

Marx, Adorno e o Fetichismo da Mercadoria e da Música

Erisvaldo Souza
Jean Isídio dos Santos

O consumidor real torna-se consumidor de ilusões. A mercadoria é essa ilusão efetivamente real, e o espetáculo é a sua manifestação.

Guy Debord

O presente artigo tem como objetivo discutir as contribuições de Karl Marx sobre o fetichismo da mercadoria e posteriormente as contribuições de Theodor Adorno sobre o fetichismo na música. A obra de Marx nos fornece elementos importantes para a organização do nosso texto, pois é a partir da teoria da sociedade em Marx elaborada em sua obra *O Capital* e particularmente no capítulo que Marx trata sobre *O Fetichismo da Mercadoria*. Adorno trata do fetichismo em uma outra perspectiva, sua preocupação é com *O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição*, é a partir daí que buscaremos elementos para a produção do nosso trabalho, pois, esses dois autores tornaram-se clássicos nos debates sociológicos, sendo o primeiro clássico e o segundo contemporâneo. No século XX, o marxismo se fragmentou em diversas correntes teóricas que são continuadas no limiar deste mesmo século, porém o marxismo de Marx permanece, aparecendo uma série de correntes de pensamento que se dizem “marxistas”, mas na prática não passam de teorias conservadoras.

Em primeiro lugar destacaremos a importância da obra *O Capital* de Marx como forma de entender a sociedade capitalista da época e o seu próprio desenvolvimento, pois nesta obra o autor discute as relações de produção dentro deste sistema. A obra de Marx foi produzida no contexto do século XIX, marcado por inúmeras transformações tecnológicas, científicas, culturais e políticas. No volume I de *O Capital*, Marx discute as formas da mercadoria e como esta se manifesta na sociedade capitalista, além disto o autor procura estudar o desenvolvimento histórico das sociedades humanas, as relações sociais existentes no interior destas sociedades, as organizações sócio-econômicas e como estas são colocadas dentro do modo de produção capitalista.

A Escola de Frankfurt surgiu no início da década de 1920 e esteve ligada ao Instituto de Pesquisas Sociais desta mesma cidade, onde alguns intelectuais passaram a produzir e publicar seus textos na Revista *Para a Pesquisa Social*, dentre estes intelectuais se destacaram as figuras de: Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Walter Benjamin e Eric Fromm, dentre outros intelectuais que estiveram ligados a este instituto de pesquisa. Com a ascensão do Nazismo na década de 1930, grande parte dos integrantes do Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt, imigrou para outros países da Europa e também para os Estados Unidos.

A Escola de Frankfurt surge a partir da necessidade de alguns jovens intelectuais alemães preocupados em desenvolver pesquisas relacionadas aos problemas político-culturais de sua época. Neste caso podemos enfatizar que os teóricos frankfurtianos deram grande importância em produzir uma história do tempo presente utilizando elementos da obra de Karl Marx, como é o caso dos conceitos de ideologia, alienação e fetichismo. Os pesquisadores frankfurtianos receberam grande influência da Filosofia Alemã, principalmente de Hegel, por outro lado os estudos de

Adorno sobre música e Indústria Cultural tornaram-se clássicos sobre o tema.

“A proposta básica desse grupo era formular uma “teoria crítica da sociedade” que desse conta das questões suscitadas pelo advento do fascismo no campo capitalista e do stalinismo no campo socialista.” (COHN, 1986, p.09). Neste caso fica evidente o contexto histórico-social que surge as principais obras dos teóricos da Escola de Frankfurt. No caso do estalinismo não consideramos esse estado como sendo socialista, pois o socialismo vai muito além dessa doutrina autoritária.

