

Por uma Dialética do Gosto

Por una Dialectica del Gusto

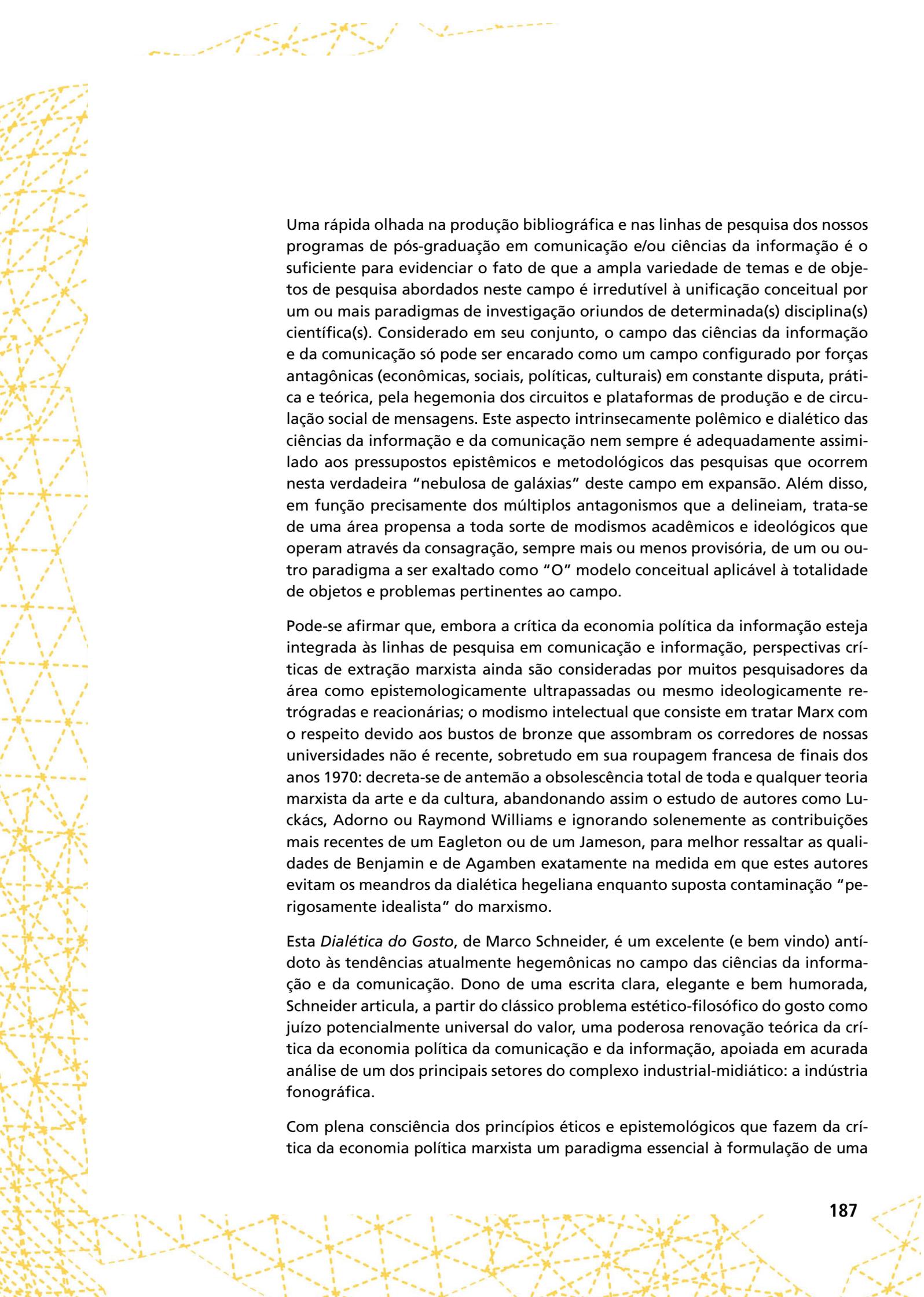
Towards a Dialectic of Taste

Ivan Capeller

Técnico de som direto para cinema e TV; Professor da Escola de Comunicação (ECO) da UFRJ e do programa de Pós-Graduação em Ciências da Informação (PPGI) da UFRJ

