

# sepulcro caiado

rascunho sobre o habitat  
no mercado de almas

Marcelo Pereira Colucci

# sepulcro caiado

rascunho sobre o habitat  
no mercado de almas



# sepulcro caiado

rascunho sobre o habitat  
no mercado de almas

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Estadual de Maringá UEM e Universidade Estadual de Londrina UEL como requisito para obtenção do título de mestre em Arquitetura e Urbanismo

Marcelo Pereira Colucci  
orientador Dr. André Augusto de Almeida Alves

maringá . pr  
2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(Biblioteca Central - UEM, Maringá, PR, Brasil)

C726s Colucci, Marcelo Pereira  
Sepulcro caiado : rascunho sobre o habitat no  
mercado de almas / Marcelo Pereira Colucci. --  
Maringá, 2017.  
142 f. : il. col.

Orientador: Prof. Dr. André Augusto de Almeida  
Alves.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de  
Maringá, Centro de Tecnologia, Departamento de  
Arquitetura e Urbanismo, Programa de Pós-Graduação  
em Arquitetura e Urbanismo, 2017.

1. Mercadoria-arquitetura. 2. Fetiche. 3.  
Estética e dominação. I. Alves, André Augusto de  
Almeida, orient. II. Universidade Estadual de  
Maringá. Centro de Tecnologia. Departamento de  
Arquitetura e Urbanismo. Programa Associado de Pós-  
Graduação em de Arquitetura e Urbanismo. III.  
Título.

CDD 23.ed. 720.1

Gláucia Volponi de Souza - CRB-9/948



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ  
CENTRO DE TECNOLOGIA

**SEPULCRO CAIADO: RASCUNHO SOBRE  
O HABITAT NO MERCADO DE ALMAS**

Autor: Marcelo Pereira Colucci  
Orientador: Prof. Dr. André Augusto de Almeida Alves

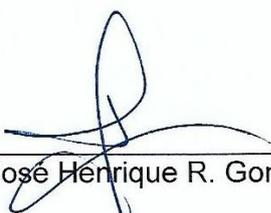
TITULAÇÃO: Mestre em Arquitetura e Urbanismo

APROVADA em 14 de agosto de 2017.



---

Prof.ª Dr.ª Fabíola C. de Souza Cordovil



---

Prof. Dr. José Henrique R. Gonçalves



---

Prof. Dr. André A. de Almeida Alves  
(Orientador)

# agradecimentos

As falhas deste trabalho são de responsabilidade única e exclusiva de seu autor, e certamente seriam menores acaso tivesse ele mais ouvidos para os colegas mais experientes. A despeito de tais falhas, este texto seria imensuravelmente pior não fosse a ajuda e a amizade de: Fábria Rosas, Jeanne Versari, Márcio Lorin e Rafael Scoaris. A eles, portanto, agradeço.

Tampouco seria possível sem o apoio, o coleguismo e a confiança do professor e orientador, André A. A. Alves.

Pela disponibilidade e contribuições agradecemos aos membros da banca de qualificação e de defesa. Friso o respeito e a admiração pelas professoras, Fabiola Cordovil e Cibele Rizek, tanto quanto pelo professor José Henrique Rollo Gonçalves, o qual sou especialmente grato pela atenção e amizade.

Para o bem ou para o mal este trabalho foi realizado às custas de muitas horas, subtraídas daqueles que queremos estar perto. Por esta ausência me desculpo e agradeço a compreensão sempre incondicional de Célia, César e Eduardo.

À medida que a ideia foi se tornando familiar pra mim, gradualmente foi assumindo, por si própria, a presente configuração. Durante sua execução, ela exerceu completo domínio sobre mim; e agora constato que tudo que foi realizado e sofrido nestas páginas, estou seguro de ter feito e sofrido eu mesmo.

Charles Dickens, Um Conto de Duas Cidades, 1859/2002.

## resumo

Esta dissertação é uma discussão sobre a estética da mercadoria-arquitetura, especificamente sobre as relações dos sujeitos com a arquitetura caiada pelo revestimento místico e suprassensível do fetichismo da mercadoria. Sob uma perspectiva materialista faz-se uma investigação lógico-argumentativa acerca da linguagem performática inerente às relações reificadas, destacando seu poder de subjugar os sujeitos através da castração simbólica e, assim, sua participação enquanto meio de dominação legítimo, capaz de reproduzir a ordem social injusta em que é gerado. O fetiche da mercadoria se desdobra em uma estética do suprassensível, estabelecendo uma ordem simbólica e uma linguagem a qual os homens devem sujeitar-se compulsoriamente. Em observância a esta condição é que se pensou o mercado capitalista em termos de um mercado de almas, e suas mercadorias nos termos de um sepulcro caiado. Assim, no âmbito específico desta dissertação, pode-se dizer que se pretende discutir o habitat caiado da arquitetura vivida no mercado de almas. Os andaimes construídos por essa perspectiva permitem uma melhor compreensão de fenômenos como a cenarização da arquitetura performática dos estilos de vida, a pulverização do espetáculo da mercadoria, os espaços consumidos para um *outro* tornado um decorador-obsessivo.

Palavras chave: mercadoria-arquitetura; fetiche; estética,

# abstract

This dissertation is a discussion on the aesthetics of the commodity-architecture, specifically on the relations of the subjects with the architecture whitewashed by the mystical and supensible coating of the commodity fetishism. From a materialist perspective, a logical-argumentative inquiry is made about the performative language inherent in reified relationships, highlighting its power to subjugate subjects through symbolic castration and, thus, their participation as a means of legitimate domination capable of reproducing the social order in which it is generated. The commodity fetish unfolds into an aesthetics of the supersensible, establishing a symbolic order and a language to which men must compulsorily submit. In observance of this condition is that the capitalist market was thought in terms of a market of souls, and its commodities in terms of a whitewashed tomb. Thus, in the specific scope of this dissertation, it is possible to be said that one intends to discuss the whitewashed habitat of the architecture lived in the market of souls. The scaffolding constructed from this perspective allows a better understanding of phenomena such as the aeration of the performance architecture of lifestyles, the pulverization of the spectacle of the commodity, the spaces consumed for another made an obsessive decorator.

Keywords: merchandise-architecture; fetish; aesthetics.

# lista de figuras

- figura 1 . O fetiche da mercadoria . **capa**
- figura 2 . O par de sapatos . **p 18**
- figura 3 . A última gargalhada . **p 45**
- figura 4 . Venturi & Scott Brown . **p 77**
- figura 5 . O modulator . **p 77**
- figura 6 . Saturno devorando um filho . **p 109**

# sumário

**INTRODUÇÃO . p 10**

**MERCADORIA-ARQUITETURA . p 17**

mercadoria e produção capitalista . p 19

inovação estética e imagem da mercadoria . p 30

**MERCADO DE ALMAS . p 44**

**ARQUITETURA E EMBALAGEM . p 76**

considerações iniciais. a terminologia dos *campos culturais* . p 79

o modutor e as sereias . p 82

poder de crítica e indiferença . p 84

fotografia, espaço e projeto . p 88

galpão decorado e revestimentos . p 95

**O SEPULCRO CAIADO . p 108**

o habitat caiado . p 116

**REFERÊNCIAS . p 138**

# sepulcro caiado

Ai de vós, escribas e fariseus, hipócritas! Pois que sois semelhantes aos sepulcros caiados, que por fora realmente parecem formosos, mas interiormente estão cheios de ossos de mortos e de toda imundícia.

