, melhor que qualquer outra coisa, o dilema central da teoria marxista das classes e da consciência de classe.” Por esta razão, é pertinente conhecermos também o texto de Gramsci (apud MÉSZÁROS, 1993, p.76):

Pode-se excluir a ideia de que, por si só, as *crises econômicas* produzem diretamente eventos fundamentais; elas podem apenas criar *circunstâncias mais favoráveis* para a propagação de certas maneiras de pensar, de colocar e resolver questões que envolvem todo o desenvolvimento futuro da vida e do estado. O elemento decisivo em toda a situação é a força, permanentemente organizada e pré-ordenada por um longo período, que pode ser utilizada quando se julgar que a situação é favorável (e ela é *favorável apenas até o ponto em que esta força exista* e seja plena de ardor combatente); portanto, a tarefa essencial é a de atentar, paciente e sistematicamente, para a formação e o desenvolvimento dessa força, tornando-a até mesmo mais homogênea, compacta, *consciente de si mesma*.

Na mesma página, Mészáros esclarece que a aparente contradição entre a ideia de Marx, de que o proletariado será “*forçado* a realizar sua tarefa histórica”, e a de Gramsci, que “insiste em que a própria situação histórica é favorável somente na medida em que o proletariado já tiver conseguido desenvolver uma força organizada completamente consciente de si mesma”, é um falso dilema. Porque Marx e Gramsci, nessas passagens, *estão tratando de coisas diferentes*: o primeiro refere-se ao *ser social* do proletariado, isto é, aos “determinantes complexos de uma ontologia social”, não a “crises econômicas” – termos da polêmica de Gramsci contra o ‘economicismo vulgar’. Ou seja, não são posições antagônicas, mas complementares, pois as crises econômicas são apenas um entre outros fatores que podem favorecer a ação revolucionária das massas, embora não um dos menos importantes. Para Gramsci, porém, ainda mais importante é a preexistência, em relação às crises econômicas, de “uma força organizada completamente consciente de si mesma”, condição para que essas crises se tornem, efetivamente, um elemento desencadeador da ação revolucionária. Esta, por sua vez, também faz parte do ser social do proletariado enquanto potência, cuja atualização depende em grande parte não só de crises econômicas em termos genéricos, mas mais especificamente do desenvolvimento das forças

produtivas entrar em contradição com as relações de produção e da emergência da consciência de classe.

A questão não se encerra aí. Afinal, como se dá essa “emergência” concretamente? A resposta para isso deve partir da constatação de que “a consciência de classe, de acordo com Marx, é inseparável do reconhecimento – sob a forma de consciência ‘verdadeira’ ou ‘falsa’ – do interesse de classe, baseado na posição social objetiva das diferentes classes na estrutura vigente da sociedade.” (Mészáros, 1993, p. 88-9) Mas o que há de efetivamente decisivo na relação entre “posição social objetiva” e consciência de classe “verdadeira” ou “falsa”? A “subordinação estrutural necessária do trabalho ao capital na sociedade de mercadorias. [...] O interesse de classe do proletariado é definido em termos de mudança dessa subordinação estrutural.” (idem, p. 92)

Porém, permanece o problema de *como* a consciência “falsa” pode ser superada pela “verdadeira”, ou como a consciência *contingente*, imediata, pode elevar-se à consciência *necessária*, que *parte* da posição econômica de classe do proletariado mas é *mediada* pelo conhecimento acerca da subordinação estrutural do trabalho ao capital e do interesse (ainda predominantemente inconsciente) do trabalho de suprasumir essa subordinação estrutural. Marx denominou esta “contradição entre a contingência sociológica da classe [...] em um momento determinado [...] e de seu ser como constituinte do antagonismo estrutural do capitalismo [...] de contradição entre o *ser* e a *existência* do trabalho”, considerando que “o fator crucial na resolução dessa contradição é [...] o desenvolvimento de uma consciência de classe adequada ao ser social do trabalho.” (idem, p. 95)

A consciência de classe necessária, então, não brota espontaneamente do solo econômico, ao mesmo tempo em que certas condições econômicas são necessárias para o seu florescimento. Contudo, diante da hipótese de essas condições já terem sido atingidas, o desafio seria descobrir (ou inventar) o que pode ser feito para estimular a emergência da consciência de classe necessária, articulada com um *pathos* que lhe corresponda, em uma escala que torne a perspectiva da cidadania ampliada efetivamente viável, em um horizonte de tempo calculável em algumas décadas – “em algumas décadas” porque “não temos um cronograma tão folgado para a necessária transformação da potencialidade em realidade. Isto deve acontecer com a agravante de uma enorme urgência.” (Mészáros, 2002, p. 267)

Enfrentar este desafio requer, metodologicamente, o exame atento de um determinado grupo de conceitos, que nos permita pensar adequadamente a questão, bem como uma revisão dos esforços anteriores empreendidos no mesmo sentido, ao menos daqueles mais relevantes, de modo a podermos identificar sua eventual atualidade. O exame pode começar pela controversa noção de “falsa consciência”, sinônimo, às vezes, de consciência de classe contingente, outras simplesmente de *ideologia*.

O termo *ideologia* foi cunhado na passagem do século XVIII para o XIX, por Cabanis e Destutt de Tracy, para denominar seu projeto de uma teoria das ideias.⁶⁸ Algumas décadas depois, adquiriu, com Marx e Engels, um novo sentido, claramente *negativo*, como vimos anteriormente. *Ideologia*, então, passou a designar especificamente as ideias que, de um modo ou de outro, legitimam a dominação de classe, estejam essas ideias situadas no discurso religioso, filosófico, jurídico ou econômico. A noção marxiana de ideologia, porém, não deve ser grosseiramente confundida com a de superestrutura, pois esta última envolve também a ciência e as artes, as quais, para Marx e Engels, não eram necessariamente ideologias, embora uma ou outra passagem de sua obra possam gerar confusão quanto a esse ponto.

Um sentido mais genérico do termo ideologia, popularizado por Engels, é expresso na noção de “falsa consciência”. Aqui, é importante fazer alguns esclarecimentos. Em primeiro lugar, *falsa consciência* não é necessariamente o mesmo que *consciência contingente*, dado que esta última pode, em um determinado momento, corresponder à *consciência necessária* – no momento em que *ser e existência* do proletariado consigam suprasumir seu estado de contradição. Assim, a falsa consciência é a *consciência contingente* somente quando esta não corresponde à *consciência necessária*.

Em segundo lugar, a noção de falsa consciência pressupõe, de fato, uma consciência verdadeira, mas esta não está “Na” ciência, em termos genéricos, como pensa o positivismo, mas especificamente na compreensão científica da subordinação estrutural do trabalho ao capital e da possibilidade concreta de sua superação. Assim, *falsa consciência* não é sinônimo de uma ilusão qualquer, mas de uma forma específica de ilusão desmobilizante, necessária à perpetuação do sistema e por ele mesmo criada.

68 Cf. ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos Ideológicos de Estado*, p. 81; ver também HALL, Stuart. O interior da ciência; ideologia e a “sociologia do conhecimento”. In: *Da Ideologia*; e LÖWY, Michael. *Ideologias e ciências sociais*.

Há uma observação no livro 3 do Capital, a respeito do seu método, na qual Marx (s/ data, p. 30) nos ajuda a entender melhor essa questão: “[...] as configurações do capital desenvolvidas neste livro abeiram-se gradualmente da forma em que aparecem na superfície da sociedade, na interação dos diversos capitais, na concorrência e ainda na consciência normal dos próprios agentes da produção.”

Mais adiante, este ponto é aprofundado:

A relação entre uma porção de mais-valia, de renda monetária [...] com a terra é em si *absurda e irracional*; pois as magnitudes que aqui são aferidas, uma em relação à outra, são *incomensuráveis* – por um lado, um *valor de uso particular*, um pedaço de terra de tantos metros quadrados, e, por outro, o *valor*, especialmente a mais-valia. Isso na verdade expressa apenas que, sob determinadas condições, a propriedade de tantos metros quadrados de terra permite ao proprietário conseguir à força uma certa quantidade de trabalho não-remunerado, que o capital conseguiu chafurdando nestes metros quadrados, como um porco em batatas. Mas, ao que parece, a expressão é a mesma se alguém desejasse falar da relação entre uma nota de cinco libras e o diâmetro da Terra.

Entretanto, a *reconciliação das formas irracionais* sob as quais certas relações econômicas aparecem e se *afirmam na prática* não diz respeito aos agentes ativos destas relações em sua *vida cotidiana*. E, como estão *acostumados* a se movimentar em meio a tais relações, não acham nada estranho ali. Uma *absoluta contradição* não lhes parece *nem um pouco misteriosa*. Sentem-se tão à vontade quanto um peixe dentro d’água, entre manifestações que estão separadas de suas conexões internas e são *absurdas* quando isoladas. O que Hegel diz em relação a certas fórmulas matemáticas se aplica aqui: o que *parece irracional* ao senso comum é racional, e o que lhe *parece racional* é irracional. (Marx apud Mészáros, 2004, p. 478)

Isto ocorre porque, com o advento do capitalismo, radicaliza-se o processo mediante o qual a consciência normal, imediata, contingente, dos sujeitos objetificados, passa a constituir-se em função da posição que ocupam enquanto forças produtivas (ou improdutivas) no circuito de produção e troca de mercadorias, ou seja, a partir de sua posição de classe. Não se pretende com isso afirmar que as consciências dos sujeitos sejam *reduzíveis* a sua posição de classe,

ou que, antes do capitalismo, esta posição não tivesse nada a ver com as consciências. O que se quer dizer é que a posição de classe é o fator em última instância determinante do complexo de mediações que formam as consciências, e da forma específica mencionada, no caso do capitalismo.

Para o marxismo, esta consciência é consciência necessária quando compreende o caráter fetichista do processo e orienta a ação dos sujeitos objetificados no sentido de sua superação; é “falsa consciência” quando se conforma à realidade “invertida”, quando não compreende este caráter fetichista, quando acha as coisas “normais”, e não se empenha em superá-lo na prática. Para a burguesia, o problema formalmente inexistente, dado que a conformação lhe é tendencialmente funcional. Para o proletariado, a tendência inversa prevalece. Contudo, a “falsa consciência” não é uma “falha” fortuita do pensamento, mas uma forma coerente de pensamento derivada de uma realidade invertida: “A inversão não está no pensamento acerca dos ‘objetos’ (mercadorias), mas nos próprios ‘objetos’ (mercadorias), de modo que as representações ideológicas são reflexos corretos de uma realidade por assim dizer ‘falsa’, e não espelhamentos falsos ou invertidos da realidade.” (Maar, 1996, p. 45)

Nessa mesma linha de raciocínio, Mészáros pensa a “falsa consciência” como um momento subordinado da *ideologia*, agora entendida como consciência prática (de classe) necessária numa sociedade dividida em classes antagônicas:

O reconhecimento das necessárias limitações da ideologia – originadas do papel que ela foi instada a desempenhar na preservação de sociedades profundamente divididas – significava que a questão da emancipação humana radical não poderia ser vislumbrada sem se considerar também a supressão final das formas distorcidas de consciência social. (Mészáros, 2004, p. 469)

Além disso, e isto é muito importante, “[...] a ideologia não é ilusão nem superstição religiosa de indivíduos mal orientados, mas uma forma específica de consciência social, materialisticamente ancorada e sustentada.” (idem, p. 65) É por isso que:

[...] se as causas identificáveis de mistificação ideológica fossem primariamente ideológicas, elas poderiam ser contrapostas e revertidas na esfera da própria ideologia. [...] o impacto maciço da ideologia dominante na vida social como um todo só pode ser apreendido em termos da profunda *afinidade estrutural*

existente entre as mistificações e inversões práticas, por um lado, e suas conceituações intelectuais ideológicas, por outro. (idem, p. 479)

Neste sentido, o pensamento de Mészáros aproxima-se e complementa o do “velho” Lukács, de *Ontologia do ser social*:

[...] a correção ou falsidade [de uma ideiação] não bastam para fazer de uma opinião uma ideologia. Nem uma opinião individual correta ou errônea, nem uma hipótese, uma teoria etc., científica, correta ou errônea são em si e por si uma ideologia: podem apenas [...] tornar-se [uma ideologia]. Somente após se tornar veículo teórico ou prático para combater os conflitos sociais, quaisquer que sejam eles, grandes ou pequenos, episódicos ou decisivos para o destino da humanidade, elas são ideologia. (LUKÁCS, apud LESSA, 2002, p. 108.)

A esta citação de Lukács segue o comentário de Lessa: “Não é, portanto, o conteúdo gnosiológico de uma ideiação que a torna ideologia, mas sim sua função social específica: ser veículo dos conflitos sociais”.

Essa compreensão do conceito, para Mészáros (2004, p. 67), é decisiva, pois “sem se reconhecer a determinação das ideologias pela época como a *consciência social prática das sociedades de classe*, a estrutura interna permanece completamente ininteligível.”

Mészáros, assim, emprega o conceito em um sentido mais neutro, na linha de Lênin, Gramsci e Lukács, diferente – mas não necessariamente oposto – do sentido negativo popularizado por Marx e Engels. Nesta acepção neutra, como vimos, *ideologia* corresponde àquelas ideias, falsas ou verdadeiras, capazes de mobilizar amplos contingentes da população. Nesse registro, podemos tranquilamente falar em uma *ideologia socialista* – o que para Marx e Engels não faria sentido – e em uma *ideologia burguesa* – o que para Marx e Engels seria uma redundância. Em *todos os casos*, a ideologia não é uma mera ilusão, correspondendo sempre, ainda que de forma altamente mediada, a um determinado estágio da articulação dialética entre forças produtivas e relações de produção, ou, em outras palavras, da luta de classes.

Podemos agora retomar a questão da passagem da consciência de classe contingente, enquanto falsa consciência, à consciência de classe necessária.

Talvez tenha sido o “jovem” Lukács, em *História e Consciência de Classe*, quem avançou mais nesse sentido, em seu esforço de teorizar a ideologia a partir da *forma concreta* como aquilo que ele denominava consciência “psicológica” poderia elevar-se, na prática, a consciência “atribuída”.

As noções de consciência de classe “psicológica” e “atribuída”, em Lukács, correspondem, respectivamente, às noções de consciência “contingente” e “necessária”, em Marx. Nos termos de Mészáros (1993, p. 86):

[...] a famosa distinção de Lukács entre a consciência de classe ‘atribuída’ ou ‘imputada’ e a consciência ‘psicológica’ tem sua origem na ideia marxiana que opõe consciência de classe verdadeira ou necessária – ‘*atribuída ao proletariado em virtude de ele ser ‘consciente de sua tarefa histórica’* [...] – à contingência do ‘que este ou aquele proletário, ou mesmo todo o proletariado, no momento, considera como sua meta’.

Tratando das diferenças ideológicas (na acepção neutra, é bom lembrar) entre, de um lado, os operários empíricos, e de outro o proletariado enquanto “classe universal”, Lukács diferenciou a “consciência psicológica” dos primeiros da “consciência atribuída” da última, enxergando no *partido comunista bolchevique* a mediação entre contingência e necessidade, por ser a incorporação atuante, a mediação ativa, o portador da verdadeira consciência de classes do proletariado, à qual as massas operárias empíricas fatalmente teriam que ascender.

A ideia do Partido como encarnação da consciência de classe “atribuída” do proletariado, contudo, se pode ter feito algum sentido conjuntural, em termos teóricos e práticos, por ocasião da revolução de Outubro e até meados da década de 20, revelou-se a longo prazo irrealista e mesmo trágica, dado que o Partido, enquanto mediação particular entre o singular – cada operário empírico – e o universal – o proletariado enquanto “classe universal”, em vez de superar dialeticamente sua contradição, efetuando sua conciliação em um nível superior – a extinção de todas as classes e a superação da sociedade de classes, que envolve o fim do estado e, naturalmente, do próprio partido –, por assim dizer estagnou a contradição em um estágio a longo prazo insustentável, mediante a subordinação do singular e mesmo do universal concretos ao “universal abstrato” encarnado na hipostasia do particular, ele próprio, Partido. Em termos menos abstratos, o Partido converteu-se, de unidade organizacional revolucionária, em unidade gerencial de extração de trabalho excedente sob

uma forma estatizada, ainda que em nome de uma quimérica “acumulação primitiva socialista”. Como bem questionou Kurz (1993), acumulação de quê? De capital! Acumulação de recursos ou de riquezas a serem distribuídos, ainda que de modo menos desigual do que nos estados capitalistas, como legitimação de uma “relação social” (Rubin, 1980) ainda calcada na extração de trabalho excedente como fim em si mesma, apesar dos discursos apoloéticos.

Enfim, os rumos tomados pelo stalinismo e pelos PCs por ele orientados descreditaram, até segunda ordem, a elegante mas problemática articulação entre método dialético e estratégia revolucionária de Lukács, em *História e Consciência de Classe*.⁶⁹ A esperança de Rosa Luxemburgo de que essa consciência emergiria quase que espontaneamente das massas, no decorrer da própria luta, mostrou-se igualmente irrealista, na melhor das hipóteses insuficiente (até segunda ordem).

Permanecemos, assim, com nosso dilema: como efetuar, na práxis, a passagem da consciência de classe *contingente/psicológica* à consciência de classe *necessária/atribuída*? Talvez o projeto gramsciano de composição gradual de um bloco histórico não *putchista*, que aproxime intelectuais e trabalhadores, visando a conquista da hegemonia ideológica na sociedade civil antes da conquista do estado, que busque a direção antes da dominação, siga sendo a mais fértil para se pensar a questão nos dias de hoje. Para atualizar esse projeto, contudo, é absolutamente necessário destacar a centralidade econômica e ideológica que as ITCs exercem na sociedade civil – e, em certa medida, no estado. O que significa *ocupá-las, conquistá-las, socializá-las*.

Há um argumento de Bourdieu que indica um caminho aparentemente promissor para articular teoricamente esse projeto à abordagem aqui desenvolvida do gosto: “uma aderência imediata, no nível mais profundo do *habitus*, aos gostos e desgostos, às simpatias e aversões, às fantasias e fobias, é o que forja, mais do que opiniões declaradas, a unidade inconsciente de uma classe.” (Bourdieu, 2000, p. 77)⁷⁰

É a partir dessa perspectiva que o gosto adquire uma dimensão política me-recedora de atenção – a partir do momento em que é inserido na problemática da *(in)consciência de classe*. Pois, como sabemos, o gosto não é somente uma

69 Não obstante, a ideia do esgotamento do papel histórico do partido comunista de inspiração bolchevique (“marxista-leninista”) não é uma unanimidade entre os estudiosos. Ver ZIZEK, Slavoj. *Às Portas da revolução e Repeating Lenin*. Ver também MAZZEO, Antônio Carlos. *Sinfonia Inacabada. A Política dos comunistas no Brasil*.

70 Em uma obra anterior, *A Reprodução*, a expressão “inconsciência de classe” é mencionada, mas só de passagem, na pág. 194. Ao que me consta, Bourdieu não teria desenvolvido essa ideia.

categoria estética e gastronômica, mas também *política*, na medida em que disposições, simpatias, aversões e indiferenças são politicamente decisivas, seja no jogo político liberal da democracia representativa, seja para o projeto socialista da democracia direta, que identificamos à noção de cidadania ampliada.

Alguém poderia levantar aqui a objeção de que legitimamos a atuação de elementos irracionais na prática política. Ocorre que o gosto não é necessariamente irracional, mas mais propriamente *arracional*, conceito que Morin (1982) utiliza para referir-se à pura facticidade de certos aspectos da realidade, os quais, por não serem exatamente “racionais”, nem por isso são “irracionais”, como a dureza da madeira, a altura da montanha, a paixão humana etc. Creio que é à racionalidade não aparente desse elemento “arracional”, enquanto motivação necessária à ação, que Gramsci se referia com a célebre defesa do “otimismo da vontade”, mesmo diante de circunstâncias adversas, que requerem igualmente certo “pessimismo da razão”. O exercício dessa dupla disposição, no extremo, conduz à catarse, à passagem da consciência de classe contingente-psicológica à necessária-atribuída, embora, ao que saibamos, Gramsci não tenha colocado a questão nesses termos. De todo modo, essa noção de catarse diz respeito ao mesmo processo, só que acrescido de um *pathos*, que, se não estava ausente nas formulações de Marx e Lukács, não era tão explícito quanto em Gramsci (sobre a “catarse” gramsciana, ver Heller, 2004).