Contato: capellerivan@hotmail.com

*From the pain comes the dream,
from the dream comes the vision,
from the vision comes the people,
and from the people comes the power.
From this power comes the change!*
Peter Gabriel, *Fourteen Black Paintings*

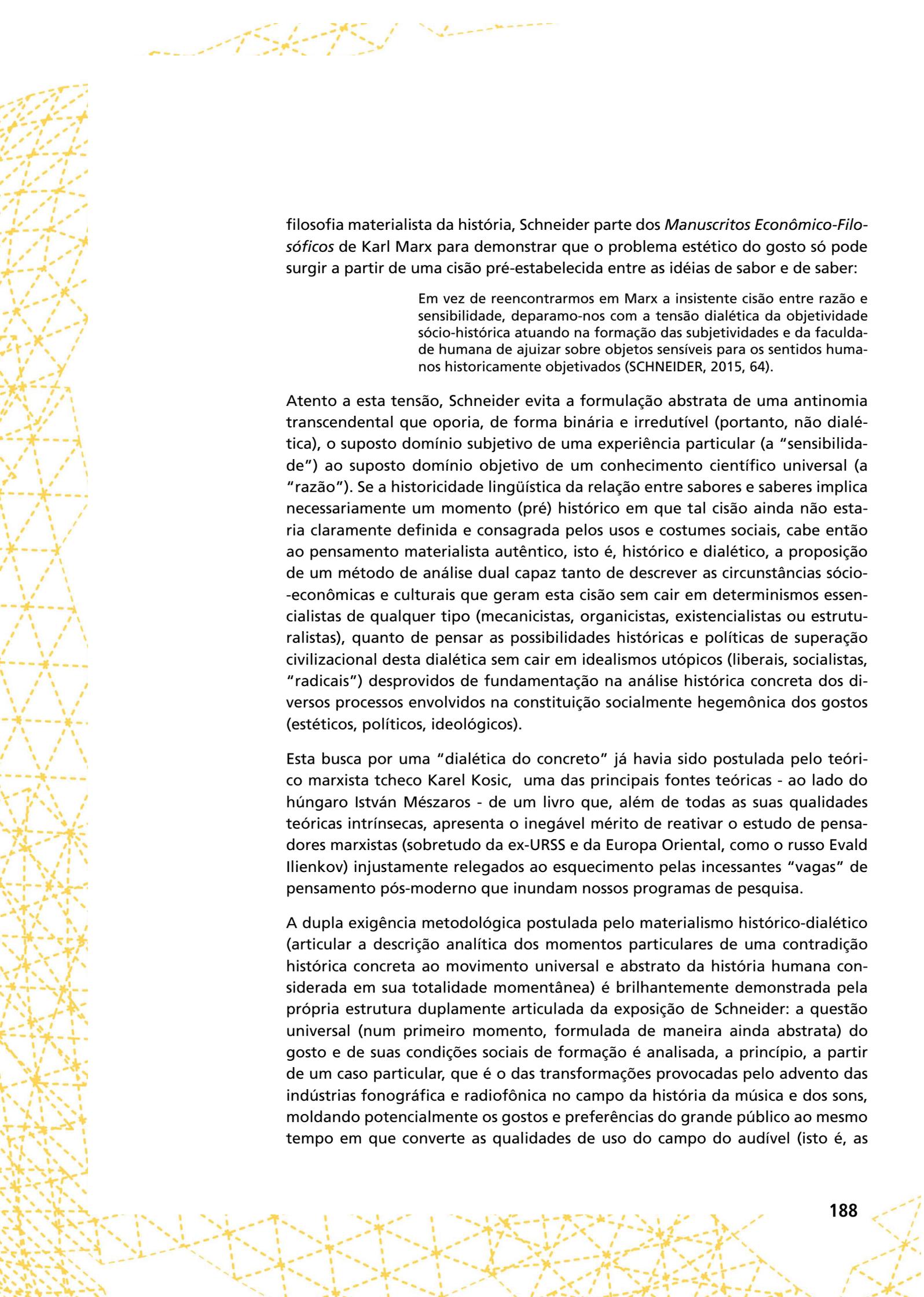


Uma rápida olhada na produção bibliográfica e nas linhas de pesquisa dos nossos programas de pós-graduação em comunicação e/ou ciências da informação é o suficiente para evidenciar o fato de que a ampla variedade de temas e de objetos de pesquisa abordados neste campo é irreduzível à unificação conceitual por um ou mais paradigmas de investigação oriundos de determinada(s) disciplina(s) científica(s). Considerado em seu conjunto, o campo das ciências da informação e da comunicação só pode ser encarado como um campo configurado por forças antagonicas (econômicas, sociais, políticas, culturais) em constante disputa, prática e teórica, pela hegemonia dos circuitos e plataformas de produção e de circulação social de mensagens. Este aspecto intrinsecamente polêmico e dialético das ciências da informação e da comunicação nem sempre é adequadamente assimilado aos pressupostos epistêmicos e metodológicos das pesquisas que ocorrem nesta verdadeira “nebulosa de galáxias” deste campo em expansão. Além disso, em função precisamente dos múltiplos antagonismos que a delineiam, trata-se de uma área propensa a toda sorte de modismos acadêmicos e ideológicos que operam através da consagração, sempre mais ou menos provisória, de um ou outro paradigma a ser exaltado como “O” modelo conceitual aplicável à totalidade de objetos e problemas pertinentes ao campo.

