

Mercadoria e arte em suas tensões como produto cultural e a educação

Juliana de Castro Chaves

O objetivo desse trabalho é discutir o entrelaçamento entre arte, mercadoria e educação. Esse trabalho é resultado de uma pesquisa teórica embasada na denominada Teoria Crítica da Sociedade e, mais especificamente, em Theodor Adorno e Herbert Marcuse. Resguardados os cuidados com a dicotomia, esses autores auxiliam o nosso olhar para os produtos da cultura - tensionado entre a mercadoria da indústria cultural, que provoca adaptação, uma mercadoria produzida para a massa, e um produto da cultura – arte - capaz de carregar resistência.

A arte, ao ser enfocada como possibilidade de resistência, apresenta contradições. A própria separação entre útil/necessário e belo e entre dimensões do plano da cultura espiritual e da civilização, se consolidam na práxis burguesa e dão base tanto à idéia de autonomia da arte como ao caráter mercantil do produto cultural. Isso significa que a arte em sua “pureza” apresenta mediações sociais que a determinam. Podemos observar que resguardados os cuidados com a dicotomia, esses autores auxiliam o nosso olhar para os produtos da cultura - tensionado entre a mercadoria da indústria cultural, que provoca adaptação, uma mercadoria produzida para a massa, e um produto da cultura – arte - capaz de carregar resistência.

Para maior entendimento dessa questão, é fundamental analisar as tensões dos produtos culturais no todo da obra dos autores. Nesse sentido, é importante destacar que a contribuição desses autores no que diz respeito à análise das tensões dos produtos culturais em provocar ou não uma experiência formativa, pode advir da negação das características do que é a racionalidade dos produtos da indústria cultural e da confirmação de elementos que caracterizam a arte. Ter cuidado para não fixar os autores em polaridades que se referem a pessimismos e otimismo, também merece atenção.

A associação entre produto cultural que expressa resistência e o produto que auxilia à adaptação, a semiformação, está relacionada a sua produção e a seu consumo. O interior da racionalidade da semiformação delineia um sujeito ativo para a passividade (Adorno, 1996). Em poucas palavras, podemos dizer que o produto cultural que é concebido para ser vendido e consumido dentre dos ditames do valor de troca, uma mercadoria de fetiche que segue a racionalidade instrumental como entretenimento ou lazer que apazigua a adaptação para o trabalho alienado, estaria no âmbito da mercadoria. Aquela capaz de revelar contradições ocultas, mediar outra subjetividade, outra sensibilidade que não seja integrada e submissa à

lógica hegemônica, ou seja, que ofereça base para a emancipação, estaria mais próxima de uma experiência formativa.

De acordo com Adorno (s/d), a autonomia da arte está tradicionalmente ligada à concepção kantiana de “finalidade sem fim”. Para Marcuse (1977) e Adorno (s/d) a arte é política, apresenta universalidade, alteridade, transcendência, forma estética e negação e confirmação da realidade. A arte é alvo de sublimação e provoca sensibilidade, diferenciando-se da mercadoria e da propaganda que realizam a dessublimação repressiva.

O produto cultural deve procurar fazer a reposição objetivadora da experiência, se exercer como narração que resgata a experiência, provocar o monólogo interior e ter a técnica padronizada como lei negada. Nesse processo, compreender o que pode ser formativo na negação dos elementos presentes na indústria cultural também é importante. Nesse sentido, fazer um produto que negue a tipificação de personagens, a padronização da forma, o empobrecimento do conteúdo, a ênfase no detalhe, a mimese da realidade, a expropriação do esquematismo kantiano, a decupagem clássica e o realismo estético, é fundamental.

Palavras-chaves: teoria crítica da sociedade; produto cultural; formação

Theodor Adorno e Herbert Marcuse dialogam com monstros do conhecimento tais como Kant, Freud e Marx e problematizam, dentre outras questões, as contradições entre o produto cultural da indústria e o produto cultural capaz de carregar elementos de resistência à sociedade capitalista. Nesse sentido, o produto cultural, como mediação psicossocial, participa da educação do sujeito e se insere entre a formação ou a semiformação.