6. O PECADO DA TERRA, LÊNIN E A MICROSOFT

Cabe agora investigar a seguinte hipótese: caso nossa insistência no caráter heurístico e operacional do emprego dos conceitos *valor de uso*, *falsa consciência*, *fetiche*, *luta de classes*, *consciência de classe*, *ideologia* etc. represente algo mais do que um anacronismo saudosista, tanto para os estudos sociais em sentido geral, quanto para aqueles mais específicos da economia política da informação, da comunicação e da cultura, essa verdade traz consigo uma espécie de bifurcação metodológica: ou se dedica atenção especial às inúmeras mediações de ordem extraeconômica que atuam no âmbito das ITCs, assumindo-se a posição de que os interesses políticos e econômicos envolvidos são somente dois fatores a mais, entre tantos outros de peso equivalente; ou se admite que, embora as

mediações extraeconômicas, envolvidas nos processos de produção, circulação e consumo das ITCs não devam ser deixadas de lado, publicidade, entretenimento e informação vêm se convertendo, de forma cada vez mais abrangente, no cavalo de Troia de determinados interesses políticos e econômicos de classe, cujo peso é decisivo para uma compreensão adequada desses mesmos processos e de seu papel predominantemente conservador.

Na verdade, as ITCs exercem não somente um duplo papel nas sociedades contemporâneas, como anteriormente sugerido, mas um triplo papel: 1) enquanto dispositivo de *produção, circulação e consumo* de bens materiais e simbólicos, constituem um setor econômico de ponta; 2) enquanto dispositivo de sedução, participam ativamente na geração da demanda pelos bens materiais e simbólicos existentes, sejam aqueles diretamente produzidos por elas (produtos da indústria cultural e equipamentos necessários ao seu consumo), sejam aqueles nos quais elas participam na produção (tudo que envolva informática e telecomunicações), sejam aqueles que elas simplesmente anunciam (qualquer mercadoria); e 3) enquanto dispositivo de *(in)formação*, socializa, em diversas escalas, um repertório de representações do real, que incluem os bens materiais e simbólicos, junto a sistemas classificatórios, ou códigos valorativos, que dispõem esses bens e representações, uns em relação aos outros, em hierarquias entrecruzadas, menos ou mais complexas, dependendo do caso, o que envolve as ideologias, no sentido lato do termo.

Esse é um dos lados da moeda, o lado mais forte, o lado da hegemonia. Não obstante, o fato de os interesses hegemônicos serem em grande parte contraditórios, entre si e, sobretudo, com os interesses da maioria das pessoas – que vivem do trabalho e compõem a massa consumidora –, mesmo que estas últimas não tenham clara consciência desses interesses, esse simples fato representa uma espécie de cavalo de Troia do cavalo de Troia.

Um exemplo dessa contradição está no jornalismo, principalmente no telejornalismo comercial. Seu objetivo último é cativar imensas audiências para os anunciantes dos intervalos, além de reiterar representações conservadoras da realidade social. Mas, para fazê-lo, é necessário que os programas possuam e conservem credibilidade junto à população, o que requer que estejam minimamente comprometidos com a verdade factual, ainda que a divulgação dessa verdade eventualmente entre em choque com os interesses particulares da empresa de comunicação que produz o telejornal ou de setores mais amplos do capital

dos quais ela é aliada. Escândalos envolvendo aliados também podem atrair audiências, e serão mais ou menos propagados conforme a correlação de forças em questão, conforme a percepção dos editores em relação a essa correlação de forças e conforme as disputas internas das diversas frações do capital envolvidas na disputa. Além disso, há, entre os jornalistas, muitos que não pensam “como o patrão”, e que possuem, em graus variados, consciência de classe, além de uma relativa autonomia produtiva.

No campo da música, do cinema e até da teledramaturgia, apesar de todas as tendências dominantes, canções, filmes e programas efetivamente inventivos conseguem, aqui ou ali, aparecer no universo das ITCs.

No caso da publicidade: para ser convincente, obviamente deve agradar e, com alguma frequência, inovar. Assim, na busca da atenção da audiência, a despeito dos apelos grosseiros mais recorrentes e de seu conteúdo ideológico tendencialmente integrado, ela não deixa também de eventualmente socializar valores morais menos conservadores, e mesmo experiências formais que, de outro modo, talvez permanecessem restritas a culturas de nichos, contribuindo assim para um maior enriquecimento e abertura no repertório de referências de audiências mais amplas.

Nesse ponto, Adorno entra em rota de colisão conosco, já que, para ele, “os padrões estéticos inconscientes das *massas* são precisamente aqueles de que a *sociedade necessita* para se perpetuar e perpetuar seu domínio sobre as massas.” (ADORNO, *Aesthetic Theory*, apud MÉSZÁROS, 2004, p. 157, nota 35)

É uma sentença intrigante, mas com a qual não podemos concordar integralmente. Porque se Adorno acerta na definição de um dos aspectos constitutivos do controle social nos últimos cerca de oitenta anos, talvez mesmo do seu aspecto predominante, por outro lado não se dá conta que o momento disruptivo, que existe em estado latente como *potência concreta*, igualmente pressupõe “padrões estéticos inconscientes”, mas de uma natureza não integrada, não mimética, que podem ser identificados no gosto das massas por alguns produtos das ITCs, ou por alguns elementos de *todos eles*, para não falar de formas estéticas de resistência ou híbridas / experimentais, no campo da produção simbólica extra midiática.

Há um artigo seminal de Fredric Jameson que aponta nessa direção, cujo norte é, sem perder o gume crítico em relação às mercadorias culturais da indústria cultural e de sua importância política e econômica, distinguir, por assim

dizer, o cavalo de Troia no cavalo de Troia, o *grão* utópico na cultura de massa, mesmo em produtos cujo caráter ideologicamente reacionário é mais ou menos óbvio. Nas palavras de Jameson (1995, p. 30):

[...] as obras de cultura de massa não podem ser ideológicas sem serem, em certo ponto e ao mesmo tempo, implícita ou explicitamente utópicas: não podem manipular a menos que ofereçam um grão genuíno de conteúdo, como paga ao público prestes a ser tão manipulado. Mesmo a “falsa consciência” de um fenômeno monstruoso como o nazismo nutriu-se de imaginários coletivos de tipo utópico, sob roupagem tanto socialista como nacionalista. [...] as obras de cultura de massa, mesmo que sua função se encontre na legitimação da ordem existente – ou de outra ainda pior – não podem cumprir sua tarefa sem desviar a favor dessa última as mais profundas e fundamentais esperanças e fantasias da coletividade, não importa se de forma distorcida.

O trecho refere-se a uma análise empreendida por Jameson do filme “Tubarão”, na qual ele demonstra que produtos como este só obtêm sucesso na medida em que, de alguma forma, trazem em si um “potencial utópico e transcendente”. Jameson também coteja o livro e o filme “Tubarão”, o primeiro escrito por Peter Blanchley e o segundo dirigido por Steven Spielberg, em 1975. Ambos obtiveram enorme sucesso comercial.

Mais adiante, na mesma obra (p. 34-5), o autor sintetiza o ponto defendido da seguinte maneira:

Em meio a uma sociedade privatizada e psicologizada, obcecada pelas mercadorias e bombardeada pelos *slogans* ideológicos dos grandes negócios, trata-se de reacender algum sentido do inerradicável impulso na direção da coletividade, que pode ser detectado, não importa quão vaga e debilmente, nas mais degradadas obras da cultura de massa, tão certo como nos clássicos do modernismo. Eis a indispensável precondição de qualquer intervenção marxista significativa na cultura contemporânea.

Esse raciocínio de Jameson é muito importante, no sentido de não se perder de vista o caráter contraditório das ITCs, e também para que não se caia em pessimismos desmobilizantes ou mesmo imobilizantes. Além disso, ela nos abre uma nova perspectiva de investigação, voltada para o desvelamento do que pode

haver, no gosto atual das multidões, de substrato sensível da ideologia, não só enquanto “falsa consciência” ou “generalidade abstrata”, mas também como elemento organizador e motivador de uma consciência de classe *necessária* (Marx) ou *atribuída* (Lukács), isto é, orientada para a crítica e a transformação sociais. Esse desvelamento é necessário para que se possa pensar em deslocar o gosto da esfera mais passiva do consumo à esfera mais ativa da produção, reorientando a produção social – material e simbólica – no sentido da satisfação de gostos não cooptados pelas formas integradoras do capital.

Recapitulemos. Dado que a dimensão política decisiva do gosto está intimamente ligada a sua dimensão econômica, quando Bourdieu menciona uma “unidade inconsciente de classe”, forjada no “nível mais profundo dos *habitus* etc.”, ele oferece um excelente ponto de partida para se enfrentar o conjunto de questões acima proposto, no quadro de uma atualização da problemática da consciência de classe e da ideologia.

Trata-se, primeiro, de pensar a noção de gosto cindido em prazer e conhecimento, a qual, por sua vez, remete à negatividade dialética da inconsciência de classe, dado que, se esta é positivamente, imediatamente, atualmente, fator constituinte da classe-em-si, negativamente, mediatamente ou potencialmente o é da classe-para-si, capaz de extinguir a si mesma e a todas as classes, portanto a sociedade de classes, promovendo a possibilidade de sutura do gosto em prazer e conhecimento, *articulados em um nível superior*. Ou seja, a noção de inconsciência de classe deve ser entendida, ao mesmo tempo, 1) como tensão entre sua positividade de não-reflexão atual e sua negatividade de reflexão potencial, e 2) como identidade de classe pulsional, pré-simbólica, mas passível de simbolização, de exteriorização, de objetivação na práxis, de incorporação à consciência e à ação portanto, convertendo nesse momento a consciência em si em consciência para si, através dessa práxis transformadora. Em outros termos, a catarse gramsciana.

O gosto, este saber dos sabores e vice-versa, é o substrato sensível de ideologias e práxis hegemônicas somente em sua positividade atual, passiva e imediata. Sua negatividade dialética, ativa e mediata, consiste em sua potência concreta de despertar práxis contra-hegemônicas. Ou seja, o gosto cindido, em um primeiro momento, não diz respeito diretamente, *imediatamente*, à consciência de classe necessária, mas *mediatamente*, isto é, enquanto momento de uma mediação possível da consciência de classe contingente à necessária.

Diz, assim, respeito ao momento que Lukács denominava *consciência de classe possível*, na passagem da *consciência em si* à *consciência para si*. Porque o gosto cindido traz em si um pathos revolucionário recalcado sob as mil manifestações do ethos conformista da ideologia hegemônica. Em um segundo momento, porém, diante de circunstâncias objetivas mais favoráveis, a tensão entre esse pathos e esse ethos pode resultar em sutura, em uma unidade superior de sensibilidade e consciência, a qual deverá servir imediatamente como sustentação psicológica e motivacional da consciência de classe necessária.

Uma ideia parecida com essa está implícita nas seguintes palavras de Muniz Sodré (2005, p. 71): “[...] no bojo das novas condições de existência geradas pela ciência e pela tecnologia, a força ético-política da paixão de viver poderia impedir que a integração harmônica da máquina seja equivalente à assimilação do capital como ‘natureza’ à consciência do homem”.

A ideologia, em qualquer acepção que se queira, é sempre uma fabulação do gosto. O gosto é a inconsciência sensível da ideologia e na ideologia; dela provém e ao mesmo tempo a sustenta; é sua inscrição no corpo. E a assimilação reificante dos gostos ao modo de vida capitalista foi a única forma, além da violência, de minimizar os efeitos dolorosos das contradições de seu desenvolvimento, e é a única forma de assegurar sua sobrevivência insana e destrutiva. As ideologias só “colam” se seduzirem os gostos. Como lembra Eagleton (2010, p. 42): “Somente as afirmações que envolvem nossas devoções e afeições têm a esperança de ser persuasivas”.

Os gostos, porém, não são variáveis reflexas de estruturas inconscientes invariáveis, mas estruturações historicamente variáveis das subjetividades e das práticas intersubjetivas, ambas determinadas, positiva e negativamente, em última instância, pelos vetores econômicos contraditórios de cada formação social; em outras palavras, limitadas em suas possibilidades de objetivação pelas contradições entre o modo de produção hegemônico, os resquícios de sua pré-história e de seus estágios passados, e as possibilidades de superação de si que em si carrega. “Modo de produção”, não custa lembrar, é a forma como as pessoas produzem e reproduzem em sociedade suas condições de vida. Se essas formas não são determinadas pela vontade dos sujeitos, mas por imperativos cegos, os gostos, como todo resto, permanecem limitados por estes imperativos. É necessário libertá-los.

Será possível?

Vimos que o gosto só se torna restrito à esfera do consumo como consequência de ter sido antes subordinado aos imperativos do capital na esfera da produção. O fim dessa subordinação constitui talvez o objetivo principal do projeto socialista (ou da cidadania ampliada). Nos termos de Marx (apud Mészáros, 2004, p. 176), “em uma sociedade futura, na qual o antagonismo de classe tenha deixado de existir, na qual não haverá mais classes, o *uso* não mais será determinado pelo *tempo mínimo de produção*; mas o *tempo* de produção será determinado pelo grau de sua *utilidade social*.”

Assim, para além dos limites do fetiche do valor (em um nível mais alto de abstração) ou da solvência monetária (em um nível mais imediato), se é o gosto que efetivamente orienta o consumo, ele passaria a constituir não somente a *meta* da produção, mas carregaria a própria produção de *inspiração*. Na prática, isso significa que o trabalho seria, em si, gratificante.

Para entendermos melhor essa ideia, recorreremos agora a uma fonte heterodoxa em relação ao que vimos estudando, a saber, a erudição judaica, que fortalece uma de nossas hipóteses originais de trabalho, corroborada por Voltaire, conforme a qual a noção de gosto aproxima as de sabor e saber em “todas as línguas conhecidas”: também o termo hebraico para gosto, *ta’am* (טעם), possui o duplo sentido de *sabor e significado*.

Abraham Kook⁷¹ derivou dessa aproximação uma reflexão em torno do gosto em termos de *inspiração*, em uma exegese interessantíssima do episódio bíblico do fruto proibido:

As árvores que dão o fruto [...] se tornaram matéria inferior e perderam seu gosto. Essa é a queda da ‘Terra’, em função da qual esta foi amaldiçoada, quando Adão foi igualmente amaldiçoado por seu pecado. Mas todo defeito é destinado a ser corrigido. Assim, estamos seguros que chegará o dia em que a criação retornará ao seu estado original, quando o gosto da árvore será o mesmo que o do fruto. A ‘Terra’ se arrependerá de seu pecado e os caminhos da vida prática não mais obstruirão o deleite do ideal, que é sustentado pelos degraus intermediários apropriados em seu caminho rumo à realização, e estimulará sua emergência de potência em ato.

71 Segundo Gershom Scholem, Abraham Kook (1865-1935) foi o último grande cabalista.

A própria penitência, que ativa o espírito interior submerso nas profundezas do caótico e do antitético à meta ideal, possibilitará que a aspiração do ideal penetre em todas as influências condicionantes, e em todas elas será degustado o esplendor da meta ideal. Ela o fará alargando a extensão da ação para o ideal de justiça. O homem não mais sofrerá a desgraça da indolência no caminho para a vida verdadeira. (KOOK, 1978: 59-60)⁷²

Essa última reflexão sobre a “penitência” adquire um significado materialista extraordinário se cotejada com o seguinte trecho de *A Sagrada Família*:

[...] o homem se perdeu a si mesmo no proletariado, mas ao mesmo tempo ganhou com isso não apenas a consciência teórica dessa perda, como também, sob a ação de uma *penúria* absolutamente imperiosa – a expressão prática da *necessidade* –, que já não pode mais ser evitada nem embelezada, foi obrigado à revolta contra essas desumanidades; por causa disso o proletariado pode e deve libertar-se a si mesmo. Mas ele não pode libertar-se a si mesmo sem suprasumir suas próprias condições de vida. Ele não pode suprasumir suas próprias condições de vida sem suprasumir *todas* as condições de vida desumana da sociedade atual, que se resumem em sua própria situação. Não é por acaso que ele passa pela escola do *trabalho*, que é dura mas forja resistência. (MARX; ENGELS, 2003d, p. 49)

Vejamos agora um comentário esclarecedor sobre a passagem supracitada, de Kook:

Nesta passagem, Rav Kook lida com o famoso midrash⁷³ concernente ao “pecado da Terra durante os Seis Dias da Criação”. No terceiro dia, Deus ordenou à Terra que “produza ÁRVORES FRUTÍFERAS que deem frutos”. A Terra desviou-se do comando original e limita-se a produzir “árvores que dão frutos”. Aos olhos dos Sábios, a Terra pecou por não produzir “árvores frutíferas”, isto é, árvores cujos troncos e galhos tenham o gosto do fruto. Ao invés disso, temos somente o exterior marrom usado para fogueiras, enquanto somente o fruto possui um gosto bom. [...] Rav Kook explica

72 KOOK, Abraham Isaac. *The Lights of penitence; the moral principles, lights of holiness, essays, letters and poems*, 1978, pp. 59-60. Na p. 121 da mesma obra, esse curioso tópico é retomado: “A própria Terra tinha medo e não fez crescer a árvore em sua perfeição, de modo que seu gosto fosse o mesmo que o do seu fruto [...] A humanidade tem medo dos luminosos e exaltados valores da liberdade; este mundo teme a emergência do mundo que virá....

73 Tópico narrativo da tradição oral talmúdica judaica, que inclui também suas interpretações.

este midrash como uma parábola: fruto = os fins; gosto [ta'am – טעם] = a inspiração; árvore = os meios para que se atinja os fins. [...] Originalmente os meios para se atingir os fins deveriam estar plenos do mesmo sentimento de prazer e inspiração que resulta dos fins. A satisfação dos fins penetraria o processo dos meios. Porém, o pecado da Terra deixou toda a inspiração nos fins, restando os meios sem gosto.[...]74

A Terra, então, “pecou”, isto é, *falhou*, já que os troncos e galhos das árvores não possuem o gosto dos frutos. Se os troncos e galhos simbolizam os meios para se atingir a meta (o fruto), e deveriam ser da mesma ordem de inspiração (de gosto, sabor/saber) que os fins, não o são porque a Terra *falhou*. É aqui, pois, um problema ontológico da matéria (da imanência). Por outro lado, a missão do homem, isto é, o sentido de sua vida, seria redimir o “pecado” / falha da Terra, restaurando / realizando a ordem “divina”, ao tornar os meios de se atingir um fim tão inspiradores (saborosos e plenos de significado) quanto o próprio fim.

Depurado o tom religioso do texto, está dito aí que através de sua *práxis*, a princípio penosa, o homem deve transcender o “pecado original *da Terra*”, redimindo-a,⁷⁵ e estabelecer aquela ordenada por “Deus”, segundo a qual os meios têm que ser inspiradores e sagrados, isto é, plenos de sabor e significado. Pois a ordem “divina” pode ser pensada como um ideal radicalmente humano, na medida em que cabe ao homem a responsabilidade por sua realização. Essa responsabilidade, todavia, não precisa ser pensada como uma obrigação exterior, mas como um poder de autorrealização, já que se trata de uma *parceria* com “Deus”, e o homem traria em si o elemento “divino”, isto é, a potência criadora de transcender *historicamente* as limitações naturais imediatas – consequentemente, as limitações sociais subsequentes – no devir histórico.

Como ensina Paulo Blank (2003, p. 3), quando se refere ao “encontro fundador de Deus e Moisés”:

Quando o último pergunta em nome de quem ordenará ao faraó que liberte os hebreus, a voz que lhe fala de dentro do fogo diz: ‘Ehiê Asher Ehiê – Serei O Que Serei’. A versão grega do texto bíblico traduzirá a mesma frase como

74 Comentários de Rav Hillel Rachmani sobre a citação anterior, de Kook, conseguidos na Internet junto à Yeshivat Har Etzion – Virtual Beit Midrash – e-mail: yhe@jer1.co.il ou office@etzion.org.il, por intermédio de Ezra Bick – ebick@etzion.org.il, em 2002.