É no prefácio de: *Para a Crítica da Economia Política* que Marx caracteriza a produção material, ou seja, indivíduos produzindo socialmente, este é o ponto de partida, para isso ele inicia analisando os clássicos da economia política neste caso Smith e Ricardo, demonstrando suas limitações, por outro lado reflete também sobre: *O Contrato Social* de Rousseau, que relaciona e liga sujeitos independentes por natureza. Marx afirma que o resultado no qual pretende chegar não é que a produção, a distribuição, o intercâmbio, o consumo, são idênticos, mas que todos eles são elementos de uma totalidade, diferenças dentro de uma mesma unidade. Neste caso torna-se importante à citação:

A idéia que se apresenta por si mesma é esta: na produção, os membros da sociedade apropriam-se [produzem, moldam] dos produtos da natureza para as necessidades humanas; a distribuição determina a proporção dos produtos de que o indivíduo participa; a troca fornece-lhe os produtos particulares em que queira converter a quantia que lhe coube pela distribuição; finalmente no consumo, os produtos convertem-se em objetos de desfrute, de apropriação individual. A produção cria objetos que correspondem às necessidades; a distribuição os reparte de acordo com as leis sociais; a troca reparte de novo o que já está distribuído segundo a necessidade individual, e finalmente, no consumo, o produto desaparece do movimento social, convertendo-se diretamente em objeto e servidor da necessidade individual satisfazendo-a no desfrute. A produção aparece assim como ponto inicial; o consumo, como ponto final; a distribuição e a troca aparecem como meio-termo, que é assim dúplice, já que a distribuição é determinada como momento determinado pela sociedade, e a troca como momento determinado pelos indivíduos. Na produção a pessoa se objetiva; no [consumo], a coisa se subjetiva; na distribuição, a sociedade, sob a forma de determinações gerais dominantes, encarrega-se da mediação entre a produção e o consumo; na troca, essa mediação realiza-se pelo indivíduo determinado fortuitamente” (MARX, 1999, p. 30).

A análise que Marx realizou sobre os economistas do século XVII é porque estes partiam para uma análise de certos números de relações gerais abstratas e que são determinantes, como é o caso da divisão do trabalho, o dinheiro, o valor entre outros, é nesse sentido que ele busca elaborar o seu método. Vejamos o que o próprio Marx afirma: “O concreto é concreto porque é a síntese de muitas determinações, isto é, unidade do diverso. Por isso o concreto aparece no pensamento como o processo da síntese, como resultado, não como ponto de partida, ainda que seja um ponto de partida efetivo e, portanto, o ponto de partida também da intuição e representação” (MARX, 1999, p. 40).

Marx inicia *O Capital* tratando do duplo caráter da mercadoria e posteriormente do caráter fetichista da mercadoria. “A riqueza das sociedades em que domina o modo de produção capitalista aparece como uma imensa coleção de

mercadorias, a mercadoria individual como sua forma elementar”. (MARX, 1988, p.45). Entretanto uma das primeiras preocupações deste autor nesta obra é analisar a mercadoria.

Para Marx a mercadoria é, antes de tudo um objeto externo, uma coisa, a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie e ao mesmo tempo esta tem um duplo caráter que é o valor de uso e o valor de troca. Além de tratar a mercadoria como coisa Marx afirma que todas as mercadorias têm algo em comum, ou seja, são frutos do trabalho humano, e que requer um certo tempo para produzi-la. O que é o tempo socialmente gasto para se produzir uma mercadoria? O próprio Marx responde: “Tempo de trabalho socialmente necessário é aquele requerido para produzir um valor de uso qualquer, nas condições dadas de produção socialmente normais, e com graus social médio de habilidade e intensidade de trabalho” (MARX, 1988, p. 48). Então apenas a quantidade de trabalho socialmente necessário ou o tempo de trabalho socialmente para a produção de um valor de uso é o que determina a grandeza de seu valor de troca.

Contudo, após estas considerações passemos então as considerações de Marx sobre o caráter fetichista da mercadoria e o seu segredo, pois este capítulo é de fundamental importância para o desenvolvimento do nosso trabalho, neste caso torna-se importante observar como ele vem trabalhar esta questão:

“À primeira vista, a mercadoria parece uma coisa trivial, evidente. Analisando-a, vê-se que ela é uma coisa muito complicada, cheia de sutileza metafísica e manhas teológicas. Como valor de uso, não há nada misterioso nela, quer eu a observe sob o ponto de vista de que satisfaz necessidades humanas pelas suas propriedades como produto do trabalho humano. É evidente que o homem por meio de sua atividade modifica as formas das matérias naturais de um modo que lhe é útil” (MARX, 1988, p. 70).