Matheus, versículo 27, s/d.

# introdução

Contra a casualidade com que o universo se apresenta, há um famoso poeta, Bertold Brecht, que nos convida a perguntar "a cada ideia a quem ela serve". É preciso, pois, desconfiar das coisas. Desconfiar das ideias. Desconfiar das intenções. Desconfiar das intenções que estão por detrás das ideias que estão detrás das coisas. Quando empilhadas, é preciso desconfiar até mesmo das pedras.

Esse desconfiar é, sem dúvida, um objetivo. Um grande objetivo, pois des-naturalizar as coisas e as ideias até o ponto de estranhá-las tem sido uma tarefa árdua, ao menos para nós. Há uma ansiedade inerente no desaprender para aprender, em um re-aprender que não raramente ressurge com uma sombra zombeteira de se deparar constantemente com a descoberta de uma obviedade. Por isso, essa dissertação constitui antes um esforço, muito particular, nessa direção, do que um resultado. Desconfiar das pedras empilhadas significa, aqui, considerar a *venustas* da arquitetura como uma relação social e, portanto, que a estética da arquitetura, isto é, a relação dela (objeto) com o sujeito, ocupa um lugar e desempenha funções dentro das lutas de classe engendradas em determinada sociedade, na sociedade capitalista no caso desse trabalho.

Trata-se, portanto, de uma discussão *estética* que se pretende *materialista*. E, conquanto estejamos restritos ao modo de produção do Capital, também estaremos circunscritos no âmbito de uma *estética capitalista*, de uma *estética da mercadoria arquitetura*. Nesse sentido, interessa entender melhor a relação que o sujeito capitalista mantém, em geral, com a arquitetura em que está imerso. Notadamente a inquietação reside na dimensão da comunicação e da linguagem performática inerente a esses sujeitos e, portanto, essa maneira deles se relacionarem entre si (e) com os objetos. Pressupomos e tentamos demonstrar as relações sociais *reificadas* nas

mercadorias como fios muito resistentes e importantes no tecido ideológico que sustenta a reprodução de toda ordem social e econômica capitalista.

Evidentemente que frente à abrangência e à complexidade dessa questão o que conseguimos produzir foi, na melhor das hipóteses, um rascunho. Um emaranhado de observações e reflexões a partir de alguns consagrados pensadores críticos. Não há e nem foi ambicionado ter, nada novo nesse trabalho, ele deve ser entendido antes como empenho no sentido de compreender *visceralmente* alguns dos conceitos de tais pensadores em suas investigações sobre a vida na sociedade de mercado. Compreender *visceralmente* e não apenas teoricamente, isto é, incorporar nos olhos conceitos como, *fetichismo* da mercadoria<sup>1</sup>, *inovação estética*<sup>2</sup>, *castração simbólica*<sup>3</sup>, *espetáculo*<sup>4</sup>, *indústria cultural*<sup>5</sup>, *percepção teórica*<sup>6</sup> e outros. Também não era intenção dessa pesquisa fazer análises empíricas. Diante da complexidade desses conceitos, optou-se metodologicamente, desde o princípio, por um texto pautado pela argumentação e pelo confronto de hipóteses e de observações. Entendemos que o assunto discutido nesse trabalho deve caminhar na direção contrária da fragmentação do conhecimento, procurando enriquecer o vocabulário usual da arquitetura com leituras horizontais e multidisciplinares. Destacamos ainda, o protagonismo das numerosas referências feitas à literatura universal, imprescindíveis nesse trabalho, servindo não apenas para demonstrar os conceitos e os fenômenos, como também para que nós mesmos pudéssemos melhor tateá-los.

Diante da densidade e da amplitude dos assuntos optamos por um texto *ensaístico*, com caráter especulativo e demonstrativo, e nos daremos por satisfeitos se conseguirmos colaborar para introdução e difusão desses conceitos no campo arquitetônico, ainda que seja apenas somando inquietações, deserto que ele parece estar de pensamento crítico.

\*

Uma mercadoria aparenta ser, à primeira vista, uma coisa óbvia, trivial. Sua análise resulta que ela é uma coisa muito intrincada, plena de sutilezas metafísicas e melindres teológicos. Quando é valor de uso, nela não há nada de misterioso

---

<sup>1</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013.

<sup>2</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>3</sup> ADORNO, HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006; ZIZEK, Como ler Lacan, 2006/2010; ZIZEK, Menos que nada: Hegel e a sombra do materialismo dialético, 2012/2013.

<sup>4</sup> DEBORD, A Sociedade do Espetáculo, 1967/2003.

<sup>5</sup> ADORNO, HORKHEIMER, op. cit.

<sup>6</sup> MÉSZÁROS, A teoria da alienação em Marx, 1970/2016.

(...). É evidente que o homem, por meio de sua atividade, altere as formas das matérias naturais de um modo que lhe é útil. Por exemplo, a forma da madeira é alterada quando se faz dela uma mesa. No entanto a mesa continua sendo madeira, uma coisa sensível e banal. Mas tão logo ela aparece como mercadoria, ela se transforma numa coisa sensível-suprassensível. Ela não só se mantém com os pés no chão, mas põe-se de cabeça para baixo diante de todas as outras mercadorias, e em sua cabeça de madeira nascem minhocas que nos assombram muito mais do que se ela começasse a dançar por vontade própria.<sup>7</sup>

A arquitetura no capitalismo é, antes de tudo, uma mercadoria. Dentro de uma perspectiva marxista e crítica, saber e atualizar como ela é economicamente produzida, ou seja, as relações de trabalho que são estabelecidas na sua manufatura é uma questão central para compreensão de seu *lugar* nessa sociedade<sup>8</sup>. Neste escopo, a estética da mercadoria-arquitetura, enquanto estética da mercadoria, poderia ser inquirida sobre sua atuação direta na organização social do trabalho, onde, por exemplo, talvez fosse possível entendê-la como um *meio de produção* e, *portanto*, como meio de vampirização do trabalho vivo; o que poderia fazer saltar aos olhos o papel que as recodificações-estéticas desempenham na expropriação do trabalho e na desqualificação do saber, auxiliando na construção legítima do subemprego, do desemprego e no rebaixamento de salários – tanto dos operários como dos próprios arquitetos. No entanto, esta não é a questão central nesta dissertação. Os esforços deste trabalho foram concentrados em como a arquitetura é *consumida*, ou seja, as relações *normais* que os sujeitos estabelecem com ela e através dela; o termo *estética* está definido aqui no âmbito das relações cotidianas entre os homens e a arquitetura. Assim, a despeito de não estarmos propriamente na esfera do *canteiro* do objeto (arquitetônico), procuramos desenvolver as observações nos atendo à relação *dialética* entre a *supra-estrutura estética* e a *base produtiva*. Neste sentido, pensamos a estética (da arquitetura) como o chão da “fábrica do sujeito”<sup>9</sup>, como o lugar da produção dos sujeitos e de sua própria subjetividade e, conseqüentemente, do estabelecimento de uma ordem legítima capaz de reproduzir o modo de produção, em suas questões que lhes são fundamentais.