75 A palavra hebraica que designa o primeiro homem, *Adam*, é praticamente a mesma de *Adamá*, a Terra.

‘Sou O Que Sou’. São palavras diferentes [...] O hebraico, que não possui o presente do verbo ser, permite pensar um mundo criado à imagem da mutabilidade e da transformação [...] Diríamos, então, junto com Guikatilla, cabalista espanhol do século 11, que aquele que realiza os preceitos e os atos justos ‘é como se construísse Hashém – o nome de Deus’. Construir o Nome é, sem dúvida, intrigante. Transforma-nos em possíveis parceiros na construção de um futuro que, chamado de Deus, traz em si um princípio que aponta para o futuro como o lugar da revelação. Como sabemos, o sentido judaico da revelação é também o cenário de um mundo de justiça e paz e não a salvação individual da alma.

O que isto significa? Tendo a necessidade do trabalho se imposto desde os primórdios, seguiu-se o desejo de um paraíso que nos libertasse da condenação ao trabalho, “realizado” na ideologia (na acepção neutra e negativa) que atende pelo nome de religião (na construção de um projeto divino que promettesse o paraíso e que explicasse as razões de seu adiamento temporal) e na utopia política (na construção de um projeto humano do mesmo teor).

Mais de um autor já apontou essa familiaridade entre a escatologia marxista e o messianismo judaico: trazer à Terra o reino dos céus pela ação humana. De fato, ambas têm em comum a insatisfação com uma realidade – em todo caso social, ainda que isto não esteja sempre evidente no discurso religioso – passível de transformação, insatisfação a partir da qual ocorre a elaboração ideal dos meios e fins necessários à tarefa, que variarão conforme as condições históricas favorecerem o desenvolvimento de projetos menos ou mais realistas.

Ocorre, porém, que a despeito do que possa haver em comum entre o messianismo judaico e o marxismo, é desnecessário lembrar que os fundamentos de ambas as “correntes de pensamento”, se assim podemos nos expressar, variam imensamente, sobretudo no que tange ao fato de que, no marxismo, não se pensa em um fim da história, em uma era messiânica definitiva, instaurada de uma vez por todas, mas no fim da pré-história, no início da história *humana*, isto é, consciente de si, livre de fetiches, não alienada:

O que dá sentido à opção humana pelo socialismo não é a promessa enganadora de um absoluto fictício (um mundo do qual todas as possíveis contradições estejam eliminadas para sempre), mas a possibilidade real de transformar uma tendência ameaçadoramente *crescente* de alienação numa

tranquilizadora tendência *decescente*. Isso, em si, já seria uma conquista *qualitativa* no sentido de uma superação prática, efetiva, da alienação e reificação. Mas outras conquistas importantes são possíveis, não só no plano da inversão da tendência geral, mas também em relação ao caráter substancialmente diferente – auto realizador – das formas específicas da atividade humana, livres da sujeição a meios alienados a serviço da perpetuação das relações sociais de produção reificadas.

A substituição das “mediações de segunda ordem” capitalistas, alienadas e reificadas, por instrumentos e meios de intercâmbio humano conscientemente controlados é o programa sócio-historicamente concreto desta transcendência. (Mészáros, 2006, p. 228)

Já o complexo das ITCs, porta-voz do capitalismo financeiro globalizado, acentua a separação dos fins, dos meios e da inspiração, isto é, reforça a perpetuação da divisão da sociedade em classes: 1) promovendo o sabor sem saber, na esfera do consumo, e o saber sem sabor, meramente instrumental, na esfera da educação formal, da reprodução social, legitimando assim a divisão trabalho (alienado) / lazer (consumista); 2) subordinando toda produção simbólica socializada a imperativos econômicos de ganho de escala; 3) retroalimentando, de modo reificante, gostos e padrões de comportamento; e 4) construindo um imaginário coletivo que é em grande parte comum, apesar de desprovido de um lastro em experiências concretas comuns, borrando as fronteiras entre vivência e representação, homogeneizando gostos, práticas e mundivisões através de um processo de recalçamento de produção simbólica, que existe em potência e em ato nas experiências concretas extra-midiáticas – não-comuns em escala massiva, mas fragmentadas em classes e frações de classes, gêneros, etnias, faixas etárias, nacionalidades etc. –, mascarando assim a luta de classes e seus desdobramentos culturais.

Mascarando-a, porém, sem eliminá-la; pois se as ITCs contemporâneas praticamente conquistaram para si alguns dos tradicionais atributos divinos, isto é, a onipresença e a onisciência, não dispõem de onipotência. E é precisamente na potência das práticas concretas extra-midiáticas, nos movimentos de luta e cooperação entre as pessoas, em sua resistência à própria coisificação e obsolescência biológica, cultural e política, que reside o detonador da transcendência histórica, da conversão da quantidade em qualidade, de necessidade em liberdade, do sabor e do saber em gosto como inspiração, o *tikkun olam* (concerto do mundo). Por isso, podemos dizer, com Zizek:

A aposta de Lenin – mais atual do que nunca, em nossa era de relativismo pós-moderno – é que a verdade universal e a tomada de partido, o gesto de se assumir uma posição, não apenas não são mutuamente excludentes, mas condicionam um ao outro: a verdade UNIVERSAL de uma situação concreta só pode ser articulada através de uma posição particular – a verdade é, por definição, unilateral. [...] Por que não, então, corajosamente e sem nenhuma vergonha, ENDOSSAR o refrão tedioso segundo o qual o marxismo é uma ‘religião secularizada’?, com Lenin como o messias etc.? Sim, adotar o ponto de vista do proletariado É PRECISAMENTE como cometer um ato de fé e assumir um engajamento subjetivo completo com sua causa; sim, a ‘verdade’ do marxismo só é perceptível àqueles que cometeram este ato, NÃO para quaisquer observadores neutros. Todavia, o que a EXTERNALIDADE significa aqui é que esta verdade é UNIVERSAL, não somente o ‘ponto de vista’ de um sujeito histórico particular: intelectuais ‘externos’ são necessários porque a classe trabalhadora não tem como perceber imediatamente O SEU PRÓPRIO LUGAR em meio à totalidade social que a habilita a cumprir sua ‘missão’ – essa tomada de consciência deve ser mediada por de um elemento externo.⁷⁶

Em termos materialistas, enfim, o “pecado da Terra”, causa da “Queda” e do “Mal”, consiste na ausência de gosto (sabor, significado e *inspiração*) em boa parte dos esforços necessários na busca por satisfação, devido à escassez, à brutalidade dos elementos e das feras, e à resistência, com frequência extrema, da natureza face ao homem, fatores com os quais ele tem de lidar nessa busca, mesmo quanto às necessidades mais elementares, o que gera, além de desgosto, medo, dor e trabalho pesado. Este último, no entanto, é a condição de sua própria superação: se todos os meios para que se atinja qualquer fim poderiam ser simplesmente chamados de *trabalho*, a “condenação divina” que pesa sobre o homem – *ganharás teu pão com o suor de tua face* – reproduz, de modo invertido,⁷⁷ uma “condenação” real, mas historicamente superável a partir de sua própria

76 Zizek, **Repeating Lenin**. Documento eletrônico: <http://www.lacan.com/replenin.htm>. Ver também Buber (1980).

77 Cabe aqui reproduzir uma célebre reflexão de Marx – tão citada quanto descontextualizada e, por isso, mal interpretada, restando seu significado, conforme Mészáros, “tendenciosamente ignorado” – sobre a religião como o “ópio do povo”: “A miséria religiosa é ao mesmo tempo a expressão da miséria real e um protesto contra essa miséria real. A religião é o suspiro dos oprimidos, o coração de um mundo sem coração, o espírito de um mundo sem espírito. A religião é o ópio do povo. [...] A exigência de se abandonar as ilusões sobre o presente estado de coisas é a exigência de se abandonar um estado de coisas que necessita de ilusões. Portanto, a crítica da religião é, em estado embrionário, a crítica do vale de lágrimas cujo halo é a religião [...]. Assim, a crítica do céu se transforma na crítica da terra, a crítica da religião na crítica do direito e a crítica da teologia na crítica da política.” MARX, Contribuição à crítica da filosofia do direito de Hegel, apud MÉSZÁROS, o Poder da Ideologia, p. 469, nota 22.

contradição interna: *a ausência de gosto – de sabor, de significado e de inspiração – no trabalho não-livre*, em todas as suas formas históricas.

É por essas razões que um dos principais objetivos do projeto socialista é a extinção do trabalho não-livre em sua forma atual, ou seja, o fim da escravidão assalariada, carente de sabor, de significado, de inspiração. Nos termos de Mészáros (2006, p. 170):

É evidente que quando a atividade vital do homem é apenas um meio para um fim, não se pode falar de liberdade, porque as potências humanas que se manifestam nesse tipo de atividade são *dominadas* por uma necessidade exterior a elas. Essa contradição não pode ser resolvida a menos que o trabalho – que é um simples *meio* na presente relação – se torne *um fim em si mesmo*. Em outras palavras: apenas se o trabalho chega a ser uma *necessidade interior* do homem é que será possível referir-se a ele como “atividade livre”.

É o que diz Marx quando fala do “homem **rico**” cuja “efetivação própria existe *como necessidade interior, como falta*”.⁷⁸ Sua definição de *liberdade como uma “necessidade interior”* não exige um “reconhecimento da necessidade” abstrato e conceitual, mas sim uma *necessidade positiva*. Somente se existir essa necessidade positiva como uma necessidade *interior* de trabalhar é que o trabalho poderá perder seu caráter de necessidade *exterior* ao homem.

Uma vez que apenas enquanto necessidade positiva, como necessidade interior, o trabalho é *gozo*, então a auto-realização, a plenitude humana, é inseparável do aparecimento dessa necessidade positiva. *A liberdade* é, assim, a realização da finalidade própria do homem: *a auto-realização no exercício autodeterminado e externamente não-impedido dos poderes humanos*. Como autodeterminação, a base desse exercício livre dos poderes humanos não é um “imperativo categórico” abstrato, que permanece *exterior* ao ser humano real, mas uma necessidade positiva efetivamente existente de trabalho *humano* auto-realizador. Assim, os meios (trabalho) e fins (necessidades) nesse *processo* de humanização transformam-se mutuamente em atividade verdadeiramente humana, feita de gozo e auto-realização, por intermédio da qual poder e finalidade, meios e fins, surgem numa unidade natural (humana).

78 A citação de Marx pertence aos *Manuscritos econômico-filosóficos*.

É disso que se trata quando falamos de resgatar o gosto cooptado pelo capital da esfera do consumo e inseri-lo na esfera da produção, como inspiração, na execução, da forma menos penosa que se puder, de tarefas coletivamente determinadas por pessoas livres e conscientes.

As ITCs podem ser instrumentalizadas no sentido de solucionar este problema. É Zizek, partindo de Lênin, quem nos dá uma pista de como isso pode ser efetivamente posto em prática:

As ideias de Lenin sobre como a estrada para o socialismo corre através do terreno do capitalismo monopolista podem parecer perigosamente ingênuas hoje: “O capitalismo criou um aparato contábil na forma de bancos, sindicatos, correios, associações de consumidores e organizações de empregados de escritório. Sem grandes bancos o socialismo seria impossível. [...] nossa tarefa agora é meramente podar aquilo que capitalisticamente mutila esse excelente aparato, torná-lo ainda maior, ainda mais democrático, ainda mais inclusivo [...] seria [...] algo como o esqueleto da sociedade socialista.” [...] E se alguém substituísse o (obviamente datado) exemplo do banco central pela *World Wide Web* [...]? Dorothy Sayers sustentou que a Poética de Aristóteles é efetivamente a teoria das histórias de detetive *avant la lettre* – como o pobre Aristóteles ainda não conhecia as histórias de detetive, ele teve que fazer menção aos únicos exemplos que lhe estavam disponíveis, as tragédias... Nessa mesma linha de raciocínio, Lenin estaria efetivamente desenvolvendo a teoria do papel da *World Wide Web*, porém, dado que ele não conhecia a WWW, ele teve que fazer menção aos desafortunados bancos centrais. Consequentemente, alguém pode também dizer que “sem a *World Wide Web* o socialismo seria impossível. [...] nossa tarefa agora é meramente podar aquilo que capitalisticamente mutila esse excelente aparato, torná-lo ainda maior, ainda mais democrático, ainda mais inclusivo” [...] Não haveria na *World Wide Web* um potencial explosivo também para o próprio capitalismo? A lição do monopólio da Microsoft não seria precisamente a de Lenin: ao invés de combater o seu monopólio através do aparato do estado (recorde-se a divisão da Microsoft Corporation por decisão judicial), não seria mais “lógico” simplesmente SOCIALIZÁ-LA, tornando-a gratuitamente acessível?⁷⁹

79 ZIZEK, Slavoj. *Repeating Lenin*. Documento eletrônico: <http://www.lacan.com/replenin.htm>. Acesso em: mar. 2004.

Ou seja, as ITCs, em meio às quais a Microsoft Corporation ocupa um dos papéis mais ilustres, devem ser instrumentalizadas em termos não só ideológicos mas, considerando-se a sua centralidade no conjunto da economia, *administrativos e logísticos*. Esta operação é absolutamente fundamental pois, como bem lembra Mészáros (2002, p. 787-8):

Não basta [...] argumentar a favor de uma nova orientação ideológico-política caso se mantenham tal como hoje as formas institucionais e organizacionais relevantes. Se, em sua resposta por inércia às circunstâncias históricas que já não são as mesmas, a desorientação corrente é a manifestação combinada dos fatores prático-institucional e ideológico, seria ingênuo esperar uma solução no que muitos gostam de descrever como “clarificação ideológica”. De fato, enquanto os dois devem desenvolver-se juntos nessa reciprocidade dialética, o “*ubergreifendes Moment*” na conjuntura atual é a estrutura prático/institucional da estratégia socialista, que precisa reestruturar-se de acordo com as novas condições.

7. COMERÁS TEU PÃO COM O SUOR DA TUA FACE

O trabalho não é bom, ninguém pode duvidar / Trabalhar, só obrigado, por gosto ninguém vai lá. (Trecho da canção “O que será de mim”, de Ismael Silva, Newton Bastos e Francisco Alves)

“Adam est l’agriculteur de l’*adama* que constitue sa propre personne.
Il est en éternel projet et se réalise en se projetant davantage.
(Neher, 2011, p. 188)”

Para Marx, segundo recorda Jorge Larrain (1996, p.155), “A religião surge como uma inversão porque Deus, sendo uma criatura das mentes dos seres humanos, torna-se o criador, e os seres humanos, que criaram a ideia de Deus, tornam-se as criaturas.”

Desta forma, se julgamos justo o pressuposto de que os modos de produção estruturados dinamicamente através da história e a divisão de trabalho correspondente não determinam de modo mecânico e linear, mas delineiam o campo

de potencialidades humanas a se realizarem concretamente como produção ideológica ou simbólica; que a inversão desta sentença só é razoável se considerarmos a antecedência do simbólico em relação ao material em um presente dado como fruto de condicionamentos materiais ainda mais antigas; se levarmos em conta que:

A produção de um indivíduo isolado, fora da sociedade – uma rara exceção que pode bem ocorrer, quando uma pessoa civilizada, na qual as forças sociais já se encontram dinamicamente presentes, é atirada por acidente em uma região desabitada –, é um absurdo tão grande quanto o desenvolvimento da linguagem sem que haja indivíduos vivendo juntos e falando uns com os outros. (MARX, *Grundrisse*)

Se admitirmos ainda que as línguas não produzem a si mesmas a partir do nada – não possuindo, pois, existência autônoma, descolada das línguas de carne – e que são os homens que produzem e reproduzem as línguas em sua interação material com o mundo, isto é, com os outros homens e com a natureza; se concordarmos, enfim, que a boca, antes de falar ou cantar, berra, suga, grunhe, cospe, vomita, morde, mastiga e come, podemos arriscar algumas surpreendentes suposições a partir da Torá, que nos ajudarão a ampliar nosso conhecimento a respeito da dimensão política do gosto.

Já no Gênesis, a história humana propriamente dita começa com o trabalho necessário a alimentação, entendido como castigo, consequência da expulsão do paraíso: *comerás teu pão com o suor da tua face* (no paraíso, alimentar-se não requeria trabalho penoso. “Paraíso”, então, significa, antes de mais nada, ausência de trabalho penoso, sem inspiração, sem sentido, alienado). Então os homens dividem-se em lavradores (Caim) e pastores (Abel). Tal divisão do trabalho gestou consequências profundas na história ulterior da espécie, entre elas o fratricídio: “Depois que o homem primevo descobriu que estava literalmente em suas mãos melhorar a sua sorte na Terra através do trabalho, não lhe pode ter sido indiferente que outro homem trabalhasse com ele e contra ele. (Freud, 1974, p.57)”

Ora, se o trabalho social envolve cooperação e conflito, e esse imperativo atravessa toda a história da humanidade, em diferentes configurações, moldando o campo de possibilidades sobre o qual se desenvolve todo e qualquer sistema simbólico: língua, religião, ideologia, arte, ciência etc, pode-se enxergar na

passagem do assassinato de Abel por Caim a indicação alegórica de um conflito entre classes de produtores, sem com isso pretender reduzi-la a esta leitura particular. Certamente a vasta literatura interpretativa judaica – tanto a talmúdica quanto a cabalista – deve fornecer leituras diversas, quem sabe a partir do valor numérico das letras dos nomes dos dois irmãos, talvez em algum simbolismo derivado dos trabalhos lavrar e pastorear.

Gershom Scholem, reconhecido conhecedor do tema e antimarxista declarado, fornece-nos algum amparo a nossa hipótese:

Segundo Eleazar de Worms [Alemanha, séc. XIII], existiram desde os dias da Criação forças históricas de oposição, “ervas daninhas” como as denomina, que contrariam o propósito divino. O versículo de Gênesis 3:18, “espinhos e cardos a terra te produzirá”, deve ser entendido não apenas no sentido natural mas também histórico, significando a terra, nesse contexto, o palco em que a história do homem é representada. “Espinhos e cardos” são interpretados, por um processo de raciocínio baseado no misticismo numerológico, como representações da história profana que em cada geração se opõe ao processo histórico sagrado. A origem da história profana é procurada na Queda, que também é definida como a causa da força e da desigualdade social nas relações entre os homens. [...] E, mesmo depois da Queda, os homens poderiam ter evitado a divisão entre ricos e pobres, a desgraça da desigualdade social, se houvessem permanecido lavradores da terra. (SCHOLEM, 1995, pp. 100-01)

Ora, mas o lavrador era Caim, o assassino, que recebeu, a seu próprio pedido, um sinal de Deus, para protegê-lo contra todos os que quisessem matá-lo.⁸⁰

Neher, por exemplo, argumenta que o resultado da luta entre Caim e Abel poderia ter sido outro. O episódio, sob essa luz, não inocenta a vítima, mas problematiza a competição constitutiva do ser humano, sobre a qual se funda inclusive a comunicação horizontal (pois antes de Caim e Abel, Adão e Eva não conversavam entre si, somente com Deus). E não importa se essa competição se refere “à partilha econômica do mundo, à posse do Templo, ou ainda ao tesão por sua irmã comum” (Neher, 2011, p. 147).

⁸⁰ E os músicos são seus descendentes, pois Jubal, “o pai de todos os que tocam harpa e flauta”, pertencia à sétima geração a partir de Caim! (Gênesis, p. 4, capítulo 4, verso 21)

Não dispondo atualmente de conhecimentos que nos permitam levar adiante a investigação das consequências dessas indicações, podemos ao menos insistir na possibilidade de o fratricídio ser uma alegoria de ordem distinta da leitura usual, que se refere a um crime de vingança, orientado pelo ciúme etc. Vejamos, por exemplo, como Baudelaire (1985) inverte os sinais desta leitura:

I	I
Race d'Abel, dors, bois et mange;	Raça de Abel, só bebe e come,
Dieu te sourit complaisamment.	Deus te sorri tão complacente.
Race de Caïn, dans ta fange	Raça de Caim, sempre some
Rampe et meurs misérablement	No lodo miseravelmente.
Race d'Abel, ton sacrifice	Raça de Abel, teu sacrifício
Flatte le nez du Séraphin!	Doce é ao nariz do Serafim!
Race de Caïn, ton suplice	Raça de Caim, teu suplício
Aura-t-il jamais une fin?	Será que jamais terá fim?
Race d'Abel, vois tes semailles	Raça de Abel, tuas sementes
Et ton bétail venir à bien;	E teu gado produzirão;
Race de Caïn, tes entrailles	Raça de Caim, sempre sentes
Hurlent la faim comme un vieux chien.	Uivar-te a fome como um cão.
Race d'Abel, chauffe ton ventre	Raça de Abel, não tremas nunca
A ton foyer patriarcal;	À lareira patriarcal;
Race de Caïn, dans ton antre	Raça de Caim, na espelunca,

Tremble de froid, pauvre chacal!