Pode-se afirmar que, embora a crítica da economia política da informação esteja integrada às linhas de pesquisa em comunicação e informação, perspectivas críticas de extração marxista ainda são consideradas por muitos pesquisadores da área como epistemologicamente ultrapassadas ou mesmo ideologicamente retrógradas e reacionárias; o modismo intelectual que consiste em tratar Marx com o respeito devido aos bustos de bronze que assombram os corredores de nossas universidades não é recente, sobretudo em sua roupagem francesa de finais dos anos 1970: decreta-se de antemão a obsolescência total de toda e qualquer teoria marxista da arte e da cultura, abandonando assim o estudo de autores como Lukács, Adorno ou Raymond Williams e ignorando solenemente as contribuições mais recentes de um Eagleton ou de um Jameson, para melhor ressaltar as qualidades de Benjamin e de Agamben exatamente na medida em que estes autores evitam os meandros da dialética hegeliana enquanto suposta contaminação “perigosamente idealista” do marxismo.

Esta *Dialética do Gosto*, de Marco Schneider, é um excelente (e bem vindo) antídoto às tendências atualmente hegemônicas no campo das ciências da informação e da comunicação. Dono de uma escrita clara, elegante e bem humorada, Schneider articula, a partir do clássico problema estético-filosófico do gosto como juízo potencialmente universal do valor, uma poderosa renovação teórica da crítica da economia política da comunicação e da informação, apoiada em acurada análise de um dos principais setores do complexo industrial-midiático: a indústria fonográfica.

Com plena consciência dos princípios éticos e epistemológicos que fazem da crítica da economia política marxista um paradigma essencial à formulação de uma