O produto cultural não pode ser analisado em suas contradições sem a realização de articulações com a sociedade capitalista que, embora tenha passado por reestruturações na contemporaneidade, é uma realidade predominante. Não é possível para falar de sujeito sem falar da materialidade histórica em que ele está inserido e, falando de atualidade, estamos mais do que nunca inseridos em uma sociedade capitalista, com o primado do capital financeiro que, hegemonicamente, estabelece sua racionalidade para instâncias educativas e de socialização que vão da escola à cultura. Essa sociedade administrada produz e reproduz a desigualdade social, a constituição de sujeitos submissos e adaptados à racionalidade do capital, sujeitos funcionais que respondem de forma imediata as demandas do mercado, sujeitos hedonistas que apresentam dificuldade para entrar em contato com a experiência e com a universalidade humana.

Não podemos esquecer que a formação desse sujeito é mediada por determinações objetivas e subjetivas que estabelecem relação com a sociedade e a cultura, e que apresentam contradições que necessitam ser reveladas. Nesse sentido, a sociedade não esclarece aquilo que produz e a realidade apresentada é falsa, pois só se mostra em sua aparência, ou seja, nem tudo que se apresenta em cores vivas, com interatividade, dimensões de imagens múltiplas e ampliadas, veracidade de um tempo real ou com a bandeira da igualdade, da socialização ampla e democrática ou da autonomia do sujeito, se traduz automaticamente em verdade. Basta analisar mais atentamente o que é produzido massivamente e predominantemente na TV, no cinema, na internet, nos jogos eletrônicos e na música.

Um dos desafios desse debate é a necessidade de delinear a arte em vinculação com o trabalho, pois ambos são objetivações de sujeitos. Embora tenha havido a cisão entre arte e trabalho como um dado histórico e haja conceitos diferenciados para cada manifestação, temos que ter cuidado com a dicotomia para não supervalorizar a arte como expressão estética separa da sociedade, perdendo a contradição dela poder ser transformada em uma mercadoria fetichizada.

Ao mesmo tempo, também não podemos perder a possibilidade da objetivação-trabalho ser experiência formativa, mesmo no capitalismo, embora a ênfase de Marcuse e Adorno sejam de crítica ao trabalho nas determinações concretas e históricas da sociedade capitalista, portanto, sujeito a alienação, ao fetiche e a reificação.

A arte, ao ser enfocada como possibilidade de resistência, apresenta contradições. A própria separação entre útil/necessário e belo e entre dimensões do plano da cultura espiritual e da civilização, se consolidam na práxis burguesa e dão base tanto à idéia de autonomia da arte como ao caráter mercantil do produto cultural. Isso significa que a arte em sua “pureza” apresenta mediações sociais que a determinam.

Essa contradição se expressa também na própria crise da arte e advém da contradição espantosa entre a situação da arte em relação à sociedade. Segundo Adorno (s.d., p. 11) há um extremo precipício entre a liberdade na arte, que é sempre em um campo particular, e a não-liberdade do todo. A autonomia, que vivia da ideia de humanidade foi abalada na medida em que a sociedade se torna menos humana. É como se a arte demonstrasse aquilo que ela duvida. A arte é especialmente valorizada como lugar de não-conciliação com a razão instrumental.

Podemos observar que resguardados os cuidados com a dicotomia, esses autores auxiliam o nosso olhar para os produtos da cultura - tensionado entre a mercadoria da indústria cultural, que provoca adaptação, uma mercadoria produzida para a massa, e um

produto da cultura – arte - capaz de carregar resistência.

A associação entre produto cultural que expressa resistência e o produto que auxilia à adaptação, a semiformação, está relacionada a sua produção e a seu consumo. Em poucas palavras, podemos dizer que o produto cultural que é concebido para ser vendido e consumido dentre dos ditames do valor de troca, uma mercadoria de fetiche que segue a racionalidade instrumental como entretenimento ou lazer que apazigua a adaptação para o trabalho alienado, estaria no âmbito da mercadoria. Aquela capaz de revelar contradições ocultas, mediar outra subjetividade, outra sensibilidade que não seja integrada e submissa à lógica hegemônica, ou seja, que ofereça base para a emancipação, estaria mais próxima de uma experiência formativa.