Race d'Abel, aime et pullule!

Ton or fait aussi des petits.

Race de Caïn, coeur qui brûle,

Prends garde à ces grands appétits.

Race d'Abel, tu crois et broutes

Comme les punaises des bois!

Race de Caïn, sur les routes,

Traîne ta famille aux abois

II

Ah! race d'Abel, ta charogne

Engraissera le sol fumant!

Race de Caïn, ta besogne

N'est pas faite suffisamment;

Race d'Abel, voici ta honte:

Le fer est vaincu par l'épieu!

Race de Caïn, au ciel monte

Et sur la terre jette Dieu!

Treme de frio, pobre chacal!

Raça de Abel, pulula! Ama!

Teu oiro é sempre gerador.

Raça de Caim, alma em flama,

Cuidado com o teu amor.

Raça de Abel multiplicada

Como a legião dos percevejos!

Raça de Caim, pela estrada

Arrasta a família aos arquejos.

II

Raça de Abel apodrecida

Há de adubar o solo ardente!

Raça de Caim, tua lida

Nunca te será suficiente;

Raça de Abel, eis teu labéu:

Do ferro o chuço é vencedor!

Raça de Caim, sobe ao céu

E arremessa à terra o Senhor!

Jamil Hadad, em nota a sua tradução do poema, nos informa que, “no século XIX, Abel era a encarnação do burguês tranquilo e Caim, sua antítese”.

Ora, quem é a antítese do “burguês tranquilo”? Aquele que come o seu pão com o suor da sua face!

Tratemos de articular essas leituras.

Vimos que, no tempo mítico, a expulsão do paraíso e a condenação ao trabalho – o início da história “profana” – são as consequências da Queda, provocada pelo ato de desobediência primordial, a rebeldia fundante do destino humano subsequente – a *degustação* do fruto proibido: “Viu, pois, a mulher que a árvore era boa para comer, que era uma delícia para os olhos, e árvore desejável para dar entendimento; tomou do fruto dela e comeu; deu também a seu marido, e ele comeu.” (Gênesis, p. 3, capítulo 3, verso 6)

A “árvore era boa para comer”, “uma delícia para os olhos e desejável para dar entendimento”. Mas, à primeira vista, era vedado ao homem e à mulher saborear esse saber e, conseqüentemente, conhecer seu sabor. Qual a razão da interdição, posto que o judaísmo tanto valoriza o estudo e o conhecimento? Aliás, qual é o significado de o conhecimento proibido encontrar-se em uma fruta? Por que a metáfora do alimento associado ao conhecimento e a um conhecimento tão grave? Segundo Rabi Israel Chait,

Maimônides destacou que este verso evidencia a amplitude dos desejos do homem. A árvore era uma árvore ordinária, todavia o apelo da fantasia era irresistível. A árvore era atraente para os olhos, embora comum, e boa para comer, embora nunca provada. Assim, tomando da árvore, o homem sucumbiu à fascinação da fantasia.

O fruto seria então uma primeira versão da mercadoria espetacular, uma coisa que aparentemente satisfaz necessidades humanas, seja qual for a natureza, a origem delas, provenham do estômago ou da fantasia, que no caso engole o estômago.

Analisaremos adiante alguns desdobramentos desta interpretação de Maimônides. Por enquanto, basta-nos reconhecer que a desobediência à interdição, tenha o significado que tiver, condenou a humanidade ao trabalho.

Neste ponto, tomaremos a liberdade de cometer uma licença poética radical, invertendo a ordem cronológica, ou a relação causal, da condenação ao

trabalho como consequência da degustação do fruto proibido, ato de desobediência à interdição divina, numa transmutação de tempo mítico em tempo histórico, e chegaremos à seguinte conclusão: não é a desobediência à interdição gustativa que condena ao trabalho, mas a condenação ao trabalho é o que interdita que se saboreie os conhecimentos e que se conheça os sabores em toda a sua potência, na medida em que a *divisão da sociedade em classes*, erigida sobre a divisão do trabalho, impede que uns degustem conhecimentos e conheçam gostos acessíveis a outros.

A interdição do deus trabalho ao homem de saborear a riqueza dos saberes e de conhecer a riqueza dos sabores, em vez de ter caducado com o passar dos milênios, atingiu seu grau mais elevado de eficiência aplicada no atual estágio do capitalismo, sobretudo considerando a potência produtiva (material e imaterial) de que o mundo de hoje dispõe, em ato ou recalcada. Heller (2004) merece ser lembrada aqui, quando mensura o maior ou menor grau de alienação de uma época de acordo com o tamanho do abismo entre o patrimônio material e cultural de que essa época dispõe e o acesso da maioria das pessoas a esse patrimônio.

A interdição revela melhor ainda o seu caráter contraditório ao atingir o paroxismo. Como diz o *Manifesto Contra o Trabalho*, do extinto grupo Krisis: “Não é mais a maldição do Velho Testamento – ‘comerás teu pão com o suor da tua face’ – que pesa sobre os que caíram fora [no desemprego], mas uma nova e implacável condenação: ‘tu não comerás porque o teu suor é supérfluo e invendável’.”

Ora, o que era o paraíso bíblico, antes da expulsão, senão um espaço de fruição e de fartura? No tempo histórico, esse espaço tão desejado ainda não chegou para a esmagadora maioria dos homens, não por falta de recursos técnicos, mas de organização política.

Entretanto, se a inversão que operamos do tempo mítico em tempo histórico pôs de cabeça para baixo a causalidade transgressão degustante / condenação ao trabalho, podemos explorar a hipótese de que a transgressão à condenação ao trabalho conduziria à degustação do paraíso – é o que nos ensina a arte, tomando-se a beleza como a *promesse de bonheur* (Sthendal).

Antes de desenvolver esta ideia, voltemos ao tempo mítico e investiguemos melhor a “maldição do Velho Testamento”, a condenação ao trabalho como castigo pela desobediência à interdição gustativa, cujo objeto era o fruto do conhecimento do Bem e do Mal.

Qual seria a razão da “maldição”? Qual seria a razão da interdição divina ao conhecimento do Bem e do Mal? Deus é mau? Desejaria manter seus filhos, ou criaturas, ignorantes? Ora, isso não condiz com o ideal judaico do estudo e do conhecimento. Teria Deus, como Lúcifer, ciúmes da criatura feita do barro? Ou desejaria protegê-la do peso do conhecimento? Mais uma vez passamos a palavra a Maimônides (1135-1204), através dos comentários do Rabi Israel Chait (op. cit.):

Maimônides propôs a famosa questão concernente à interdição ao homem do fruto da Árvore do Conhecimento. Os versos 16 e 17 declaram ‘E o Senhor Deus lhe deu esta ordem: De toda árvore do jardim comerás livremente, mas da árvore do conhecimento do bem e do mal não comerás; porque, no dia em que dela comeres, certamente morrerás.’ Como observou Maimônides, se considerássemos apenas estes versos, iria nos parecer que Deus estava privando o homem da habilidade de discernir o bem do mal. Isto é bastante embaraçoso (...) Era realmente a intenção de D’us negar o conhecimento ao homem? Isto também está em contraste com a crença judaica tradicional de que o maior dos dons que D’us deu ao homem foi a sua faculdade intelectual. Uma análise de versos relevantes pode auxiliar-nos a examinar a verdadeira natureza do homem, e a determinar que o oposto é que constitui a verdade. D’us proibiu que o homem comesse o fruto de modo a assegurar que o homem funcionaria de acordo com as suas habilidades intelectuais. Porém, no momento em que o homem desobedeceu ao comando, foi condenado a lutar permanentemente com as paixões instintivas, que estariam sempre em conflito com sua natureza intelectual, com seu *yetzer hara*. Desobedecendo ao comando e tomando do fruto proibido, o homem abandonou seu intelecto ao apelo da fantasia [já que a árvore era “uma delícia para os olhos”, mas seu fruto ainda não havia sido degustado para que se soubesse se era ou não delicioso]. A partir deste momento, a sina do homem foi encarar a eterna luta do ‘*tov v’ ra*’, entre o bem e o mal.

Temos então o episódio apresentado sob uma nova luz, que o caracteriza como expressão alegórica do conflito humano entre faculdades intelectuais, desejos e “fantasia”, e com isso damos mais um passo, inclusive no sentido de distinguir algum sentido na simbologia do “fruto” do conhecimento, já que os desejos alimentares, junto aos sexuais, são os mais elementares.

Daremos outro passo seguindo a sequência dos acontecimentos míticos, na qual Adão e Eva dão-se conta que estão nus, e cobrem-se com folhas de parreira (De onde é possível inferir que o fruto não era nem uma maçã nem um figo, mas uvas, o que nos faz pensar no vinho, que confunde as faculdades intelectuais, ativa a fantasia e desinibe os apetites sexuais. Esse pensamento é ainda reforçado pelo costume judaico de se encher uma taça maior de vinho na cerimônia do *pessach* [páscoa] para o profeta Elias, anunciador da era messiânica, isto é, do paraíso sobre a terra. Como o gole que se dá “ao santo” nas bebedeiras populares. Infelizmente, devemos resistir à tentação de desenvolver esta hipótese saborosa, pois foge ao escopo deste livro). Introduce-se, assim, na vergonha da nudez, o elemento sexual. Neste ponto, é necessário que um outro protagonista do episódio entre em cena: a serpente.

No artigo *Adam*, o mesmo Rabi Israel Chait, tratando da serpente, destaca a presença do elemento sexual no conflito inerente à “natureza humana” após o pecado:

O pecado era um estímulo exterior. É por isso que a serpente era exterior. [...] originalmente o pecado era um estímulo exterior, posteriormente internalizado. O que aconteceu no instante em que foi internalizado? Foi neste momento que ocorreu o desastre fatal para o homem. Por que um desastre fatal? Porque se o estímulo é internalizado, então o homem está acabado. Expulsá-lo não é mais, de modo algum, uma questão fácil. Todo o propósito de Adão consistia em que fosse feita uma criatura permanentemente envolvida em pensamento, mas agora isto não será o mesmo. Então o que foi acrescentado? A consciência. A consciência sempre opera contra os instintos. O instinto, os desejos de Adão. Segundo a Torá, os instintos principais são aqueles de natureza sexual. [...] O intelecto não é mais livre. As energias são direcionadas para o instinto e os instintos são tão poderosos que corrompem o processo do pensamento. O que é racionalização? Os instintos querem possuir o que desejam e a partir daí eles racionalizam [...]

Temos aqui a Queda resumida na perda da capacidade, ou melhor, na maior dificuldade do intelecto, desdobrado em consciência, em controlar os desejos sexuais. O intelecto, previsto para ser pura e livremente intelecto, tem de lidar com a libido. O universal se vê confrontado pelo singular. Daí emerge a consciência, uma espécie de tensionamento entre o universal e o singular: o particular. O homem é parte anjo, parte fera. As partes brigam...

Mas o que tem isso a ver com a condenação ao trabalho? Ora, de certo modo foi a serpente que condenou a humanidade ao trabalho. Vejamos de que maneira pôde fazê-lo, agregando à imagem da serpente tentadora uma interpretação cabalista de sua simbologia, que talvez ilumine nosso problema, no que pese a obscuridade de certas passagens.

No trecho que segue, somos informados de que, antes da transgressão e da Queda, o “jugo do domínio e do serviço” (do trabalho?) encontrava-se sob responsabilidade... da serpente! Conforme nos informa Scholem (1995, p. 266 nota 113):

Gikatila [Espanha, séc. XIII] escreveu um breve tratado [...] sob o título Sod Há-Nahasch U-Mischpató, ‘O Mistério da Serpente e do Julgamento sobre Ela’ [...]: ‘Saiba que a serpente desde o começo de sua criação representou algo importante e necessário para a harmonia, enquanto permaneceu em seu lugar. Ela era um grande servidor que foi criado para carregar o jugo do domínio e do serviço [do trabalho?]. [...] E sem ela [sem o trabalho?] não viveria nenhuma criatura em todo o mundo sublunar [a Terra?] e não haveria nenhuma sementeira, nenhuma vegetação, nenhuma incitação para a propagação de todas as criaturas [simbologia fálica que liga trabalho a fertilidade?]. Essa serpente encontrava-se originalmente fora dos muros das santas regiões e estava por fora ligada com o muro externo, pois seu corpo interno conectava-se com o muro, enquanto seu focinho se voltava para fora. Não lhe competia vir para dentro, mas seu lugar e lei eram produzir de fora a obra da vegetação e da propagação, e este é o mistério da Árvore do Conhecimento do Bem e do Mal. Por isso advertiu Deus ao primeiro homem para que não tocasse na Árvore do Conhecimento, enquanto o Bem e o Mal estivessem ambos a ela ligados, um por dentro e outro por fora. Ele deveria esperar muito mais a fim de separar mais tarde o prepúcio da Árvore, que o primeiro fruto representava. Adão, porém, não esperou, tomando prematuramente do fruto e introduziu com isso um ‘ídolo no Santo dos Santos’, de modo que o poder da impureza penetrou de fora para dentro...

O Bem e O Mal então estavam ligados à Árvore “um por dentro e outro por fora”, ou seja, estavam diferenciados. Vimos ainda que o Bem seria o intelecto não subordinado aos apetites sexuais (e alimentares), e o Mal, sua subordinação, mas não só aos apetites como também ao “jugo do domínio e do

serviço”, ambos representados na simbologia da serpente. Quando a serpente entrou onde não devia, Eva pecou, seguida por Adão. Este pecado, de acordo ainda com uma outra interpretação rabínica, que somente reitera as conclusões a que chegamos, indica que o fruto proibido não seria “*do Bem e do Mal*”, ou “*do conhecimento*”, mas do conhecimento da *indiferenciação* entre Bem e Mal (agradeço a informação à ilustração do rabino Abraam Berkes, da sinagoga Beit Aharon, no Rio de Janeiro.) Ora, se a interdição não era ao conhecimento *do bem e do mal*, mas à sua indiferenciação, Jeová revela-se menos cruel (por incrível que pareça, com o auxílio de Freud e de Marx, que provavelmente desconheciam a obra de Gikatila): a interdição contida no projeto divino referia-se não ao conhecimento do bem e do mal, mas à subordinação incondicional do intelecto aos apetites, que conduz ao egoísmo e ao abuso do outro, a sua coisificação, à exploração do seu corpo, no sexo e no “jugo do domínio e do serviço”.

A interdição à indiferenciação entre o bem e o mal, portanto, opõe ao paraiso a entropia ética tendencial que atravessa a história sob mil formas de abuso, de conversão do sujeito em objeto alheio. A interdição, em suma, opõe o paraiso à alienação, cuja base universal é a alienação do trabalho.

Recapitulemos.

No tempo mítico, Eva pecou, enganada pela serpente e iludida pela aparência saborosa do fruto, pois contrariou o projeto divino. Assim, segundo o projeto divino, o homem estaria livre da necessidade, portanto da ignorância, da bestialidade e do desgosto, caso não houvesse pecado. E também estaria livre da consciência, isto é, da culpa, gerada pelo conflito entre instinto sexual e faculdade intelectual, originado pelo pecado, excesso de energia libidinal não sublimada, voltada para a satisfação primária.

Aparentemente, na Torá, a origem da culpa é o oposto simétrico da explicação psicanalítica: na Torá, primeiro o instinto estava em harmonia com o intelecto; após o pecado da transgressão, fixou-se nas satisfações primárias, o que gerou a culpa. Na psicanálise, após o “pecado da obediência”, a repressão, fixou-se nas satisfações secundárias, o que gerou a culpa. Em ambos os casos, esse conflito entre desejo e intelecto é constitutivo.

Não julgo exagero enxergar também no episódio da Queda a imagem alegórica de condenação a alguma forma de decadência de padrões civilizatórios, não necessariamente referente a um dado fato histórico, mas a um risco histórico permanente e, aliás, atual, que denominamos entropia ética tendencial.

De todo modo, enquanto Adão e Eva eram expulsos do paraíso, na peculiar sincronia do tempo mítico, Prometeu, em outras plagas, abrindo as portas de outra civilização, também pagou um preço alto por sua desobediência aos deuses.

E a sociedade divide-se em classes e institui-se a escravidão. E o paraíso é escatológica e gloriosamente transferido para a morte, como Nietzsche (1992) bem o demonstrou, de um modo até certo ponto parecido ao de Marx (1980, p. 233-34):

O cristão primitivo, nada possuindo neste mundo, contentava-se com a ilusão de vir a possuir alguma coisa no céu, com os seus títulos de propriedade divina. [...] Na realidade [...] não passava na maior parte das vezes de propriedade do mundo dos proprietários; era um escravo que podia ser vendido.

Platão, alguns séculos antes do cristianismo, assinou embaixo: saber de luz, sabor de sombra, legitimando filosoficamente a cisão entre o intelecto (e o comando do “trabalhador” intelectual), único capaz de ascender à sabedoria, e o corpo (a execução de ordens alheias pelo trabalhador braçal), sempre enganoso. Então o sabor dos saberes e o saber dos sabores – a complementariedade equilibrada entre corpo e mente, característica presumível em sociedades cuja divisão do trabalho pouco desenvolvida não implicava na divisão de trabalho intelectual/comando e braçal /execução entre diferentes indivíduos –, sintetizados na noção de gosto, cindiu-se de sua acepção original:

[...] nas lições de 1872 sobre os filósofos pré-platônicos, o jovem filólogo Nietzsche nota a propósito da palavra grega *sophos*, ‘sábio’: ‘Etimologicamente, pertence à família de *sapio*, degustar, *sapiens*, o degustante, *saphes*, perceptível ao gosto. Nós falamos de gosto na arte: para os Gregos, a imagem do gosto é ainda mais alargada. Uma forma redobrada, *sisyphos*, de forte gosto (ativo); também *sucus* pertence a esta família’. (AGAMBEN, 1992, p. 139)

O mesmo Agamben (1992, p. 39) conclui seu ensaio sobre o gosto com a menção a um tratado indiano de poética, no qual sabor e saber encontram-se, ao contrário, conjugados em uma síntese superior:

Saber de amor, filosofia, significa: a beleza deve salvar a verdade e a verdade deve salvar a beleza. Nesta dupla salvação se realiza o conhecimento. Só um tal prazer, onde prazer e conhecimento se unem, estaria verdadeiramente à altura daquele ideal sapiencial, isto é, gustativo, que um tratado indiano de poética, o Espelho da Composição (Sāhitya-darpana), fixou no conceito de “sabor” (rasa): ‘Surgido com o princípio luminoso, sem partes, brilhante da sua própria evidência, feito de alegria e conhecimento unidos, livre de todo o contato de percepção outra, irmão gêmeo da degustação do brahman, vivendo do sopro da sobrenatural maravilha, tal é o Sabor que aqueles que têm a medida do juízo degustam como a própria forma de si, inseparavelmente’. (Agamben, 1992, p. 156)

A divisão da sociedade em escravos e senhores, em trabalho braçal e intelectual, em sabor de sombra e saber de luz, em pobres e ricos, explorados e exploradores, cuja refração simbólica hegemônica, ideologicamente legitimadora, cristalizou-se na metafísica platônica e no cristianismo, estabeleceu assim uma cisão radical entre matéria e espírito, entre corpo e intelecto, entre as fontes e formas do sabor e do saber, perpetuada através dos séculos na chamada cultura ocidental: de Platão aos dias de hoje, para melhor subordinar Ananke, Logos instrumentalizou-se, e o fez tomando edipianamente o lugar de Eros.