Além dos traços mais marcantes e evidentes de uma estética pautada pelo interesse do *valor de troca*, o maior empenho foi na investigação e na compreensão daquilo que Marx descreveu como sendo o caráter fetichista da mercadoria. O caráter enigmático desta passagem, bem como as

<sup>7</sup> MARX, O capital: crítica da economia política, Livro I, 1867/2013, p. 146.

<sup>8</sup> Citamos a obra de Sérgio Ferro: FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006; e o recente trabalho de Pedro Arantes: ARANTES, Arquitetura na era digital-financeira: desenho, canteiro e renda da forma, 2010.

<sup>9</sup> DARDOT; LAVAL, A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal, 2009/2016.

distintas leituras realizadas sobre ele, nos impôs um constante receio quanto a este conceito, como está visível no decurso dos capítulos. Em certa medida esse trabalho pode ser entendido como um esboço para se entender o fetichismo da mercadoria e alguns de seus desdobramentos na arquitetura. Ao longo de toda esta redação, por mais que discutíamos o conceito do fetichismo a partir da leitura e da atualização de outros autores, estivemos sempre acompanhados da sensação deste conceito estar à frente, olhando para trás e dizendo: "está escrito, quarta parte do capítulo primeiro: 'uma mercadoria aparenta ser, à primeira vista uma coisa óbvia, trivial. Sua análise resulta que ela é uma coisa muito intrincada, plena de sutilezas metafísicas e melindres teológicos (...)'"<sup>10</sup>. Sem dúvida isso colaborou para pretensão de se retornar certos pressupostos fundamentais ao pensamento crítico.

É justamente a pele mística, invisível e suprassensível que caia a arquitetura (produzida ou inserida na dinâmica capitalista) que nos interessava aprofundar, ou seja, a sua existência fetichizada que a faz ter algo para além de sua substancialidade sensível. Tentamos demonstrar o caráter e a potência ideológica presente na realidade destas aparências mágicas, isto é, o seu poder e a sua funcionalidade na coesão social da ordem capitalista e na dominação da própria subjetividade dos sujeitos. Elas foram lidas como a estética do hieróglifo social, como uma linguagem estruturada nas relações sociais reificadas pelas mercadorias e pautada pela lógica da castração simbólica. No entanto, frisamos que esse trabalho não procura esclarecer como se dá a construção das imagens e dos títulos simbólicos com que os grupos sociais se vestem para o baile de máscaras<sup>11</sup>, quanto a isso antecipamos nossa postura deliberadamente radical de frisar o que mais importante: o poder da lógica da castração que sob ela estabelece ser reinado. Pois, é verdade que o hieróglifo social não é completamente determinado pela base econômica, e que os reparos feitos, por exemplo, pela teoria de Bourdieu ao economicismo dos marxistas são extramamente valiosos, contudo as outras determinações que podem vir somar na imagem social das coisas, também estão sobre a mesma lógica da castração<sup>12</sup>, e é isso que interessa neste trabalho, pois que destacar o que é fundamental em tempos de grandes devaneios especializados e fragmentados não é, pensamos, andar para trás.

Tentamos entender a linguagem performática das mercadorias, estabelecida nas relações sociais reificadas, nos termos de uma estética do suprassensível-sensível do hieróglifo social originário e

---

<sup>10</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013.

<sup>11</sup> BOURDIEU, A distinção: crítica social do julgamento, 1979/2015; BOURDIEU, A economia das trocas simbólicas, s/d/2013.

<sup>12</sup> ADORNO, HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006; FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006.

referenciado não apenas, mas principalmente, pela distância da posição social em relação a propriedade privada dos meios de produção. E considerando que essa linguagem performática tenha uma *função* na coesão e na re-produção legítima de uma ordem social desigual, foi possível compreender o capitalismo nos termos poéticos de um mercado de almas<sup>13</sup>, e suas mercadorias na qualidade de um sepulcro caiado, cujo consumo compulsório, travestido de livre arbítrio, é a celebração de um sacrifício<sup>14</sup>.

Como foi sublinhado anteriormente, o mercado de almas não é a proposta de conceito novo, mas rascunhos investigativos da estética suprassensível das mercadorias, isto é, da relação que dos sujeitos com esses objetos por eles fetichizados. Neste sentido, ele tenta narrar a sobreposição das necessidades e do domínio do espírito sobre o estomago<sup>15</sup>, no constante refinamento da dialética do esclarecimento: a legitimidade da dominação conseguida pela sensação de aumento da liberdade<sup>16</sup>. Neste sentido, é possível que ele colabore para demonstrar (mais *visceralmente* que teoricamente) a dominação dos homens pela “alma”.

No domínio da arquitetura, imaginamos que esse instrumental possa ajudar na explicação de alguns aspectos da relação dos sujeitos com seu *habitat* – como tentamos esboçar nos últimos capítulos desse trabalho. Esta perspectiva nos parece útil para entender fenômenos como, por exemplo, a hipertrofia do *estilo* de vida, da *cenarização* da arquitetura e da vida que nela parece estar sob a censura de um *outro* tornado um esteta maníaco-obsessivo.

\*

### *Memorial dos capítulos.*

Este texto está dividido em quatro capítulos, sendo:

No primeiro capítulo problematiza-se a mercadoria-arquitetura e a estética da mercadoria. Insistimos por não tratar como pressupostos conceitos fundamentais da crítica da economia-política de Marx<sup>17</sup>, pois julgamos que seu resgate possa ser útil ao campo arquitetônico. A discussão

---

<sup>13</sup> Em referência ao conto de Machado de Assis: ASSIS, O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana, 1882/1994.

<sup>14</sup> ZIZEK, Como ler Lacan, 2006/2010; ZIZEK, Menos que nada: Hegel e a sombra do materialismo dialético, 2012/2013.

<sup>15</sup> MÉSZÁROS, A teoria da alienação em Marx, 1970/2016.

<sup>16</sup> ADORNO, HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006.

<sup>17</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013.

da estética da mercadoria neste capítulo baseia-se principalmente nos conceitos de *inovação estética* e no *descolamento da imagem*, ambos retirados dos escritos de Wolfgang Fritz Haug<sup>18</sup>.

O segundo capítulo é o mais *ensaístico* e especulativo dessa dissertação. Nele discutimos a produção capitalista como um mercado de almas. Tentamos entender e demonstrar a *estética do suprassensível* e a *castrações simbólicas* como elementos de dominação, legitimação e re-produção da ordem social em são engendrados. Importava tratar de uma *subjetividade social* e ilustrar a potência ideológica encerradas nas fardas simbólicas vestidas compulsoriamente pelos sujeitos. Tais conceitos são discutidos a partir de Marx, Zizek, Lacan, Mészáros, Adorno e Horkheimer e outros. Destacamos também a grande quantidade de alusões a literatura universal, fundamental para compreensão e para explicação do fenômeno.