É fundamental esclarecer que:

O fato de uma obra de arte ser negociada não faz dela uma mercadoria cultural, uma vez que, no seu projeto inicial, não se inscrevia ainda essa possibilidade (a finalidade sugerida pela harmonia formal não dependia da explicação de qualquer fim externo, como por exemplo ser vendida para enfeitar uma sala ou preencher o vazio existencial de um consumidor culto) (DUARTE, 2010, p. 227-228).

Discutindo Adorno (s/d), Duarte (2010) afirma que o caráter mercantil da obra de arte sempre existiu, o problema é que atualmente ele se transformou em finalidade principal e se declara deliberadamente e orgulhosamente como tal, como um bem de consumo. Se antes a obra de arte almejava dizer a sociedade o que ela era, atualmente ela é completamente neutralizada.

Tome-se, por exemplo, a sinfonia *Eroica*, de Beethoven. A audiência média de nossos dias é incapaz de perceber o seu significado objetivo. O público ouve essa obra como se ela tivesse escrita para ilustrar os comentários do programa. Tudo é considerado em preto e branco: a tensão entre o postulado moral e a realidade social, o fato de que, em contraste com a situação na França, a vida espiritual na Alemanha não podia expressar-se politicamente, mas tinha de buscar uma válvula de escape na arte e na música (HORKHEIMER, 2002, p. 47).

Outra questão problematizada por Adorno (1986) se refere a ampliação do acesso da arte para a grande massa. A tese de que a indústria cultural seria a arte dos consumidores é falsa, é a ideologia da ideologia. Essa equiparação não é possível já que a recepção é realizada de forma grosseira estático-harmônico segundo o modelo da oferta e da procura.

Assim como a arte não pode ser concebida sem relação com o espírito objetivo de sua época, tampouco ela pode, porém, ser concebida sem aquele momento que o ultrapassa. A acomodação aos consumidores – algo que prefere declarar-se como humanidade – não é economicamente nada mais que a técnica de espoliar-los (ADORNO, 1986, p.107).

Para maior entendimento dessa questão, é fundamental analisar as tensões dos produtos culturais no todo da obra dos autores. Nesse sentido, é importante destacar que a contribuição desses autores no que diz respeito à análise das tensões dos produtos culturais em provocar ou não uma experiência formativa, pode advir da negação das características do que é a racionalidade dos produtos da indústria cultural e da confirmação de elementos que caracterizam a arte. Ter cuidado para não fixar os autores em polaridades que se referem a pessimismos e otimismo, também merece atenção.

Como emblema do cuidado com essa polêmica no cinema, podemos afirmar que a crítica realizada por Adorno é dedicada especialmente ao cinema padrão de Hollywood, que se distancia da obra autônoma e que subordina a dimensão estética à lógica da tecnologia da reprodução. Isso não significa que todo filme deve ser expurgado e não possa vir a ser formativo, mesmo que certos leitores ponderem mais a produção cinematográfica como expressão da degradação cultural. As discussões que indicam a possibilidade do filme ser formativo são mais explícitas na década de sessenta em que ele se deparou, em seu próprio país, com o movimento do novo cinema alemão. Nesse sentido, é possível delinear em Adorno alguns princípios filosóficos potencializadores de uma teoria estética crítica relacionadas à produção e à apreciação do espectador de cinema (LOUREIRO, 2010).

Refletir sobre as tensões do produto cultural e suas vinculações com a educação, é mais do que necessário na atualidade. O que Adorno (1983) debatia desde a década de 40 sobre o fetichismo da música e a regressão da audição e sobre as consequências da música ligeira, pode ser observado de forma mais acirrada na atualidade. Basta perceber os poucos e repetidos acordes musicais do estilo da música atual. Esse estilo apresenta uma padronização que vigora como regra geral de produção e de audição, é denominada de estandardização

(ADORNO & SIMPSON, 1994). Nessa estandardização, a temática se repete, difundindo a pobreza da experiência. Podemos perceber a pobreza do conteúdo e da forma. Não é raro encontrar nas letras das músicas a valorização de um sujeito individualista, de péssima formação intelectual, que necessita de dinheiro para ser reconhecido e conquistar as garotas mais lindas da balada.