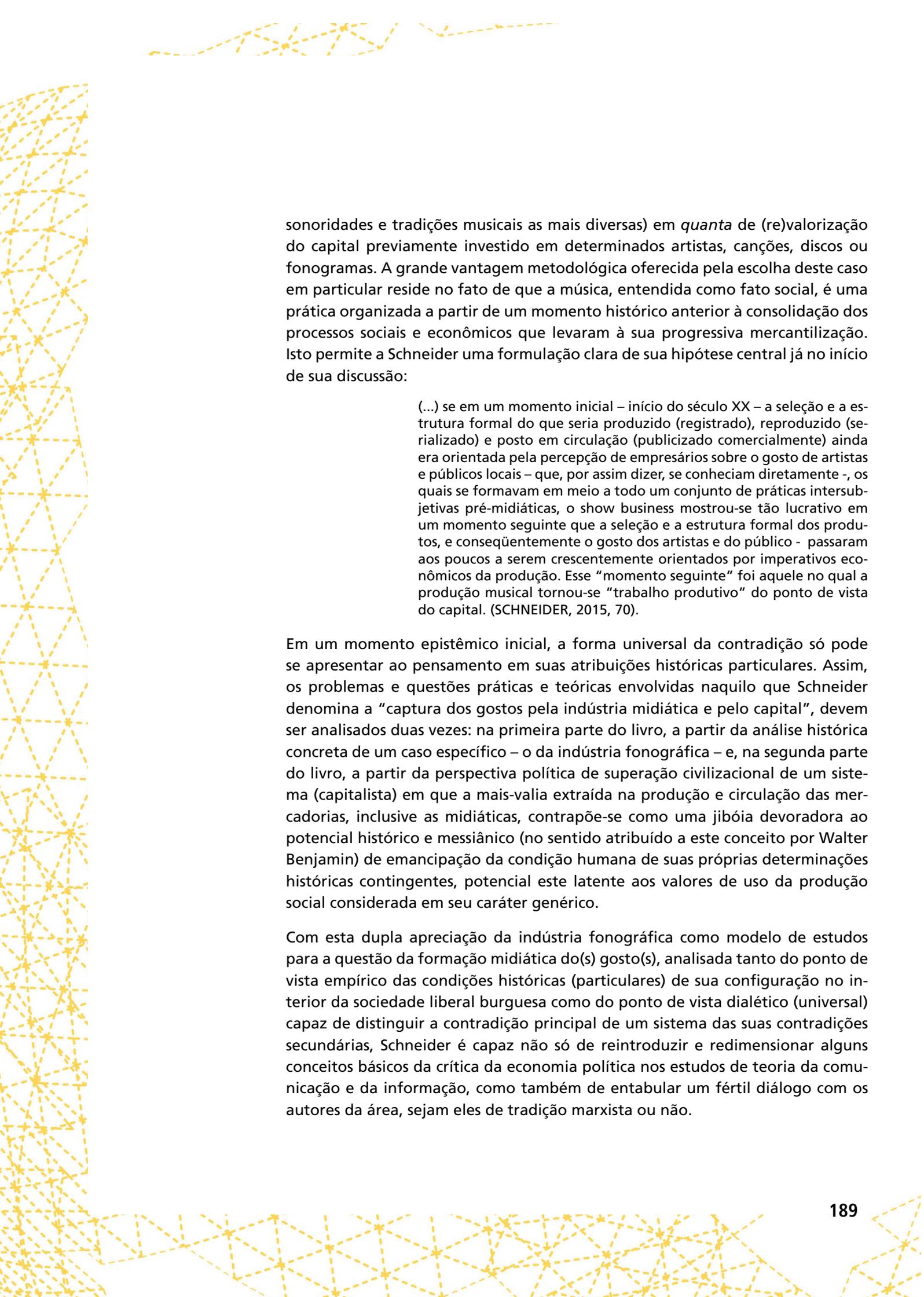
filosofia materialista da história, Schneider parte dos *Manuscritos Econômico-Filosóficos* de Karl Marx para demonstrar que o problema estético do gosto só pode surgir a partir de uma cisão pré-estabelecida entre as idéias de sabor e de saber:

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 (SCHNEIDER, 2015, 64).

Atento a esta tensão, Schneider evita a formulação abstrata de uma antinomia transcendental que oporia, de forma binária e irreduzível (portanto, não dialética), o suposto domínio subjetivo de uma experiência particular (a “sensibilidade”) ao suposto domínio objetivo de um conhecimento científico universal (a “razão”). Se a historicidade lingüística da relação entre sabores e saberes implica necessariamente um momento (pré) histórico em que tal cisão ainda não estaria claramente definida e consagrada pelos usos e costumes sociais, cabe então ao pensamento materialista autêntico, isto é, histórico e dialético, a proposição de um método de análise dual capaz tanto de descrever as circunstâncias sócio-econômicas e culturais que geram esta cisão sem cair em determinismos essencialistas de qualquer tipo (mecanicistas, organicistas, existencialistas ou estruturalistas), quanto de pensar as possibilidades históricas e políticas de superação civilizacional desta dialética sem cair em idealismos utópicos (liberais, socialistas, “radicais”) desprovidos de fundamentação na análise histórica concreta dos diversos processos envolvidos na constituição socialmente hegemônica dos gostos (estéticos, políticos, ideológicos).

Esta busca por uma “dialética do concreto” já havia sido postulada pelo teórico marxista tcheco Karel Kosic, uma das principais fontes teóricas - ao lado do húngaro István Mészáros - de um livro que, além de todas as suas qualidades teóricas intrínsecas, apresenta o inegável mérito de reativar o estudo de pensadores marxistas (sobretudo da ex-URSS e da Europa Oriental, como o russo Evald Ilienkov) injustamente relegados ao esquecimento pelas incessantes “vagas” de pensamento pós-moderno que inundam nossos programas de pesquisa.