Porém, assim como Ananke, Eros não se subordina incondicionalmente. Para mitigar a ação desagregadora dos dois, Logos, como a hegemonia, lhes faz concessões sublimatórias, boas ou más, sadias ou doentias, pontuais: matrimônio, esporte, prostituição, arte, religião etc. Em diferentes períodos históricos e contextos sociais, tais concessões adquirem formas distintas, sendo que algumas se tornam hegemônicas e outras contra-hegemônicas, ou desaparecem. A racionalidade tecnocrática do capitalismo radicaliza a cisão e privilegia, na esfera produtiva, o saber sem sabor, e a indústria cultural, que na maturidade se converte nas ITCs, crias mais recentes deste antigo conflito, promovem preferencialmente o sabor sem saber, na esfera do consumo e do “tempo livre”, e o saber sem sabor, ou acompanhado de imenso dissabor, na esfera do trabalho alienado e na exclusão social, tempos pouquíssimo livres.

Mas o *homo sapiens*, ao menos para fazer jus ao nome que ele mesmo se atribuiu, deveria, ao mesmo tempo em que busca o saber, buscar o sabor, isto é, ser um homem degustante; só que não o é na medida de sua potência

socialmente recalçada. Quando o *é*, tende a tornar-se menos sábio. Isto não é fruto do acaso, mas da divisão da sociedade em classes, cuja versão contemporânea é o capitalismo em seu estágio neoliberal.

Disseram que Eros gera Logos de Ananke. Acrescentamos que Logos, em seguida, subordina Eros e Ananke a si.

Em termos sociais concretos, a divisão do trabalho em intelectual e braçal, considerando a subordinação do último ao primeiro, faz com que, nos extremos sociais, as liberdades, os prazeres e os conhecimentos de uns poucos sejam erguidos sobre a necessidade, o desgosto e a ignorância da maioria dos sujeitos. Pois se para que se desfrute a vida é antes necessário que estejam satisfeitas as necessidades vitais, e que um dado modo de produção hegemônico e suas relações sociais (antes de tudo, de trabalho) correspondentes são os fatores que determinam como estas necessidades poderão e deverão ser satisfeitas, indiretamente também determinam de que forma uns e outros desfrutarão a vida. Assim, até os gostos, tanto na acepção usual quanto na original, mais dilatada, são determinados em última instância pela luta de classes, expressão dinâmica de cooperação e conflito nas relações de produção, e em sua dialética histórica com as forças produtivas.

8. A DIALÉTICA DO GOSTO

“A relação com o alimento – a necessidade e o prazer primários [...] é a base de toda estetização da prática e de toda estética.” (Bourdieu, 2000, p. 196)

O gosto, além, ou antes, de ser a expressão de um juízo estético, expressa uma escolha alimentar, acepção ainda mais corrente do termo, e isso pela razão óbvia de que para se ocupar, em ação e pensamento, com a arte, boa ou má, certamente foi (e é) necessário ocupar-se e pensar primeiro em como obter boa comida, de preferência saborosa. E é nesse ponto que a estética, a alimentação e as demais situações onde se usa empregar a noção de gosto se tocam – no *prazer*, estando a alimentação, na história de cada um e na da espécie, na gênese do gosto, agora entendido como o juiz dos prazeres, como a faculdade de avaliá-los, de julgá-los, de estabelecer hierarquias etc.

Essa ideia se aproxima da seguinte hipótese aventada por Bourdieu (2000, p. 79):

[...] é provavelmente nos gostos alimentares que se pode encontrar a marca mais forte e indelével do aprendizado infantil, as lições que por mais tempo resistem à distância ou ao colapso do mundo nativo e mais duradouramente conservam nostalgia por ele. O mundo nativo é, sobretudo, o mundo materno, o mundo dos gostos primordiais e alimentos básicos, da relação arquetípica com o bem cultural arquetípico, no qual dar prazer é uma parte integral do prazer e da disposição seletiva rumo ao prazer que é adquirida através do prazer.

Temos então que a origem do gosto – e da noção de gosto – está na fome, ou melhor, em sua satisfação. Pois é também da fome que nasce sua dimensão política. Vejamos.

A primeira fome, na história de cada indivíduo, é satisfeita mediante a sucção do leite no seio materno. A primeira satisfação do estômago é, portanto, ao mesmo tempo, a primeira satisfação afetiva e a ocasião onde começa a emergir a própria sociabilidade, gradualmente mediada pela “fantasia”, isto é, 1) pela cultura em si, objetiva, exterior ao indivíduo; 2) pela interiorização psiquicamente estruturante da cultura; e 3) pelo imaginário, entendido tanto em sua dimensão subjetiva, psíquica, quanto na sua qualidade de produto social, cujo repertório é fornecido ou mediado pela cultura e por seus aparatos de produção, circulação e consumo.

O afeto e a sociabilidade, a partir das sensações de *bom* e *ruim*, e das noções de *sim* e *não*, portanto, já se encontram intimamente ligados ao gosto desde a sua gênese (“talvez”, “como?”, “por quê?” etc. derivam das contradições práticas entre os “sim” e “não” elementares no decorrer das vivências). Por isso, mais tarde, gosta-se ou não das pessoas, das ideias e das coisas, na medida em que, num primeiro momento, pareçam capazes de satisfazer, de um modo ou de outro, nossas necessidades afetivas, sejam elas quais forem, seja qual for o universo simbólico no qual estejamos inseridos, que fornecerá por assim dizer o molde e o arcabouço de mediações que lhes dará sua forma cultural específica.

Um movimento análogo reproduz a fome (e a sede) como fator primordial na organização das sociedades humanas, como matriz das diversas formas possíveis de relação das pessoas umas com as outras e com a natureza não humana,

a partir das atividades necessárias e pensadas de coleta, de caça e pesca, do desenvolvimento da agricultura e da pecuária, do preparo de alimentos, de sua conservação e distribuição etc.

Com a inserção do indivíduo biológico (o bebê) na ordem simbólica, sob um prisma, e com a complexificação (da divisão do trabalho) das sociedades, sob outro, se passa a gostar ou não das pessoas e das coisas (objetos, ocasiões, lugares, ideias etc.), sem deixar de lado o efeito afetivo que provocam, conforme sua propriedade (real ou aparente) de satisfazer gostos – juízos sintéticos de desejos mediados socialmente –, de modo a se integrarem organicamente em uma estrutura significante qualquer que esteja disponível em um dado tempo-espaco histórico.

Fome de comida, fome de afeto, fome de sentido. Esta é a constituição genética do gosto. Satisfeita sua primeira exigência (a do estômago, que vem de âmag, e aqui representa metonimicamente o corpo), as demais passam gradualmente a se emaranhar, sem que uma possa reivindicar o estatuto de instância dominante sobre a outra.

É por isso que o gosto talvez seja um bom conceito para se pensar o fugidio e ao mesmo tempo tenso ponto de encontro entre sensibilidade e razão, entre corpo e mente, ou, para sermos contemporâneos, entre natureza e cultura,⁸¹ que é onde se constitui, tanto em termos individuais quanto coletivos, nossa especificidade em meio às demais espécies, não só no universo simbólico, mas em sua totalidade.

Passemos mais uma vez a palavra a Bourdieu 2000, p. 99):

[...] as disposições que governam as escolhas entre os bens da cultura legítima não podem ser plenamente compreendidas [...] se a “cultura”, no sentido

81 Sobre os conceitos “natureza” e “natureza humana” no pensamento de Marx, cf. Schmidt, 1976. Sumariamente, se trata de uma concepção dinâmica, que pode ser resumida na noção de que a natureza humana consiste em fazer-se e refazer-se através da história, não sendo, portanto, algo dado e acabado. Uma tal concepção, ao mesmo tempo em que rompe com a visão de matiz hobbesiano, com sinal negativo, ou rousseauísta, com sinal positivo, dá continuidade à visão renascentista de Pico Della Mirândola, o qual afirma: “Os animais, desde o nascer, já trazem em si [...] o que irão possuir depois [...] No homem, todavia, quando este estava por desabrochar, o Pai infundiu todo tipo de semente, de tal sorte que tivesse toda e qualquer variedade de vida. As que cada um cultivasse, essas cresceriam e produziriam nele os seus frutos. [...] ele se forja a si mesmo [...]”. PICO DELLA MIRÂNDOLA, Giovanni. *A Dignidade do homem*. São Paulo: Escala, s/data, pp. 40-41. Kosik, tratando da noção de *práxis*, formula uma ideia bastante similar: “A *práxis* na sua essência e universalidade é a revelação do segredo do homem como ser ontocriativo, como ser que *cria* a realidade (humano-social) e que, *portanto*, compreende a realidade (humana e não-humana, a realidade na sua totalidade). A *práxis* do homem não é atividade prática contraposta à teoria; é determinação da existência humana como *elaboração* da realidade.” KOSIK, Karel. *Dialética do concreto*. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 222.

restrito, normativo de seu uso ordinário, não for reinserida na “cultura” em sentido antropológico, mais amplo, e se o gosto sofisticado pelos objetos mais refinados não for relacionado com o gosto elementar pelos sabores dos alimentos. O duplo sentido da palavra “gosto”, que usualmente serve para justificar a ilusão de geração espontânea que a disposição cultivada tende a provocar, ao apresentar-se como uma disposição inata, deveria servir para nos lembrar que o gosto no sentido de “faculdade de julgar valores estéticos imediata e intuitivamente” é inseparável do gosto no sentido de capacidade de discernir os sabores dos alimentos, que implica uma preferência por alguns deles.

Dito de outro modo, o gosto tanto é mediado pelo intercâmbio material do corpo humano com a natureza exterior quanto culturalmente, sendo que este intercâmbio material é, desde priscas eras, culturalmente mediado. São mediações dialeticamente articuladas, que culminam em um juízo sintético – para o qual contribuem a singularidade das coisas e das experiências, articuladas à percepção, à sensibilidade e até certo ponto à razão – de uma disposição integral (de um *habitus*), o qual, salvo limites externos, ou mesmo diante destes, orienta grande parte da ação humana em geral, inclusive a própria práxis, entendida aqui como ação consciente e autocrítica.

Esses processos, entretanto, não ocorrem no vazio ou na pura abstração, mas no mundo real, em meio ao qual, hoje, a informação midiaticizada é “um novo ambiente”, uma nova “camada geo-tecno-social” (Rubim, 2000b), cuja base material é a infraestrutura infotelecomunicacional.

É nesse novo “ambiente”, desdobrado dos territórios geo-sociais convencionais e sobre eles refluindo – irrigando-os –, que se forma a maior parte da “fantasia”, a qual, embora não possa existir sem um “estômago” que a sustente, possui uma notável influência sobre ele. E é também nesse ambiente que as decisões, o dinheiro, as informações, a logística da produção, da circulação e do consumo dos objetos de satisfação do “estômago”, da comida aos remédios e canções, transitam, possuindo uma influência não menos notável sobre a “fantasia”, ao contrário do que prega boa parte do discurso pós-moderno, a propósito do qual cabe aqui citar José Paulo Netto (2002, p. 95-6):

[...] a realidade objetiva [...] tende a ser algo minimalista [...] uma vez que sua *objetividade* é reduzida a *dimensões simbólicas*, ocorrendo uma *semiologização*

inclusive dos seus níveis materiais – a reificação do *imaginário* sinaliza otimamente esse processo de desontologização da realidade.⁸²

O problema é que para que se possa sobreviver sob o capitalismo da “Idade Mídia”, apesar da fartura de comida e de todas as possibilidades de “ócio criativo” abertas pelo avanço tecnológico produzido pela humanidade (mas só acessível a uma ínfima minoria), morre-se de fome ou se come mal, se é obrigado a trabalhar no que não se gosta e se é educado a gostar de uma série de coisas – produtos, ideias, atitudes, práticas, pessoas – que legitimam a perpetuação do desgosto, enquanto o pensamento crítico é banido do imaginário coletivo para os nichos de “radicais”.

Vimos que o gosto está envolvido nas decisões que orientam a ação, na medida de nossa autonomia ou liberdade de escolha, pois nos diz de um modo bastante convincente o que é, ou melhor, o que parece ser, ou não, desejável. Vimos também que as ITCs exercem atualmente a hegemonia em sua formação e captura, predominantemente voltada para contribuir de algum modo com a reprodução ampliada do capital.

Iremos agora olhar isso tudo mais de perto, partindo da própria constituição do gosto. Comecemos refletindo mais uma vez (ver página 64) sobre uma importante passagem dos *Manuscritos Econômico-Filosóficos*, de Marx, a qual, embora não trate diretamente do tema “gosto”, nos fornece boas pistas para fazê-lo:

[...] a força do meu ser é em si uma disposição subjetiva, porque o sentido de um objeto para mim só possui um sentido para um sentido correspondente e vai tão longe quanto meu sentido; é por isto que os sentidos do homem social são diferentes dos do homem que não vive em sociedade; é somente através do desdobramento objetivo da riqueza do ser humano que a riqueza dos sentidos humanos subjetivos, que um ouvido musical, um olho sensível à beleza das formas, em uma palavra, os sentidos capazes de gozos humanos

82 PAULO NETTO, José. Georg Lukács: um exílio na pós-modernidade. In: Pinassi e Lessa [orgs.]. *Lukács e a atualidade do marxismo*, pp. 95-6. A esta passagem, vem acoplada a ilustrativa nota de rodapé: “É canônica, aqui, a formulação de Gianni Vattimo [de *En torno a la posmodernidad*]: ‘De fato, intensificar as possibilidades de informação acerca da realidade em seus mais variados aspectos torna sempre menos concebível a própria ideia de uma realidade. No mundo dos meios de comunicação, talvez se efetive uma ‘profecia’ de Nietzsche: o mundo real, no fim das contas, converte-se em fábula. [...] A realidade, para nós, é, sobretudo, o resultado do cruzamento e da ‘contaminação’ [...] das múltiplas imagens, interpretações, reconstruções divulgadas pelos meios de comunicação.’ [...] Nesse terreno, são fundamentais as contribuições de J. Baudrillard e de boa parte dos teóricos franceses da *Nova História*, aos quais não é estranha a influência de Foucault [...]”.

tornam-se os sentidos que se manifestam como força do ser humano e são ou desenvolvidos ou produzidos. Pois não se trata apenas dos cinco sentidos, mas também daqueles ditos espirituais (vontade, amor etc.), em uma palavra, os sentidos humanos, o caráter humano dos sentidos, que só se formam graças à existência de um objeto, através da natureza tornada humana. A formação dos cinco sentidos é o trabalho de toda a história do mundo até o dia de hoje. (Marx, 1954, p. 171-2)

Trata-se aqui, basicamente, da mais concreta *educação* dos sentidos, que se dá na práxis histórica. Kosik, aliás, depreende dessa relação dialética entre sentidos subjetivos e objetivos os contornos de uma autêntica teoria do conhecimento:

[...] os dois elementos constitutivos de *cada* modo humano de apropriação do mundo são o *sentido* subjetivo e o *sentido* objetivo. Qual a intenção, qual a visão, qual o *sentido* que o homem deve desenvolver, como deve “preparar-se” para compreender e descobrir o *sentido objetivo* da coisa? O processo de captação e descobrimento do *sentido* da coisa é ao mesmo tempo criação, no homem, do correspondente *sentido*, graças ao qual ele pode compreender o *sentido* da coisa. É possível, portanto, compreender o *sentido objetivo* da coisa se o homem cria para si mesmo um *sentido* correspondente. Estes mesmos sentidos, por meio dos quais o homem descobre a realidade e o sentido dela, coisa, são um produto histórico-social. (2002, p. 29)

Ora, embora o gosto não diga respeito à compreensão racional do sentido objetivo das coisas, ele possui uma função prática tão simples quanto decisiva na relação do sujeito com o objeto: é ele quem atribui ao último, de forma pronta e imediata, a qualidade de útil ou inútil, belo ou feio, agradável ou desagradável. Ou seja, o gosto é o resultado de uma ação qualquer do objeto sobre os sentidos, capaz de identificar e avaliar, na forma simples mas vigorosa de um sim ou um não, se o objeto possui o sentido objetivo de ser desejável ou indesejável para os sentidos subjetivos do sujeito. Mas o gosto pode estar errado, pode ser um mau avaliador do que realmente é útil ou inútil, belo ou feio, agradável ou desagradável, no caso de o sujeito não ter desenvolvido os sentidos adequados à correta apreensão do sentido objetivo do objeto. O desenvolvimento desses sentidos é fruto da experiência, ou melhor, de um conjunto de experiências singulares. A oportunidade de se ter ou não essas experiências, e com que frequência, e em qual contexto etc., são fatores socialmente condicionados.

Trata-se então de pensar o gosto a partir da *materialidade histórica*, isto é, em transformação, dos sentidos humanos, tendo em conta, em um primeiro momento, o duplo sentido da palavra *sentidos*: os sentidos, por assim dizer, semióticos e os sentidos fisiológicos, em uma dialética que passa longe de todo essencialismo de ordem semiótica ou fisiológica.

Por este caminho, a questão do papel do gosto e das ITCs na reprodução material e ideológica da sociedade capitalista pode ser vista sob um novo ângulo.

No que tange exclusivamente à reprodução material, ao menos desde Sweezy e Baran (ver Rubim, 2000a, p. 30-1) se conhece o papel necessário das marcas para o capitalismo contemporâneo. Bem antes, Marx (s/data, p. 79) já havia se dado conta de que o “principal meio de abreviar o tempo de circulação [do capital] é o progresso dos transportes e comunicações”. Mais recentemente, novas técnicas administrativas, viabilizadas pela “revolução digital”, junto às novas mídias interativas, têm favorecido uma aceleração espetacular nas rotações do capital, agilizando os cálculos, os fluxos de informação e dinheiro, poupando despesas de armazenamento e minimizando o risco da superprodução ou da obsolescência não-planejada dos produtos,⁸³ o que reafirma, em novos termos, o importante papel da circulação na reprodução ampliada do capital.

Quanto à reprodução ideológica propriamente dita, em meio à qual as ITCs também têm um papel decisivo, não se trata de um fenômeno restrito, de um lado, às ideias ou à cultura em geral, nem, de outro, ao puro desejo lacunar (ambos, em certa medida, capturáveis pela mídia), mas um fenômeno que se dá precisamente na síntese da contradição dialética entre esses dois polos, isto é, no gosto.

O gosto é a síntese da contradição dialética entre cultura e desejo lacunar. Por quê? Porque, por um lado, é a cultura que constitui o sujeito, ao municiar o indivíduo biológico de um repertório estruturado e estruturante de valores positivos e negativos sobre as coisas, que antecedem sua experiência pessoal e, em grande medida, a orientam. É a cultura que determina, de antemão, o que é para ser gostado ou não. Por outro lado, é o conjunto das experiências singulares do sujeito que irá ou não corroborar essas determinações culturais, reforçando-as ou subvertendo-as, na medida em que a ação por elas orientada preencherá ou não, menos ou mais satisfatoriamente, as demandas do desejo.

83 E, como era de se esperar, aumentando o desemprego, não o tempo livre para a fruição. Sobre a noção de “obsolescência planejada”, ver MÉSZÁROS, Istvan. *Para além do capital*, pp. 634-700.

Portanto, o gosto é e não é culturalmente determinado, assim como é e não é determinado pelas experiências concretas do sujeito.

A questão, posta nesses termos, mostra-se contraditória. Não se trata, porém, de uma contradição lógica, mas de uma contradição dialética, real, constitutiva do gosto em sua concreticidade. Em outros termos, o gosto é determinado pelas experiências singulares do sujeito ao mesmo tempo que essas experiências singulares são condicionadas por um campo de possibilidades heterônomo que delimita sua margem de determinação.

Sobre a noção de “contradição dialética”, cabe aqui lembrar, com Ilyenkov: “A contradição enquanto a unidade concreta de opostos mutuamente excluídos é o núcleo real da dialética, sua categoria central. [...] A dialética sempre obriga a enxergar, por detrás da relação de uma coisa com outra coisa, sua própria relação consigo mesma, sua própria relação interna.”