Podemos observar também uma linguagem mutilada, sem construções de frases longas ou vocábulos de difícil entendimento. Há o primado da rima, revelando uma das características da indústria cultural que é empobrecimento do conteúdo e o fetiche da mercadoria. Há a predominância de vocábulos monossilábicos que trazem para o adulto uma linguagem primitiva e infantilizada, pautada na sinestesia, na onomatopeia (ah, bah, xi, em), ou seja, quanto menos complexo, mais fácil de assimilação:

Nesses casos, há a perda da relação entre parte e todo e uma total identidade. Nesse sentido, se tirar uma parte nada muda. A ênfase no detalhe quer passar a ideia de que algo novo, diferente é oferecido, mas não passa de um invólucro (Horkheimer e Adorno, 1985). A música traz algo que lembra um *hit*, mas ao mesmo tempo se diz diferente no detalhe, e isso leva a crença que há uma particularidade, uma escolha com o que se identifica. O glamour musical e a promoção à personalidade do artista acompanham a lógica do produto cultural como mercadoria (ADORNO & SIMPSON, 1994). Há também o primado de se tornar o antigo obsoleto, fora de moda, se criar estilos com nomes complicados ou diferentes para anunciar que ali há algo até então não conhecido, algo inusitado, não havendo consideração da tradição, da história ou da origem.

O que foi produzido como arte, também aponta para as contradições que uma obra pode assumir quando apropriada pelo capital. A fragmentação do todo (música de Bach em celular ou em propaganda), o *pot-pourri* e os novos arranjos que buscam tornar as músicas mais palatáveis, a instrumentalização e a busca de funcionalidade externa para a música (músicas para relaxar em consultórios, para celebração em casamento ou para dançar, extravasar), apresentam uma racionalidade que constitui uma subjetividade fetichizada e reificada.

No cinema, a expropriação do esquematismo kantiano (Horkheimer e Adorno, 1985) é demonstrada em situações em que a caída de folhas ou nuvens se movimentando no céu indicam sempre passagem de tempo e carro que enguiça justamente quando o mocinho está sendo perseguido induz à tensão; Geralmente, o riso é uma paródia não realizando a reconciliação com o que há de limite e ridículo em cada um de nós, a violência é gratuita, havendo a tipificação de personagens. Há também o desfecho engenhoso (explosões e

revelações abruptas sem coerência com o personagem – 24 horas;) que é ocultado desde o início da trama, a prorrogação proposital da ação dos personagens e a exposição de corpos que incita um padrão de beleza e não o erotismo. Nesse sentido, há a redução do amor ao romance provocando a repressão e não a sublimação. Nesse conjunto, todos os artifícios tecnológicos orquestrados levam a sentimentos e emoções já previsíveis e pre-planejadas.

A ênfase desses produtos é o entretenimento, a assimilação fácil, que não provoca desconforto e nem reflexão. A indústria cultural oferece às massas o que as massas querem havendo um circuito de necessidades retroativas, ou seja, se produzem as necessidades que são tidas como do sujeito (Horkheimer e Adorno, 1985). O imperativo é a preguiça intelectual que envolve signos previamente codificados e decodificados que levam a estereótipos.

Segundo Duarte (2010, p. 110) pondera que a presença da alegoria poderia se contrapor aos estereótipos: “podíamos dizer que, exatamente onde a narrativa de uma obra contemporânea ameaça rebaixá-la à condição de mercadoria cultural, o procedimento alegórico pode atuar de modo decisivo no revigoramento de sua linguagem”

O interior da racionalidade da semiformação delinea um sujeito ativo para a passividade (Adorno, 1996). Afirmações como: “Sou eu que escolho o canal”; “Eu gosto”; “Eu quero escolher quem vai sair do *reality show*”; indicam a defesa do Eu e estão embasados na demanda que todos devem dizer, opinar sobre qualquer assunto. Somos especialistas em generalidades. Ao mesmo tempo, a afirmativa de que esses produtos facilitam a conversa, o contato, já expressam a sua essencialidade na roda de conversa, e já apresentam a defesa agressiva perante aqueles que não se pautam por essa lógica. Por outro lado, a exclusão, o não convite de alguém que fuja a essa regra já indica o poder de pressão do grupo, do social.

Esse sujeito semiformado, quando avisado de sua mutilação, não persegue a notícia, mas o portador da notícia. Ou seja, fazendo uma alusão ao conto *A carta roubada*, de Poe, se antes procurávamos, queríamos ler a carta roubada, saber que conteúdo trazia, agora, mesmo sabendo do seu conteúdo, não queremos abri-la e ainda perseguimos o mensageiro, quem ousou contar abertamente o seu conteúdo.