No terceiro capítulo, retomando principalmente os conceitos vistos no capítulo um, é feita uma problematização da estética da mercadoria-arquitetura sob o pano de fundo do modernismo para o pós-modernismo, sublinhados pela transição do *pavilhão moderno* e do *modulor* para o *galpão decorado*. Destacamos aqui aspectos como “o consumo da arquitetura”, sua “relação com a fotografia” e “o poder de crítica reduzido da arquitetura”. Além dos autores citados anteriormente, são importantes nesse capítulo autores como, Pierre Bourdieu, Frederic Jameson, Sérgio Ferro e Pedro Arantes.

O quarto capítulo inicia-se com uma breve discussão sobre estética materialista, feita a partir de uma passagem da Divina Comédia, onde Dante tem uma visão das Sereias. Após isso discutimos, enfim, o habitat caído: a cenarização dos espaços e da vida, os lugares pensados para um *outro* tornado um decorador-maníaco e a violência estética que aí se verifica. Como foi dito, não se tratam de análises empíricas de um objeto, mas de observações que privilegiaram principalmente a horizontalidade dos fenômenos arquitetônicos com outras dimensões da vida cotidiana.

\*

*Crítica e arquitetura militante.*

As cicatrizes da arquitetura ser/estar mercadoria acontecem desde a sua gênese, e aqui gostaríamos de fazer um parêntese para quem, como nós, a têm por ofício. Pois é latente o

---

<sup>18</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

desconforto e desentendimento que essas discussões provocam nos bastidores da arquitetura. A ideia de uma mercadoria-arquitetura lhe impõe uma condição heterônoma. E, a despeito do que poderia aparecer em uma lente de aumento que mirasse multiplicidade e complexidade de seus agentes fazedores, – onde seria notada uma enormidade de interesses díspares, fragmentados e até mesmo antagônicos – enfim, a despeito disso, a organização de toda essa trama se estabelece sobre aquela condição descrita por Ferro<sup>19</sup>. Dessa forma, ao tratarmos desse imperativo heterônimo sobre a criação da arquitetura, o fazemos na medida em que entendemos que *o que se faz* se subordina primeiro a um *como se faz* - ou melhor, a um *como se está fazendo*. Pois se trata, justamente, de um *modo de produção* de coisas que "talvez podem ser infinitas, desde que...".

Sobre essa questão reside uma triste aporia, notadamente forte naqueles que por ofício devem "projetar" o mundo sensível. Por que poderiam argumentar alguns que não há uma determinação completa da *base* sobre a forma acabada - de um edifício ou mesmo de uma cidade, por exemplo - restando um grau de liberdade para nadar dentro de certas margens, pois inúmeras práticas e diferentes sociabilidades podem ser erigidas a partir de uma mesma matriz. Outros diriam, ao contrário, que entre tais margens há, sobretudo, homogeneização e igualdade e, que a despeito de distinções supérfluas, reside uma mesma substância. Sabemos que no *front* da arquitetura o espaço da filosofia é reduzido; que o caráter político do 'fazer' do ofício, do *ter-de-fazer*, se sobrepõe ao científico e que, por questões de sobrevivência psíquica e física, é preciso nesse caso, ter mais certezas ou *fé* do que dúvidas. Contudo, essa dissertação se localiza na dimensão da incerteza, em que podemos olhar as margens do rio e, parafraseando o poeta, se dar ao luxo de dizer que elas nos oprimem<sup>20</sup>. Questão que, para além das escusas, se perpetua na discussão do copo vazio estar, talvez também, cheio de ar.

---

<sup>19</sup> "(...) o objeto arquitetônico, assim como a pá ou a arma, é fabricado, circula e é consumido, antes de mais nada, como mercadoria". FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006, p. 103.

<sup>20</sup> "Do rio que tudo arrasta se diz que é violento. Mas ninguém diz violentas às margens que o comprimem". BRECHT, s/d/1973, p. 71.

mercadoria-arquitetura



## mercadoria e produção capitalista .

A produção da arquitetura dentro do regime capitalista consiste numa produção de mercadoria. A arquitetura dentro da sociedade burguesa é produzida e consumida, antes de tudo, como mercadoria. Se assim for, ela pode e deve se sustentar no âmbito das categorias da crítica da economia-política, aqui resgatadas sumária e superficialmente de “O Capital”<sup>22</sup>. Embora a originalidade dessa discussão nos escape, parece-nos legítimo atribuir um grande peso dessa argumentação a Sérgio Ferro, cujos escritos apontam nessa direção desde a década de 1970<sup>23</sup> e são responsáveis pela instigação das questões aventadas nessa pesquisa.

Os desdobramentos dessa condição da arquitetura, ou seja, as implicações que o regime capitalista impõe sobre a produção, a re-produção e o consumo da arquitetura circunscrevem-na nas particularidades desse momento histórico, sendo, portanto, historicamente determinadas. O que equivale a dizer que ela está costurada dentro da totalidade social que a realiza e a consome. A aparente obviedade de tal observação não a torna pouco importante; de fato a constatação é ampla, afinal é de se esperar que as coisas existam segundo certa permissão e compromisso para sua existência. Porém ela nos serve de credencial: se os fenômenos sociais devem ser vistos dentro das relações sociais que lhes engendram, imaginamos ser relevante alertar, a partir de uma literatura – a qual embora não seja inédita é pouco popular no âmbito da arquitetura – para as relações horizontais que a arquitetura mantém com o momento histórico específico, em oposição e desconfiança frente, por exemplo, à verticalidade ensimesmada de conceitos a-históricos.

Dessa forma, imaginamos que as particularidades desse momento histórico diante, por exemplo, da história dos compromissos dos edifícios, não devem ser tomadas como circunstâncias superficiais anexadas a uma disciplina ou prática pré-existente. Ao contrário, são as particularidades de um momento histórico que se enraízam nos corpos, como na perturbadora metáfora do filme “Invasores de Corpos”<sup>24</sup>, reduzindo o corpo possuído – seja um homem ou um prédio – à suporte de uma consciência que lhe é alheia. Partimos, portanto, do pressuposto de que tanto os homens como seus objetos (essas extensões inorgânicas do corpo) são, antes de tudo – antes de “serem” qualquer coisa – determinados historicamente, ou seja, suas vontades, desejos, satisfação, prazer etc. são o que está sendo assim determinadamente acordado. O que equivale a dizer, num dizer

<sup>21</sup> Figura: GOGH, Vincent Willem van, O par de sapatos, 1885.

<sup>22</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013.

<sup>23</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006.

<sup>24</sup> OS INVASORES DE CORPOS, Philip Kaufman, 1978.

mais cristalino, que “não é a consciência dos homens que determina o seu ser, mas, ao contrário, o seu ser social que determina sua consciência”<sup>25</sup>. Assim, entendemos que são justamente tais especificidades que engendram as funções sociais protagonistas da arquitetura, no caso, na sociedade capitalista. E, a despeito de aparecerem dissimuladas, como adendo, são justamente tais particularidades que passam a constituir a própria "essência" da arquitetura *experimentada* no capitalismo, trate-se ela de uma produção nova ou ressurreição recauchutada.