Nos termos de Hegel (1997, p. 22):

O botão desaparece no desabrochar da flor, e poderia dizer-se que a flor o refuta; do mesmo modo que o fruto faz a flor parecer um falso ser-aí da planta, pondo-se como sua verdade em lugar da flor: essas formas não só se distinguem, mas também se repelem como incompatíveis entre si. Porém, ao mesmo tempo, sua natureza fluida faz delas momentos da unidade orgânica, na qual, longe de se contradizerem, todos são igualmente necessários. É essa igual necessidade que constitui unicamente a vida do todo. Mas a contradição de um sistema filosófico não costuma conceber-se desse modo; além disso, a consciência que apreende essa contradição não sabe geralmente libertá-la – ou mantê-la livre – de sua unilateralidade; nem sabe reconhecer no que aparece sob a forma de luta e contradição contra si mesmo, momentos mutuamente necessários.

Pensemos agora o gosto nessa chave metodológica.

O gosto diz respeito a juízos estéticos e gastronômicos, bem como a decisões práticas, que orientam a ação do sujeito. É ao mesmo tempo o resultado da ação do objeto sobre o sujeito e a mediação entre o desejo do sujeito e sua ação sobre o objeto. O objeto pode ainda não ser uma coisa ou uma pessoa, mas uma noção, pois o vazio do desejo é preenchido não só com coisas ou pessoas, mas também com noções sobre a desejabilidade ou indesejabilidade das coisas, das ideias, das pessoas. Essas noções são tanto oferecidas de antemão ao sujeito,

prontas, pela própria cultura que o faz sujeito, quanto podem ser refutadas ou refeitas pelo sujeito a partir de suas experiências singulares.

O gosto, então, é ao mesmo tempo o fruto de uma percepção e a pré elaboração de um juízo: é um sentido, não somente na dupla acepção do termo, como dito acima, mas em uma acepção tripla: a acepção *sensível*, a acepção *significante* e a acepção *vetorial*, esta última designação entendida como sinônimo de direção ou caminho a seguir. É um sentido que se forma mediante sucessivas situações de satisfação de desejos, a começar pela sucção do seio materno, e que se atualiza e reconfigura conforme a natureza dos objetos e contextos dessas satisfações. Mas dizer que o gosto se reconfigura implica reconhecer que o desejo se reconfigura, e assim é, pois a satisfação do desejo *depende* do objeto. Desejo e objeto do desejo determinam-se mutuamente (mediados pela produção e pelo consumo). E cada reconfiguração do desejo exige novos objetos, que por sua vez, graças à mediação da saciedade, despertarão novos desejos e assim por diante.

O desejo em si, sem objeto, ou seja, a pulsão, ao deparar-se com um aparentemente possível objeto de satisfação, faz dele um objeto para si, transformando a si mesmo mediante o contato com o objeto: a cisão entre desejo lacunar, ou pulsão, e insatisfação, foi suturada, mal ou bem; seu vazio foi preenchido e o gosto do sujeito começa a ser formado, o que é quase o mesmo que dizer que o próprio sujeito, enquanto identidade ou individualidade, começa a ser formado. Cada momento de saciedade tem um sabor próprio, e é o conhecimento, ou seja, o saber desses sabores, que deverá orientar a ação do indivíduo, na medida de sua autonomia.

O saber dos sabores é o resultado da saciedade, da superação da contradição entre o desejo insatisfeito em si e o objeto externo de satisfação em si, e os sabores são os elementos mediadores. Num segundo momento, o saber dos sabores é o elemento mediador e os sabores são a superação da contradição entre o desejo insatisfeito e o objeto exterior, dado que o primeiro (saber dos sabores) orienta a ação do sujeito sobre o objeto visando os últimos (sabores). E o objeto, por fim, atua como elemento mediador entre a insatisfação e a satisfação. O processo, enquanto há vida, não tem fim, pois os sabores e saberes da saciedade nunca bastam de uma vez por todas – a negatividade da saciedade é sua finitude, e o vazio do desejo sempre retorna, mas não da mesma forma, não em sua forma primária, dado que as saciedades que a sucederam a cada vez o reconfiguram, convertendo a carência vaga e bruta em um propósito objetivo, em uma vontade direcionada a um objeto, ou seja, convertendo-a de puro desejo em gosto, e de gosto em novos

gostos, embora alguns se repitam praticamente idênticos até o fim. Nos termos de Marx (2014, p. 128):

Ser (sein) *sensível*, isto é, ser efetivo, é ser objeto do sentido, ser objeto *sensível*, e, portanto, ter objetos sensíveis fora de si, ter objetos de sua sensibilidade. Ser sensível é ser *padecente*.

O homem enquanto ser objetivo sensível é, por conseguinte, um *padecedor*, e, porque é um ser que sente o seu tormento, um ser *apaixonado*. A paixão (*Leidenschaft*, *Passion*) é a força humana essencial que caminha energeticamente em direção ao seu objeto.

O “tormento” que faz do homem “padecedor” advém do fato de que, por ser sensível, isto é, efetivo, o homem necessita de objetos externos para a satisfação de suas necessidades e desejos. Como os bichos e plantas. Mas sua neurose constitutiva o torna insaciável, e o imperativo da reprodução ampliada do capital é o maior sintoma dessa neurose e de nossa dificuldade civilizatória de sublimá-la coletivamente.

Tomemos o exemplo da fome, a qual, como sabemos, está na base da relevância do gosto para a vida em todos os seus desdobramentos: “A *fome* é uma *carência* natural; ela necessita, por conseguinte, de uma *natureza* fora de si, de um *objeto* fora de si, para se satisfazer, para se saciar. A fome é a carência confessada de meu corpo por um *objeto* existente (*seienden*) fora dele [...]”.⁸⁴

Ora, se a paixão é a “força humana essencial”, que move o sujeito para os objetos de desejo, o gosto é, por assim dizer, o senso de orientação da paixão rumo a objetos *determinados*. Pois o gosto, que é ao mesmo tempo saber dos sabores e sabor dos saberes, é desejo lacunar (ou pulsão) convertido em desejo civilizado, consciente, que é o que orienta a práxis de cada um – ainda que o desejo a ser satisfeito seja de uma ordem tão distante das necessidades primárias como aquele, por exemplo, que se encontra em gestos de sacrifício. Mas da mesma maneira que a negatividade da saciedade é sua finitude, a negatividade dos saberes é sua incompletude. O confronto da insatisfação surgida daí com o já sabido e saboreado gera o desejo de uma nova satisfação e de um novo saber dos sabores, que conduz ao enriquecimento e à variedade do desejo e do saber, isto é, do gosto, consequentemente dos objetos potenciais de prazer, que são, enquanto meramente potenciais, o momento negativo deste estágio de desenvolvimento do gosto. Aqui, ele se vê obrigado a lidar com a contradição entre os limites atuais do saber e os novos

84 Idem ibidem, p. 127.

gostos, os novos desejos conscientes criados, que demandam novos objetos, e a superação dessa negatividade remete aos limites da produção de objetos de prazer, estando a potência de realizá-la no caráter sócio-histórico dessa produção.

No dizer de Marx:

[...] nem os objetos *humanos* são os objetos naturais assim como estes se oferecem imediatamente, nem o *sentido humano*, tal como *é* imediata e objetivamente, *é* sensibilidade *humana*, objetividade humana. A natureza não está, nem objetiva nem subjetivamente, imediatamente disponível ao ser *humano* de modo adequado.

E como tudo que *é* natural tem que *começar*, assim também o *homem* tem como seu ato de gênese a *história*, que *é*, porém, para ele, uma [história] sabida e, por isso, enquanto ato de gênese com consciência, *é* ato de gênese que se supra-sume (*sich aufhebender Entstehungsakt*). A história *é* a verdadeira história natural do homem.⁸⁵

Temos, enfim, no gosto, a expressão de duas cisões constitutivas do sujeito humano: a mais simples e da qual vimos falando, entre sujeito (do desejo) e objeto; e a segunda, de uma natureza mais complexa e contraditória, que *é* a essência da outra: entre o sujeito e ele próprio, entre o sujeito *em si* e o sujeito *para si*, entre o sujeito do gosto cindido no antagonismo dos polos sabor e saber, *sujeito* ao vazio autoritário do desejo, preenchido eventualmente por objetos estranhos, que lhe são ofertados em troca de trabalho forçado, sujeito *sujeito* aos saberes esclerosados, de um lado, e, de outro, o sujeito do gosto suturado, o sujeito do saber dos sabores e do sabor dos saberes em permanente processo de conscientização e enriquecimento.

Vimos falando em um indivíduo, em uma identidade individual, buscando uma maior clareza na exposição. Devemos agora situá-lo em um nível mais complexo e ao mesmo tempo mais concreto de abstração, pensando a constituição de seu gosto como parte da constituição do gosto do *sujeito social*, cindido aí em classes antagônicas, cujas identidades, em permanente construção, são fruto da história ao mesmo tempo em que a produzem. O gosto cindido, bem como seu potencial de sutura, ocupam uma dimensão política fundamental nessa produção.

Temos então que o homem *é* o sujeito de um desejo lacunar que se confronta com a exterioridade dos objetos existentes, que se reconfiguram (ou não) em objetos de desejo de modo culturalmente mediado, tanto de modo inconsciente

85 Idem ibidem, p. 128.

quanto conforme o telos do homem enquanto ser genérico, que ora corresponde, ora se contrapõe aos desejos singulares dos indivíduos particulares, na dialética da satisfação e da insatisfação, no caráter aberto, produtivo e *arriscado* da história.

Dado o aspecto empírico dessa produção como realização histórico-social do gosto, como cisão constitutiva e potência de sutura do sujeito social, negada desta vez pelas contradições sociais geradas no processo, que possibilitam e obstaculizam a práxis emancipatória como atualização da potência de sutura, podemos agora formular as seguintes questões: para além da natureza bruta, isto é, nas sociedades humanas, o que determina quais objetos estarão disponíveis, e para quem – consequentemente, que desejos, que gostos: que sensibilidades, sentidos e linhas de ação? Por que certos gostos se tornam comuns a certos segmentos sociais e não a outros? Por que alguns gostos atravessam praticamente todos os segmentos sociais e mesmo épocas?

Os gostos são, a princípio, um registro da *inconsciência* de classe, registro que corresponde às disposições “espontâneas” das classes sociais, entendidas aqui em sentido estritamente econômico. Nas atuais circunstâncias, isso faz do gosto, tendencialmente, o substrato sensível da ideologia hegemônica.

Por outro lado, a compreensão, por parte das classes subalternas, dos mecanismos reais que determinam a sua própria condição econômica, e do caráter *histórico e revogável* dessas determinações, favorece a emergência da consciência política dessa condição econômica, consequentemente a consciência de sua posição econômica e política de classe. Esta consciência é condição para a sua conversão de classe social em sentido estritamente econômico (*classe em si*) a classe social em sentido também político (*classe para si*). Tal conversão, contudo, para ser efetivamente eficaz no sentido de contribuir para a sua emancipação, e é neste ponto que pretendemos acrescentar algo novo ao debate, deve resgatar os gostos do cativo do capital, visando fortalecer a organização da classe tornada consciente de si para a ação transformadora, pois os gostos, rearticulados com a consciência de classe, podem atuar como elementos integradores e motivacionais; como substrato sensível de uma ideologia contra-hegemônica, socialista, racional e não dogmática;⁸⁶ como *paixão*, no sentido empregado por Marx,⁸⁷ já que a paixão é o gosto em alta voltagem.

86 O gosto é aqui importante porque a consciência da exploração sem a correspondente motivação à ação, sem o *pathos* revolucionário, conduz em última análise ao niilismo; já a disposição à ação sem a consciência correta, conduz à mera rebeldia, que pode descambar em um esquerdismo infantil, inconsequente e eventualmente perigoso, na medida em que favorece o dogmatismo ou a reação; na pior das hipóteses, pode conduzir ao fascismo.

87 Ver passagem dos Manuscritos que reproduzimos pouco acima: “A paixão (Leidenschaft, Passion) é a força humana essencial que caminha energeticamente em direção ao seu objeto.” MARX, Karl. *Manuscritos Econômico-filosóficos*, p. 128.

POR UMA PEDAGOGIA DA AUTONOMIA

O momento histórico em que o termo *gosto* volta a desdobrar-se, como metáfora, do paladar para o juízo estético e moral, corresponde ao período que vai da Renascença ao Iluminismo, no qual, ao mercantilismo, à acumulação primitiva do capital, à ascensão social da burguesia e ao antropocentrismo corresponde igualmente um relativo aumento do privilégio ou da autonomia do sujeito degustante como criador de valores.

Inicia-se então uma fértil problematização dos gostos, entendidos ainda como expressão da imanência das coisas, qualitativamente hierarquizáveis em cânones estéticos, restando o sujeito mais ou menos apto, ou cultivado, seja do ponto de vista racional (estética clássica) ou perceptivo (romantismo e empirismo, curiosamente andando juntos) para adequar-se aos gostos “superiores” e rejeitar os “inferiores”.

Depois, Nietzsche diria, em outros termos, que não há experiência perceptiva de espécie alguma que não seja subordinada à mediação cultural, mesmo que se imponha apesar dela, ou contra ela: “Limites do Domínio Moral. – Nós batizamos imediatamente a nova imagem que vemos com o auxílio de nossas velhas experiências, segundo o grau de nossa lealdade e de nosso espírito de justiça. Só há eventos morais, mesmo no domínio da percepção dos sentidos.” (Nietzsche, 1965, p.161)

Insistimos, do mesmo modo, que embora mediados pela moral, não pode haver juízos de gosto que não sejam simultaneamente mediados pela singularidade da experiência perceptiva, ainda que se imponham apesar dela, ou contra ela. Defendemos igualmente a atualidade da discussão dos gostos e juízos de gosto a partir do seu significado radical, e do fundo ideológico da ruptura capital entre as noções de *saber* e *sabor* reificada através dos séculos.

Um equilíbrio superior, ainda que se entenda por equilíbrio uma justaposição tensa, dinâmica e intercambiante entre essas forças aparentemente antagônicas – o corpo e o espírito, a beleza e a verdade, o desejo individual e as necessidades gregárias, a sensibilidade particular e a razão coletiva, Eros e Logos, o trabalho braçal e o intelectual – no *gosto*, é, contudo, teoricamente concebível e materialmente desejável como devir histórico. Este devir histórico, por sua vez, só é viável através da superação do poder do capital de formar e capturar os gostos.

Até hoje, mesmo quanto ao gosto da comida, imposições e restrições culturais têm-se sobreposto ao paladar e, por extensão, aos demais sentidos, da *kashrut* judaica – e, provavelmente, antes dela – às papas *diet* industrializadas nos dias de hoje e às polêmicas sobre a arte contemporânea, passando pelo rigor algo ridículo do *diabolus in musica*,⁸⁸ pelo pretensioso e autoritário *bon goût* aristocrático, e pelo belo e contraditório esforço moderno de articular liberdades idiossincráticas e projetos ético políticos universalizantes.

A potência subversiva do prazer (assim como a do conhecimento) tem sido domada através dos tempos em nome da manutenção da ordem social, o que seria ótimo, se essa ordem fosse prazerosa e moralmente digna para todos. Como não é...

Por sua vez, o capitalismo contemporâneo, no que Marcuse (1973) denominou dessublimação repressiva, em vez de reprimir o prazer, solta-lhe as rédeas, desde que dentro das raias do consumo de mercadorias.

Se defendemos uma compreensão mais dilatada e uma maior autonomia dos gostos, isto é, dos motivos aparentemente mais íntimos das escolhas, isso implica necessariamente em uma oposição radical aos imperativos de uma sociedade produtora de um desgosto dilatado e de gostos automatizados. Para essa crítica, pouco importa o que seria um quimérico bom gosto ideal e supra (ou infra) sensível – mais do que uma crítica dos juízos, buscamos situar os juízes: quem ou o quê determina o que é o bom gosto, quando determina, onde determina, como determina e por que razão. Mais importante: o que representam historicamente esse ou aquele juízo como instâncias de reprodução ideológica ou de “transmutação de valores”?

88 “É assim que os teóricos da idade média denominavam o intervalo FA-SI, esta quarta aumentada que se acomodava mal aos seus ouvidos, e a qual era absolutamente necessário evitar na polifonia!” [http://www.diabolus-in-musica.net/index-frame.html]. Uma curiosidade é que esse intervalo de quarta aumentada é amplamente utilizado no blues, sendo umas de suas principais características distintivas.

Ao termo deste percurso, arriscamos que o gosto é a encruzilhada onde se encontram e se debatem, em cada pessoa, a expressão distintiva de cada coisa, a cultura e os nervos. Os juízos de gosto, por sua vez, representam a necessidade de se estabelecer critérios para os conflitos intersubjetivos dos gostos, mediamente determinados pela posição de classe ocupada pelo ajuizador.

Tomando o que se gosta ou não como significante de padrões de sensibilidade, juízos de valor e patrimônio cultural coletivo, temo (e esse temor é o que justifica o livro) que hoje estejamos enredados em um fetichismo (ou idolatria) mais brutal do que jamais houve entre os povos ditos fetichistas: quem define o bom e o belo, hoje, não são as coisas, não são as pessoas, nem mesmo os deuses, mas o capital. Shakespeare já identificava em sua época a gestação desse processo:

Ouro, amarelo, fulgurante, ouro precioso!
Uma porção dele basta para fazer do preto, branco; do louco, sensato;
Do errado, certo; do vilão, nobre; do velho, jovem; do covarde, valente;
... Ó deuses, não estais vendo? Por que
Afasta ele vossos sacerdotes e os servos de vossos altares?
E arranca o travesseiro do justo que nele repousa a cabeça.
Esse escravo amarelo
Ata e desata vínculos sagrados; abençoa o amaldiçoado;
Doura a lepra; honra ladrões,
Dá-lhes títulos, genuflexões e homenagens,
Colocando-os no conselho dos senadores;
Faz a viúva anciã casar de novo.
[...] Metal execrável,
És da humanidade a vil prostituta. (Shakespeare, *Timon de Atenas*, apud
Marx, 1982, p. 146.)

Acreditamos que a velha dificuldade de definição *do* bom gosto resida no simples fato de tratar-se de uma falsa questão, derivada das mil consequências da velha cisão *sabor / saber*.

A propósito dessa cisão, Barthes conclui sua *Aula* com uma bela definição de “*Sapientia*”: “nenhum poder, um pouco de saber (...) e o máximo de sabor possível.”

Bela, porém problemática. Pois “nenhum poder” é uma ideia absurda, significando pura e simplesmente a morte – aliás, a sentença está em franca contradição com o poder libertário que o próprio autor atribui, nesse mesmo texto, à literatura.

Quando fala em “um pouco de saber (...) e o máximo de sabor possível”, Barthes reproduz, sem querer, o ethos midiático, o discurso-chave da indústria cultural, porta-voz do capital. Por que não, junto ao “máximo de sabor possível”, o máximo de saber, isto é, o máximo de gosto, e a dose necessária de poder, para além do capital? Esta, sim, seria a boa referência para uma verdadeira pedagogia da autonomia, não somente preocupada com a transmissão de conteúdos, mas sobretudo em estimular o desejo de se adquirir conhecimento. Por isso uma verdadeira pedagogia da autonomia é necessariamente uma educação do gosto. Nos termos de Montesquieu (2005, p. 17):

A definição mais geral do gosto, sem considerar se se trata de um bom gosto ou de um mau gosto, um gosto adequado ou não, é que gosto é aquilo que nos liga a uma coisa por meio do sentimento, o que não impede que ele possa se aplicar às coisas do intelecto, cujo conhecimento dá tanto prazer à alma que essa é mesmo a única felicidade que certos filósofos conseguem compreender. A alma conhece por meio das ideias e dos sentimentos; ela sente prazer por meio das ideias e dos sentimentos, pois, embora possamos estabelecer uma oposição entre ideia e sentimento, quando a alma vê uma coisa ela a sente, e não há coisas tão intelectuais que ela não possa ver ou que acredite não ver e, por conseguinte, que não sinta.