Essas questões nos alertam para a distinção entre o produto cultural caracterizado como mercadoria e o caracterizado como arte.

De acordo com Adorno (s/d), a autonomia da arte está tradicionalmente ligada à concepção kantiana de “finalidade sem fim”, enquanto contraparte objetiva do prazer desinteressado que o sujeito contemplador experimenta no juízo de gosto. “O primeiro momento do juízo de gosto na Analítica do Belo seria a satisfação desinteressada” (ADORNO, s/d., p. 20).

Para Marcuse (1977) e Adorno (s/d) a arte é política, apresenta universalidade, alteridade, transcendência, forma estética e negação e confirmação da realidade. A arte é alvo de sublimação e provoca sensibilidade, diferenciando-se da mercadoria e da propaganda que realizam a dessublimação repressiva.

A arte provoca certo estranhamento no sujeito. “Quanto mais as obras de arte esperam ser explicadas, tanto mais cada uma delas acaba traindo seu conformismo, mesmo que essa não tenha sido sua intenção” (ADORNO, 2003, p.135).

Realizar a sublimação significa continuar com o reprimido, poder admitir a repressão, e, portanto, indicar uma falta. Já a dessublimação repressiva estimula prazeres consentidos que já vem com repressão oculta, mas não percebida, o que deixa o sujeito com a falsa sensação de realização de desejos (Marcuse, 1969).

A arte é essencialmente política na sua forma estética. Para Marcuse (1977), o potencial político da arte não está associado a quem escreveu ou para quem a obra é destinada, se ela foi escrita para ou pela classe trabalhadora ou para a revolução. “Se alguma arte existe para qualquer consciência coletiva, é a dos indivíduos unidos na sua consciência da necessidade universal de libertação – qualquer que seja a sua posição de classe” (Marcuse, 1977, p. 38).

A arte é revolucionária em vários sentidos. Em sentido restrito, quando apresenta uma mudança radical no estilo e na técnica (vanguarda), “antecipando ou refletindo mudanças substanciais na sociedade” (Marcuse, 1977, p. 12), como aconteceu com o expressionismo e com o surrealismo, que “anteciparam a destrutividade do capitalismo monopolista” (p. 12). Mas a arte também pode ser revolucionária em sua configuração estética, quando apresenta ausência de liberdade do existente (Kafka) e indica as forças que se rebelam contra isso, quando rompe com a realidade reificada e aponta horizontes de transformação, quando subverte as formas de percepção e compreensão e deixa transparecer um teor de verdade, de protesto e de promessa na linguagem e na imagem. Poe, Baudelaire e Proust são autores que em suas obras expressam “uma ‘consciência de crise’, um prazer da podridão, da destruição, da beleza do mal, uma celebração da anomia” (Matos, 1993, p. 111). E essa expressão pode ser tanto por uma linguagem sensual e emocional como em *Werther*, ou delicada como Manuel de Barros, como na dureza de Kafka.

A arte expressa a universalidade. Ela articula a humanidade concreta e universal dos seres genéricos, homens e mulheres capazes de viverem em liberdade. Na estilização, a obra deixa que se manifeste o universal em todo o particular social (Marcuse, 1977, p. 31-31). Na

arte, os personagens são apresentados como tipos que representam as tendências objetivas do desenvolvimento da sociedade.

Só escuta o universal quem, em sua solidão, escuta a voz da humanidade. Não é um vago sentimento de algo universal e abrangente. A arte tem de apresentar “totalidade ou universalidade, tem de oferecer, em sua limitação, o todo; em sua finitude, o infinito, [...] os sedimentos da relação histórica do sujeito com a objetividade [...]” (ADORNO, 2003, p.72). Expressando o indivíduo ou a coletividade, a arte ultrapassa a mera individualidade.