Marx afirma que o misterioso da forma da mercadoria consiste, portanto, simplesmente no fato de que ela reflete aos homens as características sociais do seu próprio trabalho como características objetivas, como propriedades naturais sociais, desta forma também refletem a relação social dos produtores com o trabalho total como uma relação existente fora deles, entre objetos. Marx define o caráter fetichista da mercadoria como:

“Os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas, que mantêm relações entre si e com os homens. Assim, no mundo das mercadorias, acontece com os produtos da mão humana. Isso eu chamo o fetichismo que adere aos produtos de trabalho, tão logo são produzidos como mercadorias, e que, por isso, é inseparável da produção de mercadorias. Objetos de uso se tornam mercadorias apenas por serem produtos de trabalhos privados, exercidos independente uns dos outros. O complexo desses trabalhos privados forma o trabalho social total” (MARX, 1988, p. 71).

Marx nesta parte do texto deixa claro a sua concepção sobre o caráter fetichista da mercadoria, ao mesmo tempo afirma que os produtores somente encontram-se em contato social mediante a troca de seus produtos de trabalho, as características especificamente sociais de seus trabalhos privados só aparecem dentro desta troca. É neste sentido que Marx contribui para a análise da mercadoria.

Passemos então a analisar as contribuições do pensador alemão Theodor

Adorno integrante da primeira geração da Escola de Frankfurt, onde este se destacou como sendo um dos principais representantes desta escola, juntamente com alguns outros teóricos e que já foram citados anteriormente.

A obra de Adorno se caracteriza por uma variedade de temas pesquisados, como é o caso da música, cinema, rádio dentre outros temas voltados para entender a produção cultural no século XX, analisando o desenvolvimento tecnológico e científico, mostrando como a cultura industrializada foi adaptada ao consumo da sociedade. Alguns dos seus textos datam da década de 1930, como: *Sobre Música Popular* e o texto que irá nos orientar nesse trabalho: *O Fetichismo da Música e a Regressão da Audição*.

Em *Educação após Auschwitz*, o autor desenvolve uma análise sobre o processo educativo, com reflexões críticas as práticas nazistas e ao mesmo tempo pontua algumas considerações sobre a sociedade. Para Adorno a educação só tem pleno sentido se ela propiciar uma auto-reflexão crítica nos indivíduos, neste sentido a educação teria uma função primordial contribuindo para despertá-lo do esclarecimento e da consciência crítica. “Do ponto de vista sociológico, eu ousaria acrescentar que nossa sociedade, embora se integre cada vez mais, incuba simultaneamente tendências desagregadoras. Essas tendências sob a superfície da vida civilizada organizada têm progredido extremamente” (ADORNO, 1986, p. 35). Neste trecho, percebe-se a preocupação do autor com relação à sociedade, caracterizando uma forte tendência desagregadora da sociedade em geral, porém a sua perspectiva pode ser contestada, pois o autor não aponta como esta desagregação ocorre socialmente.

Podemos dizer que Adorno trabalha com o caráter fetichista em uma outra perspectiva em relação a Marx, contudo permanece o caráter de crítica em sua análise, onde ele trabalha a questão musical, mas utilizando elementos da obra de Marx.

“Adorno desenvolve, ao longo da sua obra, uma concepção de ideologia que retoma temas básicos do marxismo. Para ele a ideologia não se reduz a um sistema de idéias ou representações culturais, não é uma característica de tal ou qual modalidade de consciência social, mas é um processo responsável pela própria formação da consciência social. É, antes de mais nada, um processo complexo, articulado em muitos níveis, dos quais as idéias e as representações são apenas as formas mais acabadas e, portanto, mais diretamente acessíveis a experiência cotidiana. A ideologia é ideologia, ou seja, aparência socialmente necessária, precisamente porque a consciência que produz nos integrantes da sociedade se atém à sua forma já acabada a única que aparece” (COHN, 1986, p.11)

Além da concepção do fetichismo, Adorno também utilizará a concepção de ideologia de Marx para fundamentar as concepções da teoria crítica da sociedade e neste sentido construir a sua análise em relação aos produtos da indústria cultural. Em *O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição* Adorno trata de algumas questões básicas para entender a música, e especificamente a questão do gosto musical como este se transforma na sociedade capitalista, apesar de que Adorno aponta a decadência do gosto musical desde épocas anteriores, neste sentido a obra de Adorno se caracteriza por um certo pessimismo e determinismo.