Falamos, por conseguinte, de arquitetura produzida e experimentada no capitalismo e, portanto, de *experiência estética* no capitalismo. Se é o modo pelo qual uma determinada sociedade produz e consome sua riqueza, ou seja, se é a produção material e, posteriormente, o consumo de tal produção, que sobre-determinam a totalidade social desse momento histórico e que, assim, edificam o que poderia ser denominado como uma *subjetividade social* – essa subjetividade do ser social que sujeita o homem à condição de sujeito –, é de supor que a determinação de uma experiência estética capitalista não se trate apenas de uma hipótese teórica razoável, senão necessária. Ainda que se trate, obrigatoriamente, de uma estética do sensível, deve estar atenta ao *suprassensível* do fetiche da mercadoria e ser, na medida em que se atenta para crítica da economia-política, uma estética crítica.

De maneira grosseira, essa é a perspectiva dessa dissertação, ou melhor, o lugar de onde se pretende observar a arquitetura. Para tanto, é importante, antes de qualquer coisa, levantar algumas características do modo de produção capitalista e dessa categoria chamada *mercadoria*, para depois tecer e averiguar alguns desdobramentos desses conceitos sobre os objetos arquitetônicos. Lembramos que o marco teórico implicado invocado para isso não faz parte do vocabulário da arquitetura, e por isso julgamos pertinente deixar latente nesse capítulo alguns poucos conceitos fundamentais.

Assim, argumentaremos contra a pretensa especialidade da arquitetura – senão ideológica, ao menos fantasiosa. Enquanto *fenômeno social* ela deve ser analisada dentro das relações sociais que lhe são *causais*. Sem negar de antemão que o objeto arquitetônico possui especificidades capazes de justificar uma análise que as revele (ou as crie), partimos do pressuposto de que tais eventuais singularidades devem ser compreendidas dentro das determinações históricas mais gerais, ou seja, na manifestação de suas formas mais elementares, seja dentro do que é denominado pela literatura

---

<sup>25</sup> MARX, Para a crítica da economia política. Salário, preço e lucro. O rendimento e suas fontes, s/d/1982.

marxista como *base* econômica, ou no âmbito da fruição do ser social que consome e legitima essa produção. Vejamo-las brevemente, portanto.

Partimos, para isso, de onde parte Marx.

A riqueza das sociedades onde reina o modo de produção capitalista aparece como uma “enorme coleção de mercadorias”, e a mercadoria individual como sua forma elementar. Nossa investigação começa, por isso, com a análise da mercadoria.<sup>26</sup>

Se a mercadoria individual é a forma mais elementar da produção capitalista, nossa análise, parafraseando Marx<sup>27</sup>, deve começar pela *mercadoria-arquitetura*. Para essa expressão ser bem compreendida, é preciso desdobrá-las em duas, *mercadoria* e *arquitetura*. Por um lado, é necessário precisar o que está sendo entendido como arquitetura nesse momento: qualquer objeto, (e o espaço é tomado aqui como objeto), construído pela e para construção civil - da cortina à cidade; da arquitetura dos grandes arquitetos até os neófitos ou excluídos<sup>28</sup>. Por outro, é preciso conceituar a categoria mercadoria, bem como as implicações inerentes a esse conceito que, partindo da economia-política, deve dilatar-se sobre os muros que fragmentam o conhecimento. Explicitados grosseiramente ambos termos que compõe a mercadoria-arquitetura, frisamos que é na verdade o nome composto "mercadoria-arquitetura" que delimita a discussão aqui pretendida.

Coincidir ou, como prefeririam juízos mais sacros, reduzir a arquitetura à mercadoria pode suscitar algumas objeções, como por exemplo, a das perspectivas que (conscientemente ou não) antepõem à arte à utilidade da mercadoria, querendo salvaguardar a qualidade da primeira àquela condição das coisas (úteis, mas) sem finalidade: a arte pela arte – seja essa perspectiva embasada argumentativamente por uma teoria estética, ou fruto da reprodução intestinal e auto-conservadora da lógica desesperada das distinções providas pelo capital simbólico, supostamente capaz de dignificar os objetos em relação à vulgaridade da realidade empírica profanada. Tais objeções não interessam neste trabalho e apenas pontualmente as discutiremos; trataremos à arquitetura, pois, como fenômeno da indústria cultural, conforme preconizado pela da escola de Frankfurt.

---

<sup>26</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013, p. 113.

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Essa dissertação pretende discutir traços gerais da realidade empírica do ser social, e a despeito dos exemplos que serão discutidos aqui posteriormente, deixamos ao leitor o encargo de aplicar tais traços sobre os objetos empíricos específicos que desejarem.

Além dessas, poderíamos citar outras eventuais objeções à discussão da mercadoria-arquitetura, as quais, diferentemente dos exemplos citados acima, parecem ocorrer à margem da compreensão do significado dessa categoria, seja pela perspectiva fantasiosa que encastela a arquitetura acima da realidade mundana (com ou sem dolo), seja pela suposta trivialidade ou inutilidade da constatação de que a arquitetura é uma mercadoria, quando a *natureza* na qual estamos imersos é toda mercadoria, ou seja, quando "nascemos, crescemos e vivemos (e morremos) em meio a mercadorias"<sup>29</sup> e, por força do hábito, imagina-se que as coisas são e sempre foram assim.

Dizíamos, parafrazeando Marx, que a investigação da arquitetura no capitalismo poderia iniciar-se pelas implicações dela ser, ou melhor, dela *estar* mercadoria. Vejamos o que isso significa dentro da crítica da economia-política.

A mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa que, por meio de suas propriedades, satisfaz necessidades humanas de um tipo qualquer. A natureza dessas necessidades – se, por exemplo, elas provêm do estômago ou da imaginação – não altera em nada em questão.<sup>30</sup>

Tanto quanto a irrelevância da natureza das necessidades, a discussão acerca de suas legitimidades é igualmente desimportante e inútil, visto que não nos interessa hierarquizar as prioridades alheias, ou seja, moralizá-las. Seja a necessidade de um organismo consumir água, ou o desejo de consumir, por exemplo, um refrigerante (ainda que contrarie a necessidade de hidratar-se), em ambos os casos se tratam de necessidades satisfeitas por objetos externos – sobre os quais, objeto e desejo, há de se desenrolar as construções do historicamente determinado. Assim, pressupomos que em larga medida tudo que existe é de alguma maneira necessária e conta com certa permissão ou conivência, o que equivale a dizer que ambas as necessidades, de água e refrigerante, podem ser tomadas como viscerais.

Naturalmente que só é possível pensar na degustação (na fruição) tão logo as necessidades mais fundamentais do organismo se encontrem satisfeitas, e que, portanto, tal fruição se encontre ancorada, no curso da civilização, antes ao ser social do que àquilo que custa crer subsistir como organismo *in natura*. Porém, esse assunto, que se desdobra em uma discussão estética que é grandemente o assunto dessa dissertação, será deixado para mais adiante, quando discutirmos, por exemplo, como o sistema de produção dessas necessidades se desdobra na produção e na

---

<sup>29</sup> NETTO; BRAZ, Economia política: uma introdução crítica, 2006/2012, p. 91.

<sup>30</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013, p. 113.

fruição (no consumo) da mercadoria-arquitetura, de forma que o que interessa agora é a mercadoria e o que foi designado como seu "duplo caráter".