A arte apresenta alteridade diante da realidade. Ela é crítica à realidade empírica, pois é capaz de transcender as faculdades simbólicas hegemônicas e apresentar mediações ocultas. Existe alteridade do objeto e do artista em relação ao mundo externo denominado real. Entretanto, isso não significa que a realidade não esteja presente. A presença da sociedade está na arte como matéria-prima, como historicidade do material conceitual, linguístico e sensível, como campo de possibilidades concretamente disponíveis de luta e libertação. Ao usar de elementos como palavra, cor, tom, ela compartilha o que existe no momento. Isso existe até quando se destroem as palavras, quando se inventam outras novas (Marcuse, 1977, p. 46).

A expressão artística estabelece uma comunicação intrínseca com a vida social, de modo que os artistas, consciente ou inconscientemente, sempre carregam a sociedade que lhes serve de berço. Independente do tema abordado, o modo como o artista atua em termos formais é que estabelece a ligação entre a sua arte e a sociedade. As questões não resolvidas da realidade retornam nas obras de arte como problemas imanentes de sua forma (DUARTE, 2010).

Não apenas o indivíduo incorpora o todo, mas a própria subjetividade deve sua existência ao privilégio que “somente pouquíssimos homens, devido às pressões de sobrevivência, foi dado apreender o universal no mergulho em si mesmos, ou foi permitido que desenvolvessem como sujeitos autônomos, capazes de se expressar livremente” (ADORNO, 2003, p. 76). O mundo objetivo produz a arte, mesmo sendo antagônico a ela.

De acordo com Adorno (s.d., p. 15) a arte possui alteridade. Ela não vale porque representa algo da realidade, ela apresenta uma identidade consigo mesma. “Segundo as palavras de Schonberg, pinta-se um quadro, e não o que ele representa”. A arte se separa da realidade e é justamente por isso que ela permite a relação do todo com as partes. “A identidade estética deve defender o não-idêntico que a compulsão à identidade oprime na realidade” (p. 15).

Essa discussão traz à luz outro elemento da arte, a transcendência. A transcendência está ligada a um caráter de afirmação e de negação da arte. O caráter afirmativo produz certo consolo, o que não elimina o seu contrário. Mesmo as obras mais críticas “ajudam” a recepção da realidade adversa, amaciam a miséria e, “mesmo a mais conformista das obras, constitui uma crítica à insuficiência da realidade dada simplesmente por existir tão ilusória e fantasiosamente” (Kangussu, 2010, p. 206).

“Essa dialética de afirmação e de negação preserva a memória da dor no momento da paz” (Marcuse, 1973, p. 62). O caráter ambíguo da transcendência em relação ao existente possibilita tanto um transcender crítico, erótico e transformador, quanto um movimento tranquilizador e reformista ou de reconciliação, por causa da catarse. “Na arte persiste a tortura, a morte. A arte não pode representar este sofrimento sem o sujeitar à forma estética e assim à catarse mitigadora, à fruição” (Marcuse, 1977, p. 58). A verdade da obra consiste na ilusão evocada, na insistência em criar um mundo no qual o terror da vida é recordado e interrompido.

O conceito de belo natural desenvolvido por Adorno (s/d) estabelece uma conexão entre arte e natureza no tocante a uma espécie de objetividade alternativa, a qual, diferentemente daquela que ocorre na ciência, destrutiva do mundo natural, lhe é essencialmente solidária: A arte torna-se, portanto, representante da natureza no mundo dos artefatos: é algo não meramente para o sujeito, é uma coisa em si (DUARTE, 2010).

A revalorização do belo natural que faça jus a situação contemporânea não endossa a preferência romântica pela natureza, que seria mais aparentada com a exploração econômica, com o processo de domínio da natureza, do que com uma perspectiva de superação da crise. Segundo Duarte (2010), Adorno pensa a possibilidade do belo natural tomando por base um ponto de vista antimimético, em que a natureza surge como “eclosão” ou como “emergência”

A construção do belo natural dá um caminho precário e tortuoso entre o imperativo crítico do domínio da natureza e o possível mergulho da consciência num caos originário, “identificado com a natureza anterior à intervenção humana. A proximidade, a solidariedade com a natureza ameaçada se dá por antítese e não por compreensão romântica, por suposta afinidade imediata (DUARTE, 2010, p. 239).

Já para Marcuse (1977), o potencial radical do belo existe na arte porque ela pertence ao campo de Eros, o princípio do prazer e, nesse caso, se contrapõe ao princípio de realidade. “A representação do fascismo torna-se possível porque a palavra, não silenciada nem apagada pela imagem, medeia o conhecimento e conduz à denúncia” (p. 66). Nesse caso, o belo evoca

o terror chamando-o pelo nome no momento em que reconhece a infame realidade do fascismo.