A música para Adorno se constitui a manifestação imediata do instinto humano e a instância própria para o seu apaziguamento. A questão do gosto para ele, ou seja, o próprio conceito de gosto está ultrapassado. Neste caso torna-se importante entender o porquê dessa perspectiva e que é apontada por ele: “Em vez do valor da própria coisa,

o critério de julgamento é o fato de a canção de sucesso ser conhecida de todos, gostar de um disco de sucesso é quase exatamente o mesmo que reconhecê-lo. O comportamento valorativo tornou-se uma ficção para quem se vê cercado de mercadorias musicais padronizadas”.(ADORNO, 1999, p.66). Tal questão pode ser resolvida da seguinte forma nem sempre dentro da sociedade capitalista, todos observam ou consomem o mesmo produto cultural, em alguns momentos uma música de sucesso é deixada de lado por grande parte da sociedade, que prefere se ocupar e consumir produtos culturais e que não são padronizados como quer Adorno, um exemplo evidente dessas produções são as músicas de protestos e produções fílmicas que buscam romper com a verticalização produzida pela indústria cultural. Neste sentido Adorno caracteriza de forma clara a música de consumo e como esta é reproduzida socialmente pelos indivíduos através da fetichização e que passam uma imagem padronizada sobre estas produções musicais. A crítica produzida por Adorno em relação à música é contundente, ao invés de entreter, parece que tal música contribui ainda mais para o emudecimento dos homens, para a morte da linguagem como expressão, para a incapacidade da comunicação. A música de entretenimento preenche os vazios do silêncio que se instalam entre as pessoas deformadas pelo medo, pelo cansaço e pela docilidade de escravos sem exigências.

Podemos dizer que o uso da técnica é comum na produção cultural no século XX, onde a música também será adaptada ao consumo dos diversos grupos sociais, uma das características da indústria cultural e da própria música industrializada é a repetição, denunciada por Adorno, neste caso podemos citar as músicas de sucesso que são adaptadas ao consumo a partir da sua simples repetição, sendo que estas se caracterizam por ter uma letra simples e repetitiva em harmonia com o seu refrão que também se torna simples e repetitivo, esta é uma fórmula estratégica da própria indústria cultural visando garantir a alta circulação e consumo destas mercadorias. O próprio Adorno afirma que, se ninguém é capaz de falar realmente, é obvio também que já ninguém é capaz de ouvir, e que este já apontava tais questões desde a cultura grega clássica.

Os produtos culturais tais como: a música, o cinema, dentre outros para Adorno fazem parte do mundo da mercadoria, são preparados para o mercado e são governados segundo o critério deste mesmo mercado. A indústria cultural tem a preocupação em adaptar tais produtos culturais para a manipulação do gosto e direcionando tais produtos ao consumo:

“As obras que sucumbem ao fetichismo e se transformam em bens de cultura sofrem, mediante este processo, alterações constitutivas. O processo de coisificação atinge a sua própria estrutura interna. Tais obras transformam-se em um conglomerado de idéias, de “achados”, que são inculcados aos ouvintes através de ampliações e repetições contínuas, sem que a organização do conjunto possa exercer a mínima influência contrária. Quanto mais coisificada for a música, tanto mais romântica soará aos ouvidos alienados. É precisamente através disto que tal música se torna propriedade” (ADORNO, 1999, p. 81).

O fetichismo para Adorno é, no entanto a transformação dos produtos culturais em mercadoria e mais ainda em coisas, através de fórmulas repetitivas e massificadas pelos meios de comunicação que trabalham em conjunto para difundir tais produtos e dissimular o seu caráter de mercadoria, transformando tal mercadoria estranha ao homem que consome sem conhecer de fato o que ele está consumindo.