Se a mercadoria é aquele objeto externo que satisfaz a uma necessidade, ela o faz na medida em que tenha um *valor de uso*, uma *utilitas*, na linguagem arquitetônica clássica. No entanto, para a crítica da economia-política, tal utilidade deve se tratar "de valor de uso para outrem, valor de uso social [...] [ou seja], para se tornar mercadoria, é preciso que o produto, por meio da troca, seja transferido para outrem, a quem vai servir como valor de uso"<sup>31</sup>.

Contudo, é para além da qualidade útil dessa coisa externa que está o alicerce da sociedade capitalista, o ponto de inflexão de suas práticas e pensamentos. É, pois, da condição imperativa da *possibilidade necessária* de troca entre coisas úteis, e da conseqüente e progressiva subjugação da qualidade específica desses objetos até a sua redução à suporte de valor para troca que se estabelece a linguagem, agora universal, do *valor de troca*. É na medida em que se manifesta um valor de troca ao valor de uso que se funda o duplo caráter da mercadoria, com força de pré-condição, pois "elas só são mercadorias porque são algo duplo: objetos úteis e, ao mesmo tempo, suportes de valor"<sup>32</sup>.

Valor de troca, manifestação de uma unidade universal das mercadorias que permite a equiparação entre coisas de qualidades diferentes, de espécies diferentes. Se por um lado "um valor de uso não se troca pelo mesmo valor de uso"<sup>33</sup>, por outro, a equiparação, que é um pressuposto para troca, entre distintos valores de uso só é possível na medida em que tais objetos sejam reduzidos a um denominador de unidades comum. É assim que Marx, seguindo as observações da economia política clássica, situa como ponto fundamental de tais objetos úteis, perpassando a multiplicidade de seus atributos e distinções, o fato de serem todos produtos de trabalho humano. Eis assim o ponto comum: o trabalho humano abstraído de particularidades é o que, justamente, permite tal equação e determina à matéria transformada o seu valor – seu *valor de troca*.

Trabalho humano abstraído de particularidades: *trabalho abstrato*. O trabalho concreto do marceneiro produz cadeiras, o trabalho concreto do pedreiro produz paredes, o trabalho concreto do pensador produz pensamento, é preciso, pois, para realizar as trocas, equivaler todos ao mesmo tipo de trabalho, reduzi-los ao que lhes é comum: dispêndio de energia – suor. Reduzir ao que é supostamente comum é na verdade criar a medida do que é comum, do que é suposta e eticamente

---

<sup>31</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013, p. 119.

<sup>32</sup> Ibid., p. 124.

<sup>33</sup> Ibid., p. 190.

definido como equivalente, e se é verdade que as raízes da sociedade burguesa são mais longas do que se pressupõe, como diz Adorno e Horkheimer<sup>34</sup>, é, no entanto, agora que se assiste a ascensão da sociedade do equivalente: das coisas substituíveis e trocáveis que pertencem aos homens tomados pelo seu mínimo múltiplo comum, ou melhor, tornados seu mínimo multiplicador comum.

Eis aí a medida, ainda que grosseiramente exposta, do *valor de troca*: a quantidade de trabalho socialmente necessária para produção da mercadoria - medida de esforço social, de hora trabalhada<sup>35</sup>. Ilustremos: quanto mais trabalho socialmente empenhado, maior o valor. Quanto menos trabalho humano socialmente empenhado, decorrente, por exemplo, da automação crescente, menor o valor. Sendo, dessa forma, mutável no tempo tal quantidade de trabalho, também o é o valor de troca das mercadorias.

Dispêndio de energia e de suor, eis o valor social do trabalho: tesouro de cada um encarcerado dentro de cada um; essa pérola a ser extraída, cuja preciosidade insubstituível desenvolve e subordina ciências e instituições ao empenho de sua exploração, ponto de partida e de chegada na desventura do esclarecimento humano, que dos mitos ancestrais até a suposta complexidade das leis econômicas subordinam o homem ao capricho do que há muito se deseja deixar para trás como desumano. O suor do rosto, essa medida bíblica de sustento é também, na história das lutas de classe, medida de escravidão, violenta ou sutil, real ou potencial, e tem transformado a riqueza do homem civilizado, também, em sua miséria.

Voltaremos posteriormente a essa miséria, antes é preciso notar mais alguns aspectos da mercadoria. Embora o valor de troca apareça como uma relação objetiva entre coisas, há por debaixo dessa relação *coisificada* uma relação social<sup>36</sup>. Assim, o valor da mercadoria é, ele mesmo, uma relação social e não sem explicação "até hoje talvez nenhum químico descobriu o valor de troca na pérola ou no diamante"<sup>37</sup> ao dissecar tais objetos em seu laboratório. O que equivale a dizer que não são as propriedades de suas substâncias ou mesmo suas possíveis in-substâncias metafísicas, ou seja, seus eventuais valores de uso, que lhes determinam o *valor*, mas sim, como foi escrito acima, a quantidade de trabalho socialmente necessária para sua produção. Essa relação social se manifesta tão somente no próprio ato da relação social aí engendrada: a troca. Para além desse ato, ou de sua permanente e iminente possibilidade, nada de substantivo encontraríamos do

---

<sup>34</sup> ADORNO; HORKHEIMER, A dialética do esclarecimento, 1944/2006.

<sup>35</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013.

<sup>36</sup> Na realidade, relações *coisificadas* já são, por definição, relações sociais na forma de relação entre coisas.

<sup>37</sup> MARX, op. cit., p. 158.

valor de troca no corpo da mercadoria, "por isso, pode-se virar e revirar uma mercadoria como se queira, e ela permanece inapreensível como coisa de valor"<sup>38</sup>. Numa palavra, o valor de troca não se relaciona com o valor de uso, seja ele do estômago ou do espírito, tal valor está à margem da intensidade do desejo.

Trata-se de coisa, portanto, "invisível", mas como a limalha de ferro dança à passagem de um imã, as mercadorias se angustiam com sua pré-disposição para desfilarem seus valores no mercado, na forma de sua expressão monetária do valor (o preço). As leis sociais, tal como as leis naturais, têm sua potência à revelia de sua visibilidade ou de sua objetivação teórica, e como um peixe que possivelmente desconhece a água, a orientação desse norte polar dispensa o conhecimento de si no exercício de sua força. E de fato, no momento em que nem mesmo as trocas exigem o comparecimento concreto de suas partes, e que quando raro se sabe o que está sendo realmente trocado, quando um enorme campo magnético sintoniza e faz emergir os valores à superfície, com todas as espécies de confusões que podem surgir inerentes às grandes forças obscuras que eventualmente guiam os homens, nos parece possível afirmar que o equivalente universal<sup>39</sup> – a mercadoria-dinheiro –, como gatilho de tal façanha, estabeleça-se também como linguagem universal.

Desse duplo caráter da mercadoria, de ser valor e de ser coisa necessária, desdobra-se o quiproquó entre o que se entende como atividade e propósito *fim* e o que se deseja crer ser a atividade *meio* daquele propósito. Uma vez que, na sociedade burguesa, o *fim* da produção da mercadoria seja a realização do valor de troca e que o consumo de algum valor de uso circunscreva-se, certamente contrariado, na dimensão de pretexto, de *meio* para aquele *fim*. Para além de qualquer desconfiança acerca de uma recorrência das inutilidades dos valores de uso (fato irrelevante e, não obstante, curioso), bastaria para compreendermos a inversão entre *meio* e *fim* questionar as intenções das mercadorias, as quais, pudessem responder, "falariam que talvez tenham alguma utilidade para os homens"<sup>40</sup>, talvez.