A mimese transformadora reconhece a infame realidade e permite o prazer. “O regresso do recalcado, conseguido e preservado na obra de arte, pode intensificar a rebelião” (1977, p. 67). Nesse caso, a “maldição é proferida em nome do Eros” (p. 67). Nela, rejeitam-se as promessas falsas e o alívio do final feliz, mas também a mera reprodução e integração do que existe.

Na forma estética, a realidade é sublimada em uma forma não conformista. A sublimação possui um componente afirmativo, à medida que realiza uma reconciliação, e é um veículo de negação, na proporção que realiza a crítica e apresenta as potencialidades reprimidas (Marcuse, 1977, p. 48).

As obras de arte tampouco consistiam em exposições sexuais. Todavia, apresentando a renúncia como algo de negativo, elas revogavam por assim dizer a humilhação da pulsão e salvavam aquilo a que se renunciara como algo mediatizado. Eis aí o segredo da sublimação estética: apresentar a satisfação como uma promessa rompida (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p.131).

O produto cultural deve procurar fazer a reposição objetivadora da experiência, se exercer como narração que resgata a experiência, provocar o monólogo interior e ter a técnica padronizada como lei negada. Nesse processo, compreender o que pode ser formativo na negação dos elementos presentes na indústria cultural também é importante. Nesse sentido, fazer um produto que negue a tipificação de personagens, a padronização da forma, o empobrecimento do conteúdo, a ênfase no detalhe, a mimese da realidade, a expropriação do esquematismo kantiano, a decupagem clássica e o realismo estético, é fundamental.

Referências Bibliográficas

ADORNO, T. W. *Educação e Emancipação*. São Paulo, Paz e Terra, 2003.

ADORNO, T. W. O fetichismo da música e a regressão da audição. In: BENJAMIN, W., HORKHEIMER, M., ADORNO, T. W. e HABERMAS, J. Textos escolhidos. [et. Al.]. 2ª ed. São Paulo, Abril Cultural, 1983. (Os Pensadores). p. 163-191.

ADORNO, T. W. Notas sobre o filme. In: COHN, G. (org.) *Theodor W. Adorno*; grandes cientistas sociais. São Paulo, Atica, 1986. p. 62-75.

ADORNO, T. W. ; SIMPSON, G. Sobre música popular. In: COHN, Gabriel (Org.). *Theodor W. Adorno: grandes cientistas sociais*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1994. p. 115-146.

ADORNO, T. W. Teoria estética. Trad. Artur Morão. Portugal: Edições 70, s.d.

ADORNO, T. W. Teoria da semicultura. In: Educação e Sociedade. Campinas, ano XVII, n. 56, dez. Papirus, 1996. p. 388-411.

HORKHEIMER, M. e ADORNO, T. W. *Dialética do Esclarecimento*: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

HORKHEIMER, Max. *Eclipse da razão*. São Paulo: Centauro, 2002.

DUARTE, R. O que está vivo na estética de T. W. Adorno. In: Muniz, Fernando ... [et al.]; HADDOCK-LOBO, R. (Org.). *Os filósofos e a arte*. Rio de Janeiro, Rocco, 2010. p. 221-244.

LOUREIRO, Robson. Adorno e o cinema: a conversa continua. In: LOUREIRO, Robson & ZUIN, Antônio Álvaro Soares. (org.). *A teoria crítica vai ao cinema*. Vitória, ES, EDUFES, 2010. p. 53-83.

KANGUSSU, Imaculada. Cinema, história e nossa música. In: LOUREIRO, Robson & ZUIN, Antônio Álvaro Soares. (org.). *A teoria crítica vai ao cinema*. Vitória, ES, EDUFES, 2010. p. 115-158.

MARCUSE, Herbert. *A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional*. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

MARCUSE, Herbert. “Sobre o caráter afirmativo da cultura”. *Cultura e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

MARCUSE, H. *A dimensão estética*. Portugal: Ed. 70, 1977.

MARCUSE, H. *Eros e civilização* (4ª ed), Rio de Janeiro: Zahar, 1969.