Este ponto é fundamental na obra de Adorno, pois aborda de uma forma clara o caráter mercantil dos bens culturais e, além disso, enfatiza as consequências deste caráter no que diz respeito à recepção do ouvinte:

“No pólo oposto ao fetichismo na música opera-se uma regressão da audição. Com isto não nos referimos a um regresso do que individual a uma fase anterior do próprio desenvolvimento, nem a um retrocesso do nível coletivo geral, porque é impossível estabelecer um confronto entre milhões de pessoas que em virtude dos meios de comunicação de massas, são hoje atingidos pelos programas musicais e os ouvintes do passado. O que regrediu e permaneceu num estado infantil foi a audição moderna” (ADORNO, 1999, p. 89).

Adorno através da sua crítica aos meios de comunicação de massa, enfatiza que estes meios de comunicação que já na época de Adorno passava por uma massificação, ao serem mercantilizados propiciavam uma regressão na audição. O uso massificado do rádio e da televisão é criticado por Adorno que também estabelece uma ligação entre a grande massificação e as formas de regressão que a indústria cultural exerce nos ouvintes.

A análise dos produtos culturais e o conceito de indústria cultural foram desenvolvidos na década de 1940 em sua obra *Dialética do Esclarecimento* escrita em (1947) em conjunto com Horkheimer, esta obra tornou-se referência nos estudos relacionados aos meios de comunicação e o próprio desenvolvimento dos produtos da indústria cultural que foi uma das grandes preocupações dos teóricos da Escola de Frankfurt, principalmente de Adorno que passou grande parte de sua vida dedicando-se as pesquisas no campo da música e dos diversos produtos da indústria cultural e que estavam vinculados aos meios de comunicação. O autor afirma: “A cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p.113). Os autores também reconhecem como parte integrante deste sistema a música e diversos outros produtos que estavam se desenvolvendo neste período principalmente nos países de capitalismo avançado como é o caso dos Estados Unidos, país no qual os autores viveram parte do seu exílio.

Portanto um estudo sobre o fetichismo e suas formas, deve nos remeter ao estudo da teoria crítica da sociedade de Marx em um primeiro momento e posteriormente a teoria da sociedade de Adorno, que utilizando alguns elementos da obra de Marx desenvolve e fundamenta a sua concepção de fetichismo da mercadoria mostrando o seu caráter fetichista, neste caso a música. Podemos dizer que cada autor em períodos distintos puderam contribuir teoricamente, cada um da sua maneira de entender as relações sociais na sociedade capitalista. Um estudo desta natureza se torna importante a partir do momento em que tentamos buscar ao longo de nosso trabalho a retomada de alguns conceitos básicos de dois clássicos das Ciências Sociais que são: *O Caráter Fetichista da Mercadoria de Marx e o Fetichismo na Música e a Regressão na Audição de Adorno* para analisar as concepções de Marx e Adorno em relação ao fetichismo e as complexas relações sociais existentes no interior da sociedade.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor. *O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição*. São Paulo, Nova Cultural, 1999.

ADORNO, Theodor. *Sobre Música Popular*. In: Cohn, Gabriel (Org.), São Paulo, Ática, 1986.

ADORNO, Theodor, MAX, Horkheimer. *A Dialética do Esclarecimento*. São Paulo, Jorge Zahar, 1985.

COHN, Gabriel. *Adorno e a Teoria Crítica da Sociedade*. In: Cohn, Gabriel (Org.), São Paulo, Ática, 1986.

MARX, Karl. *Para a Crítica da Economia Política*. São Paulo, Nova Cultural, 1999.

MARX, Karl. *O Capital*. Vol. 1. São Paulo, Nova Cultural, 1988.

Erisvaldo Souza

Historiador e Especialista em Ciência Política
pela UEG - Universidade Estadual de Goiás.

Jean Isídio dos Santos

Historiador e Especialista em Ciência Política
pela UEG - Universidade Estadual de Goiás.