A arquitetura nos permite uma boa exemplificação dessa utilidade marginal, embora estejamos, com esse parêntese, antecipando algumas discussões desse trabalho. Podemos supor que o jargão da *utilitas* da arquitetura ainda seja um pilar no cotidiano da arquitetura, a despeito da "crescente

---

<sup>38</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013, p. 125.

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> Ibid.

abstração das necessidades humanas em favor das “necessidades” do mercado”<sup>41</sup>, mas certamente tal utilidade embaraça-se nas corriqueiras encomendas de prédios para locação, cujo uso específico é circunstancial. Numa palavra, o valor de troca estrangula o valor de uso.

Em síntese, a condição de ser suporte de valor precede e ultrapassa sua *utilitas*, para o drama de quem quer se reportar a Vitruvius por cima da história, desconsiderando as “particularidades” históricas do modo de produção, conforme o que falávamos no início deste capítulo: as circunstâncias históricas sobrepõem-se aos corpos trans-históricos, e não deve ser desconhecido, nas palavras de Dardot e Laval, “o fato de o histórico apropriar-se do estrutural”<sup>42</sup>.

Sem embargo, eis aí um embaraço para suposta razão humana, “num tempo em que a *razão* foi feita adequação de meios a fim, sem julgamento do fim”<sup>43</sup>, embora isso também não deva causar espanto diante, por exemplo, da ampla crítica da razão feita por Adorno e Horkheimer, “todo progresso da civilização tem renovado, ao mesmo tempo, a dominação e a perspectiva de seu abrandamento”<sup>44</sup>, o que só é possível na medida que seja, de alguma maneira, socialmente legítimo. E é certamente um dos objetivos dessa dissertação discutir como, de alguma maneira, a estética da mercadoria-arquitetura pode atestar a veracidade da observação dos autores acima citados. A adequação dos meios aos fins, sem julgamento dos fins, ou seja, a ausência de possibilidade de crítica, que é positiva e estruturante na reprodução da ordem social, e que constitui o amplo capítulo da ideologia na crítica marxista. E é nessa direção que a leitura da arquitetura se aproxima dos escritos desses dois autores acima citados sobre a indústria cultural, essa forma travestida com que a ideologia se apresenta como liberdade e esclarecimento.

De fato, supomos sem muita dúvida que, se a *utilitas* da mercadoria se submete aos interesses envolvidos nas lutas de classe na sociedade capitalista, e seja, antes de tudo, um meio de valorização do capital, a hipótese de que a *venustas*, tanto quanto a *firmitas*, também seja servil a tal intento, se desencadeia com facilidade, sendo de antemão muito factível. Seja atribuída à beleza uma função ancestral ou uma função prática – ou resida ela na sua distância ao utilitarismo –, a sua

---

<sup>41</sup> MÉSZÁROS, A teoria da alienação em Marx, 1970/2016, p. 178.

<sup>42</sup> Aproveitamos o ensejo para transcrevermos essa passagem inteira desde já, pois ela será resgatada posteriormente. Escrevem os autores que, “O fato de o histórico apropriar-se do estrutural não deveria surpreender os leitores de Lacan, para quem o sujeito da psicanálise não é uma substância eterna nem uma invariante trans-histórica, mas efeito de discursos que se inserem na história e na sociedade”. DARDOT; LAVAL, A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal, 2009/2016, p. 321.

<sup>43</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006, p. 126, grifo do autor.

<sup>44</sup> ADORNO; HORKHEIMER, A dialética do esclarecimento, 1944/2006.

funcionalidade na engrenagem social capitalista se sobrepõe a tais aporias para, literalmente, agradar a todos os gostos que nos afirmam uma suposta liberdade mais ou menos esclarecida.

Além dos poucos pontos pincelados até o momento, há naturalmente outros aspectos fundamentais da economia-política que podem embasar a discussão sobre a produção e o consumo da mercadoria-arquitetura – e nos parece que a raridade dessa interface é sintomática e patológica. Porém nos afastaríamos dos objetivos dessa dissertação se nos permitíssemos maiores digressões no amplo espectro da teoria da crítica da economia-política, de forma que deixaremos parte disso na forma de pequenas incursões pontuais. Ainda assim, para dar continuidade na discussão sobre a funcionalidade econômica, política e social do espaço e da aparência da arquitetura, é importante nos posicionarmos (grosseiramente) em relação a temas como, por exemplo, a divisão social do trabalho, as lutas das classes sociais e o trabalhador coletivo na produção manufatureira – ainda que, como já dissemos, essa dissertação não seja demarcada formalmente por uma divisão (preciosa para economia-política) estanque entre produção e consumo.

Realmente, vivemos muito sombrios!  
A inocência é loucura. Uma fronte sem rugas  
denota insensibilidade. Aquele que ri  
ainda não recebeu a terrível notícia  
que está para chegar.[...]

Também gostaria de ser um sábio.  
Os livros antigos nos falam da sabedoria:  
é quedar-se afastado das lutas do mundo  
e, sem temores,  
deixar correr o breve tempo. Mas  
evitar a violência,  
retribuir o mal com o bem,  
não satisfazer os desejos, antes esquecê-los  
é o que chamam sabedoria.  
E eu não posso fazê-lo. Realmente,  
vivemos tempos sombrios [...]  
Íamos, com efeito,  
mudando mais freqüentemente de país  
do que de sapatos,  
através das lutas de classes,  
desesperados,  
quando havia só injustiça e nenhuma indignação.

E, contudo, sabemos  
que também o ódio contra a baixeza  
endurece a voz. Ah, nós que quisemos

preparar terreno para a bondade  
 não pudemos ser bons.  
 Vós, porém, quando chegar o momento  
 em que o homem seja bom para o homem,  
 lembrai-vos de nós  
 com indulgência.<sup>45</sup>

A sociedade capitalista pressupõe e implica, necessariamente, uma produção demarcada: um, por uma avançada divisão do trabalho e; dois, que os meios dessa produção estejam em posse privada de alguns. Para Marx e Engels<sup>46</sup>, esse é o velho-novo arranjo com que se alinham os novos personagens da antiga tragédia da exploração do homem. Em última instância, essa é a polaridade das classes sociais do capitalismo: os donos dos meios de produção de um lado e os vendedores da força de trabalho do outro. E, se na enxuta história do que denominamos como civilização "a história de toda sociedade é a história das lutas de classe"<sup>47</sup>, isso significa que é da disputa específica entre esses dois agentes que se desdobra a vida cotidiana (material e imaterial) no capitalismo, ou seja, a vida daqueles que vivem a forma concreta dessa luta e existem através da luta de classes aí determinada. Corolário importante: tanto quanto o já citado peixe pode desconhecer água, é possível viver respirando sem dar-se conta da respiração.