A dupla exigência metodológica postulada pelo materialismo histórico-dialético (articular a descrição analítica dos momentos particulares de uma contradição histórica concreta ao movimento universal e abstrato da história humana considerada em sua totalidade momentânea) é brilhantemente demonstrada pela própria estrutura duplamente articulada da exposição de Schneider: a questão universal (num primeiro momento, formulada de maneira ainda abstrata) do gosto e de suas condições sociais de formação é analisada, a princípio, a partir de um caso particular, que é o das transformações provocadas pelo advento das indústrias fonográfica e radiofônica no campo da história da música e dos sons, moldando potencialmente os gostos e preferências do grande público ao mesmo tempo em que converte as qualidades de uso do campo do audível (isto é, as

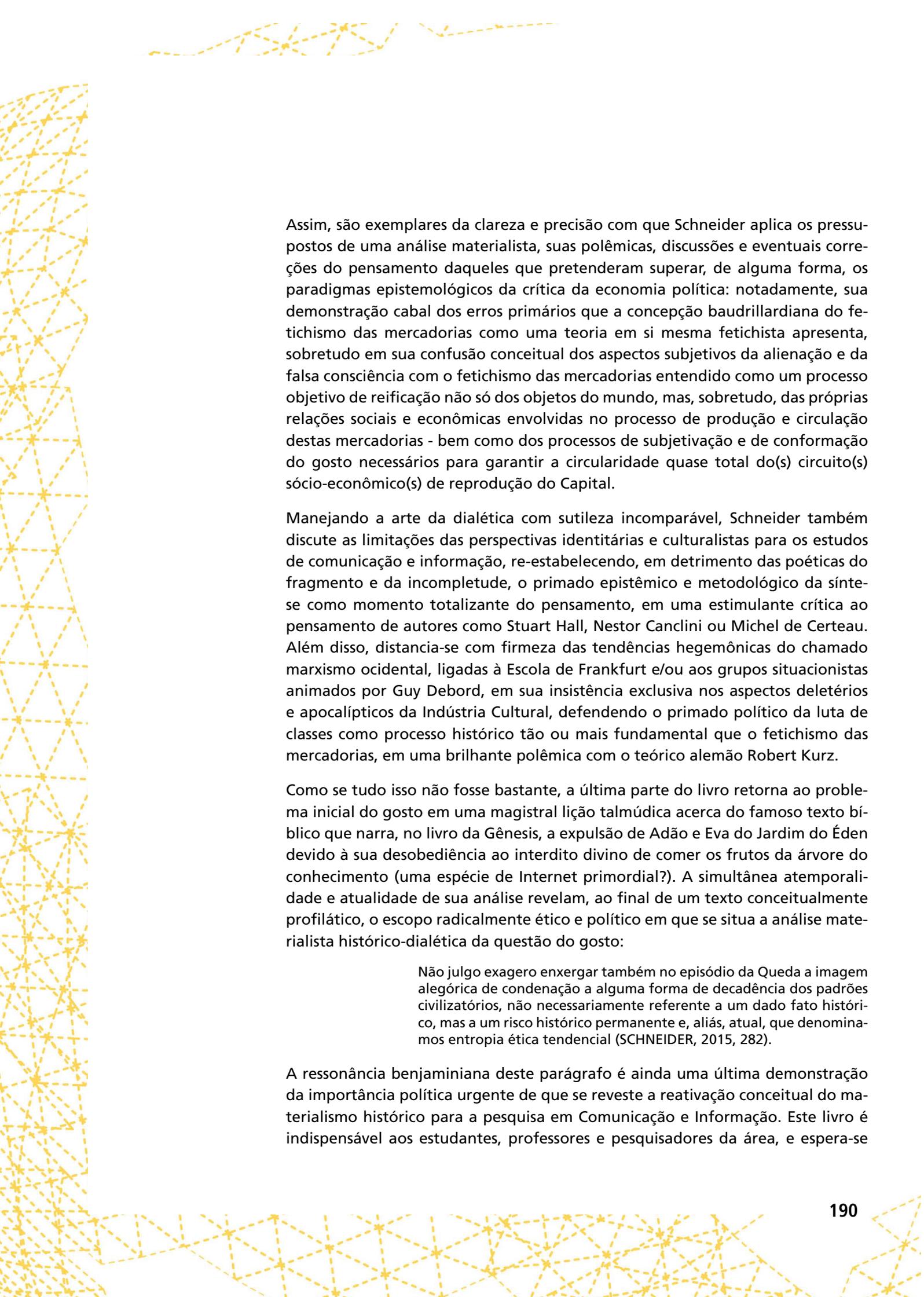


sonoridades e tradições musicais as mais diversas) em *quanta* de (re)valorização do capital previamente investido em determinados artistas, canções, discos ou fonogramas. A grande vantagem metodológica oferecida pela escolha deste caso em particular reside no fato de que a música, entendida como fato social, é uma prática organizada a partir de um momento histórico anterior à consolidação dos processos sociais e econômicos que levaram à sua progressiva mercantilização. Isto permite a Schneider uma formulação clara de sua hipótese central já no início de sua discussão:

(...) 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 conseqüentemente o gosto dos artistas e do público – passaram aos poucos a serem crescentemente orientados por imperativos econômicos da produção. Esse “momento seguinte” foi aquele no qual a produção musical tornou-se “trabalho produtivo” do ponto de vista do capital. (SCHNEIDER, 2015, 70).

Em um momento epistêmico inicial, a forma universal da contradição só pode se apresentar ao pensamento em suas atribuições históricas particulares. Assim, os problemas e questões práticas e teóricas envolvidas naquilo que Schneider denomina a “captura dos gostos pela indústria midiática e pelo capital”, devem ser analisados duas vezes: na primeira parte do livro, a partir da análise histórica concreta de um caso específico – o da indústria fonográfica – e, na segunda parte do livro, a partir da perspectiva política de superação civilizacional de um sistema (capitalista) em que a mais-valia extraída na produção e circulação das mercadorias, inclusive as midiáticas, contrapõe-se como uma jibóia devoradora ao potencial histórico e messiânico (no sentido atribuído a este conceito por Walter Benjamin) de emancipação da condição humana de suas próprias determinações históricas contingentes, potencial este latente aos valores de uso da produção social considerada em seu caráter genérico.

Com esta dupla apreciação da indústria fonográfica como modelo de estudos para a questão da formação midiática do(s) gosto(s), analisada tanto do ponto de vista empírico das condições históricas (particulares) de sua configuração no interior da sociedade liberal burguesa como do ponto de vista dialético (universal) capaz de distinguir a contradição principal de um sistema das suas contradições secundárias, Schneider é capaz não só de reintroduzir e redimensionar alguns conceitos básicos da crítica da economia política nos estudos de teoria da comunicação e da informação, como também de entabular um fértil diálogo com os autores da área, sejam eles de tradição marxista ou não.



Assim, são exemplares da clareza e precisão com que Schneider aplica os pressupostos de uma análise materialista, suas polêmicas, discussões e eventuais correções do pensamento daqueles que pretenderam superar, de alguma forma, os paradigmas epistemológicos da crítica da economia política: notadamente, sua demonstração cabal dos erros primários que a concepção baudrillardiana do fetichismo das mercadorias como uma teoria em si mesma fetichista apresenta, sobretudo em sua confusão conceitual dos aspectos subjetivos da alienação e da falsa consciência com o fetichismo das mercadorias entendido como um processo objetivo de reificação não só dos objetos do mundo, mas, sobretudo, das próprias relações sociais e econômicas envolvidas no processo de produção e circulação destas mercadorias - bem como dos processos de subjetivação e de conformação do gosto necessários para garantir a circularidade quase total do(s) circuito(s) sócio-econômico(s) de reprodução do Capital.