Sociedades divididas em classes, porém, fazem com que o acesso das almas aos objetos e formas disponíveis de conhecimento e prazer se dê, apesar da proclamada “igualdade de oportunidades”, de um modo extremamente desigual. Essa contradição entre igualdade formal e desigualdade real, com toda a carga de hipocrisia que traz em si, é veementemente denunciada por Mészáros, o qual, citando Baran e Sweezy, nos recorda uma questão que não deveríamos esquecer:

Baran e Sweezy enfatizaram esse aspecto: “O igualitarismo da ideologia capitalista é uma de suas forças, que não se deve descartar levemente. Desde a mais tenra infância as pessoas aprendem por todos os meios concebíveis que todos têm *oportunidades iguais* e que as desigualdades com que se deparam não são o resultado de instituições injustas, mas de seus dotes naturais superiores ou inferiores.” Portanto, assegurar a manutenção da gritante desigualdade e dos privilégios na educação, por exemplo, é algo que “se deve buscar indiretamente, garantindo amplos recursos para a subsistência da parte do sistema que atende à oligarquia, deixando, ao mesmo tempo, faminta a parte que atende às classes baixas e aos trabalhadores. Isto garante a desigualdade geral que é o coração e a essência de todo o sistema.” Assim, é possível sustentar a mitologia da igualdade – pelo menos na forma da proclamada “igualdade de oportunidades” – e perpetuar seu oposto diametral na ordem vigente sob o domínio do capital. (apud Mészáros, 2002, p. 273-4)⁸⁹

Além de desigual, o acesso das pessoas aos objetos e formas disponíveis de conhecimento e prazer se dá também como uma experiência de níveis distintos, cindidos e até antagônicos da vida. Em outras palavras, além de o acesso ao conhecimento e ao prazer ser desigualmente socializado, em função de determinações classistas, conhecimento e prazer se colocam para a maioria de nós como *vivências antagônicas*.

A tradição autoritária – ainda que “liberal”, na aparência – da educação formal nas sociedades contemporâneas, por sua vez, reproduz e reforça tanto a cisão das diversas classes sociais como essa outra, entre prazer e conhecimento, opondo o último ao primeiro e idolatrando-o somente em sua variante positiva, instrumental,⁹⁰ acrítica, como *qualificação profissional* para o mercado.

Temos então, no conjunto, além de uma apropriação socialmente desigual dos objetos de conhecimento e prazer, a reprodução da cisão entre sabor e saber, e ainda uma desqualificação das formas de prazer desvinculadas do consumo, bem como das variantes não instrumentais do conhecimento. O prazer é, assim, banido para a esfera do “tempo livre” – fora do ensino e fora do trabalho, que, portanto, não são livres – do qual se ocupam as ITCs, como um agente ou aparelho classificador, legislador, (auto) legitimador, indutor – o que levou Adorno, Horkheimer, Debord, Kurz, na trilha de Marx, a se questionarem o quão “livre” o “tempo livre” é.

89 As citações de Baran e Sweezy, entre aspas simples, são do livro *Monopoly Capital*.

90 Cf. PARO, Victor Henrique. *Administração escolar*. Introdução crítica.

Por outro lado, entendida a educação não somente como formação profissional para o mercado de trabalho, mas como o processo através do qual o indivíduo biológico se constitui enquanto sujeito social e cultural, tornando-se apto a se apropriar da parte que quiser (se puder e se puder querer) do patrimônio simbólico produzido e acumulado pela humanidade, portanto de humanizar-se o mais plenamente possível, surge uma nova série de questões: como educar quem muitas vezes não tem interesse consciente em nada disso, ou prazer em fazê-lo? Como educar quem foi educado a não gostar de ser educado? Como estimular a emergência dessa consciência e desse prazer, ou seja, desse gosto? Como fazer para que o aluno perceba que “[...] aqueles que apreciam com gosto as obras do espírito têm uma infinidade de sensações que os demais não conhecem”? (Montesquieu, 2005, p. 49) Como contribuir para a emergência de autonomias informacionais sedentas de saborear os velhos saberes e produzir os novos? Como desenvolver uma pedagogia dialógica com quem entende *liberdade* como a faculdade de seguir os impulsos imediatos ou de mimetizar os ditames do jogo aparentemente livre do mercado, ilustrados pelas pessoas “de sucesso”, as celebridades, os “olimpianos” (para usar a expressão cunhada por Morin [1975] nos anos 60)? Como escapar “[...] da estreita instrumentalidade e determinações fetichistas das práticas educacionais dominantes, administradas em subordinação às necessidades de expansão do capital (que, como já sabemos, precisam ser *internalizadas* pelos indivíduos como ‘suas próprias necessidades’).” (Mészáros, 2004, p. 48-9)

Se tomarmos a liberdade de estender o conceito de *educação* para além dos muros da escola, podemos retomar o argumento que apresentamos no início do livro, a respeito de uma ação pedagógica anônima e difusa promovida pelas ITCs, no sentido da captura do gosto pelo capital, de modo que as necessidades de expansão do capital sejam “internalizadas pelos indivíduos como suas próprias necessidades”, como diz Mészáros.

O objetivo aqui, porém, não foi analisar em detalhe as especificidades dessa cultura em sua empiria, mas seu *fundamento econômico totalitário*, buscando atualizar a perspectiva crítica fundada por Adorno e Horkheimer (1985), em meio à qual foi cunhada a categoria *indústria cultural* e se começou a problematizar as consequências sociais da mercantilização da cultura, sob um viés marxista, ainda que heterodoxo.

A ideia chave desta problemática está contida no conceito *reificação*, o qual, além de remeter à objetificação (*coisificação*) dos sujeitos, diz também respeito

ao ato de se representar e legitimar como natural, *necessário* (no sentido de inevitável), o que é contingente, passível de crítica e transformação mediante a práxis humana. O fundamento moderno da reificação (ou das formas modernas de reificação) é o fetichismo da mercadoria, expressão da subordinação da atividade humana ao imperativo cego de autoexpansão do capital.

Aplicando a noção de *subsunção do trabalho ao capital* à produção simbólica, podemos vislumbrar como suas consequências políticas são profundas, tanto no que tange a forma e conteúdo das mercadorias em geral, e da mercadoria cultural em particular, quanto na formação do gosto, na educação dos receptores tornados consumidores.

A *subsunção formal* (vertical, hierárquica) do trabalho ao capital (Marx, 1985, da pág. 72 em diante) refere-se ao processo histórico de alienação do produtor (no sentido jurídico de *expropriação*, que é o utilizado por Marx), alienação dos meios de produção (instrumentos de trabalho – ferramentas e máquinas – e objetos de trabalho – matérias primas) e do produto, que ocorreu nos primórdios da revolução industrial. A subsunção formal, porém, não alterava tecnicamente o processo produtivo. Já a *subsunção real* diz respeito à desqualificação das habilidades criativas do trabalhador como consequência da divisão técnica (horizontal) do trabalho, consequentemente ao barateamento do valor de sua força de trabalho. Ambas são condições necessárias para que se estabeleça o fetichismo da mercadoria.

É necessário combater esse estado de coisas, mediante a implementação, nas escolas e nas ITCs, de uma verdadeira pedagogia da autonomia, que favoreça a sutura do sujeito social, cindido em proprietário e não proprietário, em trabalhador intelectual e manual, em produtor e consumidor, de modo que as pessoas, em conjunto, decidam, de modo combinado, o que necessitam e o que gostariam de consumir, não somente no “tempo livre”, que lhes é imposto pelo capital, ou de acordo com a oferta do mercado, o estímulo publicitário ou seus salários, mas mediante um controle realista do tempo e das formas de se produzir, considerando os recursos materiais disponíveis. Há de haver do que se quiser, para todos, com alguma sobra, sem muito sacrifício e sem nenhum abuso.

Enquanto isso não ocorre, constatamos que a produção simbólica continua sendo por assim dizer “drenada” das nuvens da superestrutura para a terra dura da estrutura econômica, que passa a determinar sua qualidade e sua quantidade, de acordo com sua propriedade de *valorizar valor e legitimar o processo*, em

termos argumentativos e afetivos. Consequentemente, a educação do gosto em escala social é igualmente determinada por este imperativo.

Tendo isso em conta, talvez a crítica da economia política da informação, da comunicação e da cultura não devesse deixar de lado a seguinte lição:

O marxismo não é uma filosofia de gabinete que pode ser praticada independentemente das condições predominantes no movimento socialista internacional. Ao contrário, é uma visão de mundo que, desde o início, rejeitou conscientemente a ideia de uma mera *interpretação do mundo* e se comprometeu com a luta árdua para *modificá-lo*: tarefa cuja realização é inconcebível sem a implementação bem-sucedida de estratégias políticas adequadas. Portanto, o estado real dos instrumentos estratégicos necessários ao movimento da classe trabalhadora não pode ser uma questão indiferente para a teoria marxiana. (Mészáros, 2004, p. 110)

Sob este prisma, temos diante de nós pelo menos três desafios fundamentais: 1) a disputa política pela *democratização das ITCs* e pela *não instrumentalização do ensino em um sentido estritamente técnico-profissionalizante*; 2) a produção de *contra-informação*, efetivamente comprometida com os interesses da “classe que vive do trabalho”, em oposição às práticas correntes do jornalismo hegemônico; 3) a *propaganda* das alternativas direta ou indiretamente voltadas para a construção de formas sociais contra-hegemônicas, onde quer que se manifestem, seja na política representativa convencional (partidos e sindicatos), nas artes, nos movimentos sociais, nas mídias etc.

Esses desafios se desdobram em questões mais pontuais, entre as quais se pode destacar, não necessariamente nessa ordem: a luta pela universalização da inclusão digital e informacional; a intensificação e refinamento da militância virtual; o apoio à implementação de tvs e rádios públicas; a ênfase no pluralismo de conteúdos (ênfase tática, não de princípios, pois a noção pura e simples de “pluralismo” não basta; vale tudo? Não é disso que se trata aqui, mas de, sob essa palavra de ordem, articular diversos agentes que se opõem ao caráter oligopolista das mídias, para o desenvolvimento de ações contra hegemônicas no setor); a criação de disciplinas voltadas à leitura crítica das ITCs e dos seus produtos, no ensino médio, nas comunidades carentes, nos sindicatos e onde mais for possível; a mobilização para a emergência de um movimento de pressão no sentido de se criar mecanismos legais que assegurem um maior rigor, sob

controle social, na cessão e renovação de concessões de canais de telecomunicações a empresas privadas.

A importância dessas tarefas aponta no sentido de uma compreensão do papel decisivo das ITCs enquanto *base material* para a produção de uma “estrutura de motivação necessária” da “ideologia emancipadora”, *cuja eficácia depende de sua capacidade de formar e mobilizar os gostos*.

Nos termos de Mészáros (2004, p, 530-2):

[...] temos de enfrentar a pressão de *determinações objetivas* que se tornam “*internalizadas*” – e, portanto, *também* transformadas em *motivos*, sem por isso perder seu caráter de determinações objetivas [...] A internalização desarmante das restrições objetivas encontradas talvez seja a função mais importante da ideologia dominante. Ela se realiza – na forma de *fusão* e *confusão* [...] de *coerção externa* com *motivação interna* – pregando a sabedoria acomodadora do “não há alternativa” [...] a necessidade brutal de se submeter ao poder da *competição coerciva* é mistificadamente metamorfoseada em algo que pode reclamar para si o elevado *status* de *motivação interna* consciente e livremente adotada, o que nenhum ser racional poderia (ou deveria) questionar mesmo em seus pensamentos, e muito menos a ela se opor ativamente.

Compreensivelmente, portanto, a ideologia socialista de início não poderia ser outra senão a “*contraconsciência*”, para ser capaz de negar as práticas materiais e ideológicas dominantes da ordem estabelecida. Nas circunstâncias de hegemonia ideológica do capital, as premissas fundamentais da alternativa socialista não podem deixar de ser articuladas como uma *contraconsciência* que desafia a *coercitividade internalizada* e como uma rejeição clara – ainda que necessariamente limitada – do poder das restrições, sócio-historicamente contingentes, que são elevadas a um *status* absoluto para negar toda alternativa; e esta rejeição deve se dar não importa quão reais tais restrições possam ser dentro de seus próprios termos de referência.

O que Mészáros chama aqui de “*coercitividade internalizada*” é o que temos denominado *captura do gosto pelo capital*. É necessário resgatar o gosto. Para tanto, os meios de produção e irradiação de cultura teriam que ser desconectados do imperativo da valorização do valor.

Cumprir, assim, socializar o aparato tecnológico e logístico das ITCs, em uma lógica operacional diferente daquela calcada na reprodução ampliada do capital. Isso não será obtido sem reflexão e luta, em meio às quais a disputa *jurídica e ideológica* do vasto território das ITCs é decisiva.

Em síntese:

- 1 -

O gosto orienta nossos juízos e ações, inclusive os de natureza política.

- 2 -

Gostar ou não de algo pressupõe a decodificação intelectual e sensível, por um sujeito, de um ente externo, material ou simbólico, e a experiência de prazer ou desprazer resultante. Essa experiência é sempre derivada de uma comparação, predominantemente inconsciente, com outras anteriormente vividas. Essa experiência, portanto, é fruto dos momentos singulares da história de vida de cada indivíduo particular, embora essa história de vida seja sócio historicamente – universalmente – determinada.

- 3 -

Cada configuração / totalidade sócio-histórica, em sua complexidade particular, façamos o recorte que quisermos, é um momento de dado estágio de desenvolvimento da luta de classes, causa e consequência das contradições entre as forças produtivas e as relações de produção que a compõem e são por ela compostas. Cada um desses momentos produz necessidades e gostos específicos, bem como os meios, menos ou mais eficazes, de satisfazê-los.

- 4 -

A desigualdade específica da formação das necessidades e dos gostos, e da distribuição dos meios de satisfazê-los, em sociedades divididas em classes, resulta antes de mais nada dessa divisão.

- 5 -

Só se pode gostar ou não do que existe. Para que algo que nos possa interessar exista, ainda que em pensamento, são necessárias certas condições: recursos naturais, humanos e tecnológicos.

- 6 -

Na atualidade, estes recursos são operacionalizados segundo as leis econômicas que regem o modo de produção capitalista. Essas leis podem ser resumidas no princípio de “valorização do valor” ou da “reprodução ampliada” do capital.

- 7 -

A valorização do valor começa cada um de seus ciclos com a produção de mais-valia e o encerra (quando o faz, o que nem sempre ocorre, fato que indica a desfuncionalidade entrópica e perdulária constitutiva do sistema) com sua realização, mediante a venda da mercadoria (cujo valor é superior ao dos seus componentes originais, na medida em que contém trabalho excedente – não pago). Porém, para que haja venda, deve haver demanda solvente, e para haver demanda solvente, é necessário que haja renda, lucro ou salário, expressões econômicas das classes e frações de classe em conflito.

- 8 -

Para que haja demanda solvente, também é necessário que haja alguma necessidade a ser satisfeita. Porém, a satisfação das necessidades só importa, do ponto de vista do capital, na medida em que contribui para a valorização do valor. A consequência atual deste imperativo é a abundância de mercadorias, materiais e simbólicas, incluindo mil variedades de capital fictício, e a pauperização crescente das multidões. A despeito disso, adequar os gostos, de todas as formas possíveis, aos imperativos de reprodução ampliada do capital, é vital para o capitalismo.

- 9 -

É essa a principal função das ITCs, seja legitimando o sistema, seja estimulando o consumo. As ITCs, em sua materialidade, também fornecem a base operacional do sistema e boa parte das mercadorias em circulação.

- 10 -

Os gostos não podem ser totalmente capturados; e podem ser resgatados.

As ITCs são um excelente aparato.



BIBLIOGRAFIA

ABTD. Associação Brasileira dos Produtores de Discos. Documento eletrônico. Disponível em: http://www.abpd.org.br/noticias_internas.asp?noticia=245. Acesso em 31.12.2014.

ADORNO, Theodor W. e Max Horkheimer. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. 224 p.

AGAMBEN, Giorgio. *Gosto*. In: Enciclopédia Einaudi. 25. Criatividade – Visão. Portugal: Imprensa Nacional-Casa da Moeda: 1992. Pp. 139-157.

AIDAR PRADO, José Luiz, O Campo da comunicação e a comunicação entre os campos na era da globalização. LOPES, Maria Immacolata V. (org.): *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003. Pp. 135-153.

ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos Ideológicos de Estado*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985. 127 p.

ANDERSON, Perry. *Considerações sobre o marxismo ocidental*. São Paulo: Boitempo, 2004. 239 p.

ANDERSON, Perry. *A Crise da crise do marxismo*. São Paulo: Brasiliense, 1985. 128 p.

ANTUNES, Ricardo. *Afinal, quem é a classe trabalhadora hoje?* In: Margem Esquerda – ensaios marxistas no. 7, maio de 2006, pp. 55-61.

ANTUNES, Ricardo. *Os Sentidos do trabalho. Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 2006. 261 p.

ANTUNES, Ricardo e DOMINGUES LEÃO RÊGO, Walquíria (orgs.). *Lukács. Um Galileu no século XX*. São Paulo: Boitempo, 1996. 130 p.

ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco; Poética*. São Paulo: Nova Cultural, 1991. 374 p.

ARRUDA ARANHA, Maria Lúcia e PIRES MARTINS, Maria helena. *Filosofando. Introdução à filosofia*. São Paulo: Moderna, 1991. 443 p.

AUROUX, Sylvain (org.). *Encyclopédie Philosophique Universelle – Les Notions Philosophiques – Dictionnaire 1*. Paris: Presses Universitaires, 1990.

- BACCEGA, Maria Aparecida. O Impacto da publicidade no campo comunicação / educação. In: *Cadernos de Pesquisa ESPM*, ano 1, n.3, (setembro/outubro 2005). São Paulo: ESPM, 2005. Pp. 11-91.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1992. 196 p.
- BARBER, Benjamin R. Cultura McWorld. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003, pp. 41-56.
- BAPTISTA DA SILVA, Luiza. *Sob os holofotes*: Luan Santana e a relação com os fãs no twitter. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Comunicação Social). Orientador: Marco Schneider. Universidade Federal Fluminense. 2011.
- BAUDRILLARD, Jean. *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Paris: Gallimard, 1972. 268 p.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vidas Desperdiçadas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005. 171 pp.
- BLANK, Paulo. O princípio de Ehiê. In: *Impresso ASA*, ano xiii, n. 76, maio/junho de 2002, p. 3.
- BOURDIEU, Pierre. *Distinction*. A Social critique of the judgement of taste. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2000. 613 p.
- BOURDIEU, Pierre et. al. *A Profissão de Sociólogo*. Petrópolis: Vozes, 1999. 97 p.
- BOURDIEU, Pierre, PASSERON, Claude. *A Reprodução*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975. 238 p.
- BUBER, Martin. *O Socialismo utópico*. São Paulo: Perspectiva, 1986. 200p.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995. 290 p.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994. 351p.
- COMISSÃO CALOUSTE GULBENKIAN. *Para Abrir as ciências sociais*. Portugal: Publicações Europa-América, 1996. 149 p.
- COUTINHO, Carlos Nelson. Lukács, a Ontologia e a Política. In: ANTUNES, Ricardo e DOMINGUES LEÃO RÊGO, Walquíria (orgs.). *Lukács. Um Galileu no século XX*. São Paulo: Boitempo, 1996. Pp. 16-26.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Documento eletrônico: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/socespetaculo.pdf>. Acesso em: mar 2013.

DIDEROT. *Peensées Détachées sur la peinture, la sculpture, l'architecture et la poésie pour servir de suite aux salons*. In Oeuvre complètes de Diderot, 12, Paris: Garnier Frères, librairies-Éditeurs, 1876.

DIDEROT. *Recherches Philosophiques sur L'Origine et la Nature du Beau*. In: Oeuvre complètes de Diderot, Tomo 10, Paris: Garnier Frères, librairies-Éditeurs, 1876.

DOWBOR, Ladislau. Economia da Comunicação. In Dowbor, Ladislau et al (orgs.): *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2000. Pp. 47-61.

EAGLETON, Terry. A Ideologia e suas vicissitudes no marxismo atual. In: ZIZEK, Slavoj (org.). *Um Mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996, p. 179-226.

EAGLETON, Terry. *O problema dos desconhecidos: um estudo da ética*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. 461 p.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1971. 386 p.

ENGELS, Friedrich. *Ludwig Feuerbach and the end of classical german philosophy*. Documento eletrônico: http://www.marxists.org/archive/marx/works/download/Marx_Ludwig_Feurbach_and_the_End_of_German_Classical_Philosop.pdf. Acesso em: mar 2013.

FERNANDES, Florestan (org.). *Marx-Engels*. São Paulo: Ática, 1989. 496 p.

FERRY, Luc. *Homo Aestheticus. A invenção do gosto na era democrática*. São Paulo: Ensaio, 1994. 436 p.