Manejando a arte da dialética com sutileza incomparável, Schneider também discute as limitações das perspectivas identitárias e culturalistas para os estudos de comunicação e informação, re-estabelecendo, em detrimento das poéticas do fragmento e da incompletude, o primado epistêmico e metodológico da síntese como momento totalizante do pensamento, em uma estimulante crítica ao pensamento de autores como Stuart Hall, Nestor Canclini ou Michel de Certeau. Além disso, distancia-se com firmeza das tendências hegemônicas do chamado marxismo ocidental, ligadas à Escola de Frankfurt e/ou aos grupos situacionistas animados por Guy Debord, em sua insistência exclusiva nos aspectos deletérios e apocalípticos da Indústria Cultural, defendendo o primado político da luta de classes como processo histórico tão ou mais fundamental que o fetichismo das mercadorias, em uma brilhante polêmica com o teórico alemão Robert Kurz.

Como se tudo isso não fosse bastante, a última parte do livro retorna ao problema inicial do gosto em uma magistral lição talmúdica acerca do famoso texto bíblico que narra, no livro da Gênese, a expulsão de Adão e Eva do Jardim do Éden devido à sua desobediência ao interdito divino de comer os frutos da árvore do conhecimento (uma espécie de Internet primordial?). A simultânea atemporalidade e atualidade de sua análise revelam, ao final de um texto conceitualmente profilático, o escopo radicalmente ético e político em que se situa a análise materialista histórico-dialética da questão do gosto:

Não julgo exagero enxergar também no episódio da Queda a imagem alegórica de condenação a alguma forma de decadência dos padrões civilizatórios, não necessariamente referente a um dado fato histórico, mas a um risco histórico permanente e, aliás, atual, que denominamos entropia ética tendencial (SCHNEIDER, 2015, 282).

A ressonância benjaminiana deste parágrafo é ainda uma última demonstração da importância política urgente de que se reveste a reativação conceitual do materialismo histórico para a pesquisa em Comunicação e Informação. Este livro é indispensável aos estudantes, professores e pesquisadores da área, e espera-se

que seja incorporado o mais rápido possível às bibliografias dos programas de pós-graduação em ciências sociais aplicadas.

Referências

ADORNO, Theodor W. e Max Horkheimer: **Dialética do Esclarecimento**, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1985.

BAUDRILLARD, Jean: **Pour une critique de l'économie politique du signe**, Paris, Gallimard, 1972.

CANCLINI, Néstor Garcia: **Consumidores e Cidadãos**, Rio de Janeiro, UFRJ, 1995.

DEBORD, G.: **A Sociedade do Espetáculo**, Rio de Janeiro, Editora Contraponto, 1997.

EAGLETON, Terry: **O Problema dos desconhecidos: um estudo da ética**, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2010.

GRAMSCI, Antonio: **Concepção dialética da história**, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978.

KURZ, Robert: **O Colapso da Modernização**, São Paulo, Paz e Terra, 1993.

LÖWY, Michael: **Método dialético e Teoria Política**, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1975.

LUKÁCS, Georg: **História e Consciência de Classe**, São Paulo, Martins Fontes, 2003.

LUKÁCS, Georg: **Ontologia do Ser Social – Os Princípios Ontológicos Fundamentais de Marx**, São Paulo, Livraria Editora Ciências Humanas, 1979.

MARX, Karl: **O Capital**, Livro I, Vol.1. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2002.

MARX, Karl: **O Capital**, Livro I, Vol.2. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003a.

MARX, Karl: **O Capital**, Livro II, Vol.1. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003b.

MARX, Karl: **O Capital**, Livro III, Vol.1. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, s/data.

MARX, Karl: **Contribuição à Crítica da Economia Política**, São Paulo, Martins Fontes, 1977.

MARX, Karl: **Grundrisse**, São Paulo, Boitempo, 2011.

MARX, Karl: **Manuscritos Econômico-Filosóficos**, São Paulo, Boitempo, 2004.

MARX, Karl e Friedrich Engels: **A Ideologia Alemã I**, Lisboa, Editorial Presença, 1980.

MARX, Karl e Friedrich Engels: **A Ideologia Alemã II**, Lisboa, Editorial Presença, 1980.



MÉSZÁROS, Istvan: **Para Além do Capital**, São Paulo e Campinas, Boitempo/ UNICAMP, 2002.

ROSDOLSKY, Roman: **Gênese e Estrutura de O Capital** de Karl Marx, Rio de Janeiro, UERJ/Contraponto, 2002.

SCHNEIDER, Marco: **Dialética do Gosto – Informação, Música e Política**, Rio de Janeiro, Editora Circuito/FAPERJ, 2015.