GADAMER, Hans-Georg. *Verdade e Método*. Traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica. Petrópolis-RJ: Vozes, 1998. 731 p.

GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. 323 p.

GRAMSCI, Antônio. *Concepção dialética da história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1978. 342 p.

GRAMSCI, Antônio. *Os Intelectuais e a organização da cultura*. São Paulo: Círculo do Livro, sem data. 220 p.

HALL, Stuart. Codificação / Decodificação. In: SOVIK, Liv (org.). *Da Diáspora: identidades e mediações culturais / Stuart Hall*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003 a (434 p). Pp. 387-404.

HALL, Stuart. O interior da ciência; ideologia e a “sociologia do conhecimento”. In: *Da Ideologia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1980. Pp. 15-44.

HALL, Stuart. Notas para uma desconstrução do popular. In: SOVIK, Liv (org.). *Da Diáspora: identidades e mediações culturais / Stuart Hall*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003b (434 p). Pp. 247-264.

HALL, Stuart. The Toad in the Garden; tatcherism among the theorists, in: HALL, Stuart et al. *Marxism and the Interpretation of Culture*. London: Macmillan Education, 1988. Pp. 35-73.

HEGEL, G.W.F. *Fenomenologia do espírito. Parte I*. Petrópolis-RJ: Vozes, 1997. 271 p.

HEGEL, G.W.F. **Princípios da filosofia do direito**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

HELLER, Agnes. *O Cotidiano e a história*. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

HUME, David. *Of the delicacy of taste and passion*. Documento eletrônico: <http://www.davidhume.org/texts/etv1.html>. Acesso em: mar 2013.

HUME, David. *Of the Standard of taste*. Documento eletrônico. <http://www.davidhume.org/texts/etv1.html>. Acesso em: mar 2013.

ILYENKOV, Evald. *Dialectical Logic*. Documento eletrônico: <http://marx.org/archive/ilyenkov/works/essays/index.htm>. Acesso em: mar 2013.

JAMESON, Fredric. *A Cultura do dinheiro; ensaios sobre a globalização*. Petrópolis: Vozes, 2001. 208 p.

JAMESON, Fredric. *Pós-Modernismo. A Lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1996. 431 p.

JAMESON, Fredric. Reificação e utopia na cultura de massa. In: *As Marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 1995. Pp. 9-35.

JOURDAIN, Robert. *Música, cérebro e êxtase*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

KANT, Immanuel. *Crítica da faculdade de juízo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. 381 p.

KANT, Immanuel. *Fundamentação da metafísica dos costumes*. São Paulo: Discurso Editorial, 2009.

KÖCHE, José Carlos. *Fundamentos de metodologia científica*. Teoria da ciência e prática da

pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1997. 180 p.

KOOK, Abraham Isaac. *The Lights of penitence; the moral principles, lights of holiness, essays, letters and poems*. New Jersey: Paulist Press, 1978. 448 p.

KOSIK, Karel. *Dialética do concreto*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 250 p.

KURZ, Robert. *Adeus à Economia de Mercado*. Documento eletrônico: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz131.htm>. Acesso em: mar 2013.

KURZ, Robert. *O Caso está a ficar sério*. Documento eletrônico: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz169.htm>. Acesso em: mar 2013.

KURZ, Robert. *O Colapso da modernização*. São Paulo: Paz e Terra, 1993. 244 p.

KURZ, Robert. *O Dilema Estrutural dos Mercados Planejados*. Documento eletrônico. <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz145.htm>. Acesso em: mar 2013.

KURZ, Robert. *Dominação Sem Sujeito*. Documento eletrônico: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz86.htm>. Acesso em: mar 2013.

KURZ, Robert. Entrevista a Sonia Montañó. In. *Revista IHU On-Line*, no. 188, 10.07.2006. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, S.Leopoldo, Porto Alegre, RS. Documento eletrônico: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz234.htm>. Acesso em: mar 2013.

KURZ, Robert. *Os Fantasmas reais da crise mundial*. Documento eletrônico: <http://obeco.no.sapo.pt/rkurz175.htm>. Acesso em: mar 2013.

KURZ, Robert. *A Intelligentsia depois da luta de classes*. Documento eletrônico: <http://obeco.planetaclix.pt/rkurz38.htm>. Acesso em: mar 2013.

KURZ, Robert. *Marx 2000*. Documento eletrônico: <http://www.exit-online.org/textanz1.php?table=transnationales&index=1&posnr=678&backtext1=text1.php>. Acesso em: mar 2013.

LARRAIN, Jorge. Stuart Hall and the marxist concept of ideology. In: Morley and Chen (orgs.) *Stuart Hall: Dialogues in Cultural Studies*. London/NY: Routledge, 1996. Pp. 47-69.

LÉON, Oswaldo. Para Uma Agenda social em comunicação. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003. Pp. 401-414.

LESSA, Sérgio. Lukács: direito e política. In: PINASSI, Maria Orlanda e LESSA, Sérgio (orgs.) *Lukács e a atualidade do marxismo*. São Paulo: Boitempo, 2002. Pp. 103-122.

- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Antropologia Estrutural*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996. 456 p.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Antropologia Estrutural Dois*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1992. 366 p.
- LOPES, Maria Immacolata V. La Investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas. In: *Diálogos de la Comunicación*, n.56. Lima, Peru: 1999. Pp. 12-27.
- LOPES, Maria Immacolata V. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Loyola, 2001. 171 p.
- LOPES, Maria Immacolata V. Sobre o Estatuto disciplinar do campo da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.) *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003. Pp. 277-93.
- LOSURDO, Domenico. *Fuga da História? A Revolução russa e a revolução chinesa vistas de hoje*. Rio de Janeiro: Revan, 2004. 208p.
- LÖWY, Michael. *Ideologias e ciências sociais*. São Paulo: Cortez, 1985. 112 p.
- LÖWY, Michael. *Método Dialético e Teoria Política*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975. 142 p.
- LUKÁCS, Georg. *História e consciência de classe*. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 598 p.
- LUKÁCS, Georg. *Ontologia do ser social*. Os Princípios ontológicos fundamentais de Marx. São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas, 1979. 174 p.
- MAAR, Wolfgang Leo, A Reificação como realidade social. Práxis, trabalho e crítica imanente em *hcc*, in: ANTUNES, Ricardo e DOMINGUES LEÃO RÊGO, Walquíria. *Lukács*. Um Galileu no século XX. São Paulo: Boitempo, 1996.
- MAIA, Rousiley C.M. e FRANÇA, Vera V. A Comunidade e a conformação de uma abordagem comunicacional dos fenômenos. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003. Pp. 187-203.
- MARCUSE, Herbert. *A Ideologia da sociedade industrial; o homem unidimensional*. Rio de Janeiro: Zahar, 1973. 238 p.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003. Pp. 57-86.

MARTINO, Luiz C. As Epistemologias Contemporâneas e o Lugar da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003. Pp. 69-101.

MARX, Karl. *O Capital*. Livro I, v. 1. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. 576 p.

MARX, Karl. *O Capital*. Livro I, v. 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003a. Pp. 577-929.

MARX, Karl. *O Capital*. Livro II. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003b. 600 p.

MARX, Karl. *O Capital*. Livro III. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, s/ data. 1075 pp.

MARX, Karl. *Capítulo VI Inédito de O Capital*. Resultados do processo de produção imediata. São Paulo: Moraes, 1985. 169 p.

MARX, Karl. *Contribuição à crítica da economia política*. São Paulo: Martins Fontes, 1977. 432 p.

MARX, Karl. *Crítica da filosofia do direito de Hegel*. São Paulo: Boitempo, 2005.

MARX, Karl. *O 18 brumário de Luiz Bonaparte*. Documento eletrônico: <http://www.marxists.org/portugues/marx/1852/brumario/>. Acesso em: mar 2013.

MARX, Karl. *Grundrisse*. São Paulo: Boitempo, 2011.

MARX, Karl e Friedrich Engels. *A Ideologia alemã I*. Lisboa: Editorial Presença, 1980. 314 p.

MARX, Karl e Friedrich Engels. *A Ideologia alemã II*. Lisboa: Editorial Presença, 1980. 461 p.

MARX, Karl. *Las luchas de clases en Francia de 1848 a 1850*. Documento eletrônico: <http://www.marxists.org/espanol/m-e/1850s/francia/index.htm>. Acesso em: mar 2013.

MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *Manifesto do Partido Comunista*. Porto Alegre: L&PM, 2003c. 133 p.

MARX, Karl. *Manuscritos Econômico-filosóficos*. São Paulo: Boitempo, 2004. 175 p.

MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *A Sagrada Família*. São Paulo: Boitempo, 2003d, 278 p.

MARX, Karl. *Salário, Preço e Lucro*. Documento eletrônico: <http://www.marxists.org/portugues/marx/1865/06/salario/index.htm>. Acesso em: mar 2013.

- MARX, Karl e Friedrich Engels. *Sur la littérature et l'art*. Textes Choisis. Paris: Éditions Sociales, 1954. 406 p.
- MARX, Karl. *Teses sobre Feuerbach*. Documento eletrônico. Disponível em: <http://www.marxists.org/portugues/marx/1845/tesfeuer.htm>. Acesso em: dez de 2014.
- MATTELART, Armand. Rumo a que 'nova ordem da informação?'. In: Tramonte et al. (orgs.), *A Comunicação na Aldeia global*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. Pp. 237-245.
- MATTELART, Armand e Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2008. 227 pp.
- MAZZEO, Antônio Carlos. *Sinfonia Inacabada*. A Política dos comunistas no Brasil. São Paulo: Boitempo, 1999. 203 p.
- MÉSZÁROS, Istvan. *Filosofia, ideologia e ciência social*. Ensaio de negação e afirmação. São Paulo: Editora Ensaio, 1993. 289 p.
- MÉSZÁROS, Istvan. *Para além do capital*. São Paulo e Campinas: Boitempo e Editora da Unicamp, 2002. 1102 p.
- MÉSZÁROS, Istvan. *O Poder da Ideologia*. São Paulo: Boitempo, 2004. 566 p.
- MÉSZÁROS, Istvan. *A Teoria da Alienação em Marx*. São Paulo: Boitempo, 2006. 296 p.
- MONTESQUIEU, Charles de Secondar, Baron de. *O Gosto*. São Paulo: Iluminuras, 2005. 127 p.
- MORAES, Dênis de. O Capital da mídia na lógica da globalização. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003. Pp. 187-216.
- MORAES, Dênis de. A Comunicação sob domínio dos impérios multimídias. In: DOWBOR, Ladislau et al. (orgs.): *Desafios da comunicação*. Petrópolis-RJ: Vozes, 2000. Pp.13-19.
- MORIN, Edgar. *Ciência com consciência*. Lisboa: Europa/América, 1982. 255 p.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. O Espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1975. 180 p.
- NEHER, André. *Les Puits de l'Éxil. Tradition et Modernité: la pensée du Maharal de Prague*. Paris: Les Éditions du Cerf, 2011.

- NIETZSCHE, Friedrich. *Assim falou Zaratustra*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1986. 381 p.
- NIETZSCHE, Friedrich. *Obras incompletas*. In: Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1996. 464 p.
- NIETZSCHE, Friedrich. *Le gai savoir*. Paris: Gallimard, 1950. 227 p.
- PARO, Victor Henrique. *Administração escolar*. Introdução crítica. São Paulo: Cortez, 2001. 175 p.
- PAULA, Silas de. Estudos Culturais e Receptor Ativo. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas et al. (orgs.) *Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos*. Petrópolis / RJ: Vozes, 1998. Pp. 131-41.
- PAULO NETTO, José. Georg Lukács: um exílio na pós-modernidade. In: Pinassi e Lessa (orgs.). *Lukács e a atualidade do marxismo*. São Paulo: Boitempo, 2002. Pp. 77-101.
- PICO DELLA MIRÀNDOLA, Giovanni. *A Dignidade do homem*. São Paulo: Escala, s/ data. 93 p.
- PEIXOTO, Ovidio Mota. *MST, Mídia e inclusão social; estratégias de luta pela reconstituição da hegemonia na sociedade brasileira*. 2000. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- PRADO Jr., Caio. *Dialética do Conhecimento*. São Paulo: Brasiliense, 1963. 736 p.
- PRADO Jr., Caio. *O Estruturalismo de Lévi-Strauss. O Marxismo de Louis Althusser*. São Paulo: Brasiliense, 1971. 108 p.
- RAMONET, Ignacio. O Poder midiático. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003. Pp. 243-252.
- REICH, Wilhelm. *Psicologia de massa no fascismo*. Porto, Portugal: Publicações Escorpão, 1974.
- ROCHA, Everardo e BARROS, Carla. Cultura, mercado e bens simbólicos: notas para uma interpretação antropológica do consumo. In: TRAVANCAS, Isabel e FARIAS, Patrícia (orgs.) *Antropologia e comunicação*. Rio de Janeiro: Garamond e FAPERJ, 2003. Pp. 181-208.
- ROSDOLSKY, Roman. *Gênese e estrutura de O Capital de Karl Marx*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ / Contraponto, 2002. 623 p.

- RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e política*. São Paulo: Hacker, 2000a, 136 p.
- RUBIM, Antônio Albino Canelas. Contemporaneidade, (idade) mídia e democracia. In: DOWBOR, Ladislau et al. (orgs.). *Desafios da comunicação*. Petrópolis-RJ: Vozes, 2000b. Pp.79-92.
- RUBIN, Isaak Illich. *A Teoria marxista do valor*. São Paulo: Brasiliense, 1980. 293 p.
- SAHLINS, Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 231 p.
- SAMPAIO, Benedicto Arthur e Celso Frederico. *Dialética e materialismo: Marx entre Hegel e Feuerbach*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006. 128p.
- SCHMIDT, Alfred. *El Concepto de naturaleza en Marx*. México, Espanha, Argentina: Siglo veintiuno editores, 1976. 244 p.
- SCHNEIDER, Marco. Mídia, Política e Ideologia. In: *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*. VIII(1): 54-61, janeiro/abril 2006. Porto Alegre/RS: Unisinos, 2006.
- SCHNEIDER, Michael. *Neurose e classes sociais*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
- SCHOLEM, Gershom. *As Grandes correntes da mística judaica*. São Paulo: Perspectiva, 1995. 377 p.
- SODRÉ, Muniz. *Estratégias Sensíveis*. Petrópolis / RJ: Vozes, 2006. 230 p.
- TERTULIAN, Nicolas. Lukács Hoje. In: PINASSI, Maria Orlanda e LESSA, Sérgio (orgs.) *Lukács e a atualidade do marxismo*. São Paulo: Boitempo, 2002. Pp. 27-48.
- VIANA, Letícia C. R. Movimentos musicais e identidades sociais no contexto da cultura de massa no Brasil: uma reflexão caleidoscópica.. In: TRAVANCAS, Isabel e FARIAS, Patrícia (orgs.). *Antropologia e Comunicação*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003. Pp. 71-100.
- VOLTAIRE. *Dictionnaire Philosophique*. Documento eletrônico: http://www.lechasseurabstrait.com/revue/IMG/pdf/Voltaire_-_Dictionnaire_philosophique.pdf. Acesso em: mar 2013.
- WILLIAMS, Raymond. *Key words*. New York: Oxford University Press, 1985. 347 p.
- ZIZEK, Slavoj. Have Michael Hardt and Antonio Negri Rewritten the Communist manifesto for the Twenty-First Century? In: *Rethinking Marxism*, no. 3/4, 2001. Documento eletrônico: <http://lacan.com/zizek-empire.htm>. Acesso em: mar 2013.

ZIZEK, Slavoj. De História e consciência de classe a dialética do esclarecimento, e volta. Documento eletrônico: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-64452003000200008&script=sci_arttext. Acesso em: mar 2013.

ZIZEK, Slavoj. (org.). *Um Mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1999. 337 p.

ZIZEK, Slavoj. *Às Portas da revolução*. São Paulo: Boitempo, 2005. 350 p.

ZIZEK, Slavoj. *Repeating Lenin*. Documento eletrônico: <http://www.lacan.com/replenin.htm>. Acesso em: mar. 2013.

ZIZEK, Slavoj. *Le Spectre rôde toujours*. Paris: Nautilus, 2002. 125 p.



Entrevistamos, no ano de 2002, em caráter exploratório, nos mais diversos bairros da cidade do Rio de Janeiro, 45 músicos – homens e mulheres, dos mais variados estilos, formações, etnias, faixas etárias e de renda etc. –, 6 críticos musicais da grande imprensa, 7 produtores musicais e um diretor de A&R (arte e repertório, responsável pela contratação de artistas) de uma pequena gravadora voltada para as tradições musicais e experiências de vanguarda na música popular brasileira. O resultado das entrevistas demonstrou que suas *preferências* em música compõem um quadro extremamente variado, bem mais que suas aversões, as quais, aliás, formam um quadro quase que diametralmente oposto ao que indicam as listas de CDs mais vendidos e artistas mais executados nas rádios cariocas na ocasião (Fonte: Revista do NOPEM e SUCESSO CD). Nossa hipótese é que essa diferença nos gostos deve-se ao fato de todos os entrevistados *também* terem acesso a um repertório simbólico distinto daquele veiculado massivamente pela indústria cultural, devido ao estudo, à pesquisa e/ou ao contato participante com tradições musicais pré-midiáticas, ou às margens da indústria cultural, sobreviventes – rodas de samba de fundo de quintal, festas populares, espaços “*underground*” etc. Se a divergência que identificamos entre esse universo e o “gosto popular” não é uma prova conclusiva de nossa hipótese, e não pretende sê-lo, ao menos aponta para sua verossimilhança (e sugere a pertinência de pesquisas suplementares empiricamente orientadas).

Assim, de 150 nomes escolhidos pelos entrevistados em uma questão aberta, não induzida (ver modelo do questionário no Anexo II), os 6 mais apreciados⁹¹ são, nessa ordem, Tom Jobim, Djavan, Chico Buarque, Noel Rosa, Jimi Hendrix e Bach (destes, somente Djavan frequentava as paradas de sucesso de então); os 6 mais detestados, entre nomes e gêneros, são, nessa ordem, Xuxa, “duplas sertanejas”, Sandy e Júnior, funk carioca, É o Tcham e Belo, *todos* campeões de execução e venda na ocasião. O total dos 150 nomes citados segue essa tendência.

91 Esse número não é arbitrário, tendo resultado dos nomes insistentemente citados pelos entrevistados.



ANEXO II⁹²

A) Diga o nome de 5 músicos (compositores(as), cantores(as), bandas etc.) entre os que você mais gosta, vivos ou mortos, de qualquer época, estilo ou nacionalidade, e, ao lado, descreva ideias, sensações e/ou adjetivos que você associa a suas músicas.

⁹² As descrições não foram utilizados nesse trabalho.

B) Diga o nome de 5 músicos (compositores(as), cantores(as), bandas etc.) entre os que você menos gosta, ou detesta, vivos ou mortos, de qualquer época, estilo ou nacionalidade, e, ao lado, descreva ideias, sensações e/ou adjetivos que você associa a suas músicas.





SOBRE O AUTOR

Pesquisador adjunto do Ibict. Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - PPGCI - Ibict-UFRJ. Professor adjunto do departamento de Comunicação e do mestrado em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF-Niterói-RJ). Possui estágio pós-doutoral em Estudos Culturais, pelo Programa Avançado de Cultura Contemporânea (PACC) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ-2012). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA-USP-2008). Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ-2003). Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Produção Editorial (ECO-UFRJ-1999). Pesquisador Associado do PACC-UFRJ. Tem publicados um livro, quatro capítulos de livro (um deles em Cuba) e dezenove artigos em alguns dos principais periódicos científicos em comunicação do Brasil e da América Latina, e em dois de Portugal. Vencedor dos concursos de ensaio *Pensar a Contracorrente* (Cuba-2003) e *Mário Pedrosa, sobre arte e cultura contemporâneas* (Brasil-2010). Professor universitário desde 2003. Interesses atuais de pesquisa: ética, epistemologia e economia política da informação, da comunicação e da cultura. Líder do grupo de pesquisa *Perfil-i* (Perspectivas Filosóficas em Informação). Membro do ICIE (International Center for Information Ethics) e da diretoria da Ulepicc (União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura). Pesquisador do CNPq. Músico e escritor.