A nós, que deliberadamente evitaremos nos aprofundar na composição da estrutura social, conferir às lutas de classes (econômicas) o protagonismo histórico não é apenas uma questão de método (materialista) senão também um objetivo, pois é latente a dificuldade de se compreender e trabalhar a partir de uma configuração social demarcada ainda por uma aparente distância (historicamente verificada) da "prognóstica redução de todas as classes 'em dois grandes campos inimigos, em duas grandes classes diretamente confrontadas: burguesia e proletariado"<sup>48</sup>, sobre e em relação a qual se desdobra uma estratificação social mais complexa (fato controverso e questionável). De fato, ainda que nos restrinjamos a crítica marxista, o amplo e difícil espectro das maneiras de se compreender e investigar o espaço social, já se constitui árduo, o que torna a questão da composição, das classificações e das relações das classes sociais um ponto delicado.

Todo recorte analítico está, em um primeiro momento, limitado ao que é recortado, e assim, qualquer forma de se pensar o espaço e os fenômenos sociais traz implícito um horizonte de

---

<sup>45</sup> BRECHT, Bertold. Aos que vierem depois de nós, década de 1930/2002.

<sup>46</sup> MARX; ENGELS, Manifesto do partido comunista, 1872/2012.

<sup>47</sup> Ibid., p. 44.

<sup>48</sup> HAUG, Considerações extemporâneas sobre o *Manifesto Comunista*, s/d/1998, p. 75.

possibilidades de análise. No âmbito dessa pesquisa, essas complexas e extensas discussões acerca das classes sociais situam-se além dos nossos objetivos. Se vez por outra nos remetermos a esse assunto, por exemplo, incrementando as observações que somam às classes sociais econômicas tradicionais a dimensão de grupos de *status*, assunto no qual o sociólogo francês Pierre Bourdieu nos é a principal referência, tal perspectiva não é, no entanto, central neste trabalho. Embora a exaustiva discussão desse sociólogo sobre a dinâmica das partes que compõem a estrutura social de fato permita refinar a discussão de uma estética materialista, na medida em que ele analise os agrupamentos sociais (a relação entre grupos em uma totalidade social) sob grandes lentes de aumento, tais agentes parecem deixar de serem substâncias sólidas em um espaço para apresentar-se como substâncias químicas em reações extremamente sensíveis. Sem dúvida o refinamento de tais lentes é de grande utilidade quando se pretende discutir estética, ou seja, a relação do sujeito (pertencente a um grupo, pertencente a uma estrutura) com o espaço. No entanto, apesar de concordarmos com tais análises e amiúde nos referenciarmos nelas, não absorvemos os objetivos dessas densas e complexas leituras, senão justamente ao contrário: tratamos majoritariamente do que, transpassando o muro desses lugares (e na verdade lhe dando ensejo), parece ser partilhado pelos exemplares do ser social particular, em um processo talvez avassalador de estrangulamento da subjetividade pela dilatação de uma subjetividade social.

Se é da polaridade entre essas duas classes sociais antagônicas que se desdobra toda a produção material da vida daqueles que, justamente, vivem tais lutas (conscientes ou não), é também sob a tutela de tal disputa que se desdobra a complexidade social acima referida, bem como a dificuldade de compreendê-la. Complexidade que parece insistir em negar sua matriz e, por isso mesmo, por nos parecer extremamente importante não perder de vista essa matriz, é que consideramos o materialismo não apenas um método, mas também um objetivo. Afinal, se "uma coisa, no entanto, é clara: a natureza não produz possuidores de dinheiro e de mercadorias, de um lado, e simples possuidores de suas próprias forças de trabalho, de outro"<sup>49</sup>, também a fragmentação de um "quase operário, [cujas] múltiplas cisões em interesses parciais impedem sua representação política uniforme"<sup>50</sup> deve ancorar sua existência em solo mais firme que um desenvolvimento "natural-espontâneo" em um mundo "cultural-burocrático" – existam ou não contradições de caráter funcionais ou ornamentais nos fractais dessas cisões.

---

<sup>49</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013, p. 244.

<sup>50</sup> HAUG, Considerações extemporâneas sobre o *Manifesto Comunista*, s/d/1998, p. 75.

Questionar as razões e o funcionamento da polaridade antagônica entre essas classes, por mais tácito que possa parecer a quem está imerso nessa realidade objetiva, significa adentrar nas determinações mais fundamentais das singularidades desse momento historicamente determinado. Pode-se dizer que isso conduz ao âmago do modo de produção capitalista, já que "a relação capital/trabalho, personalizada na relação capitalista/proletário, consiste, pois, na expropriação (...) do excedente devido ao produtor direto (o trabalhador): é nessa relação de exploração que se funda o MPC [modo de produção capitalista]"<sup>51</sup>.

Relação de exploração, "explorar", verbo que no léxico capitalista combina dialeticamente dois sentidos, duas qualidades: potencializar e subordinar. Por um lado, tem (ainda) significado explorar a potencialidade das forças produtivas (embora o questionamento acerca de sua gerência sob tais forças seja um dossiê com milhares de páginas); por outro, para essa gerência, o "explorar" tal potencialidade (da força produtiva) é, fundamentalmente, absorver uma quantidade de trabalho não remunerado ao trabalho, obter uma mais-valia. Por outras palavras, "explorar" é aqui verbo transitivo direto capaz de subjugar na mesma sentença objeto e sujeito: potencializar "e" engrupir e potencializar "para" engrupir.

### inovação estética e imagem da mercadoria .

Pai, perdoai-os, eles não sabem o que fazem.<sup>52</sup>

Na medida em que se pretende pôr a beleza sob suspeita e tratá-la como coisa social, ou seja, na medida em que o interesse dessa investigação se desloca do 'o que é a beleza', ou mesmo do que está sendo acordado como belo em determinado momento, em direção ao 'para que', 'quem' e 'como' ela serve, a questão de como as *inovações estéticas* se engendram na lógica econômica (e, portanto, sobre-determinantes na vida social) se tornam centrais.

Sendo assim, tentaremos manter essa abordagem da discussão estética próxima de suas determinações econômicas – o que também permite dar seqüência ao assunto discutido até agora sem o risco de grandes digressões. Portanto, será enfatizada nesse momento a "produção material da estética", ou seja, trata-se de discutir o que talvez possa ser chamado de *canteiro* da estética do

<sup>51</sup> NETTO; BRAZ, Economia política: uma introdução crítica, 2006/2012, p. 114.

<sup>52</sup> SAGRADA, Lucas 23:34, 59-63 d.C /2000.

modo de produção capitalista – para nos aproximarmos do vocabulário introduzido por Sérgio Ferro. No entanto, frisamos de antemão que as determinações agora abordadas acerca da estética das mercadorias são extremamente amplas e abrangentes, ainda que sejam, em contrapartida, igualmente precisas. Por certo que a mercadoria-arquitetura, ao ser tratada em linhas tão gerais, vê-se impossibilitada de revelar suas inúmeras especificidades que lhe singularizam, porém, como se pode adivinhar, não é tal singularidade que nos interessa no momento.

Ora, o deslocamento do interesse da qualidade sensível das coisas para a função econômica dessas qualidades, pode conduzir a polêmicos debates. Como, por exemplo, a discussão do problema da autonomia do indivíduo na criação artística – ou mesmo da existência do gênio artístico na arte – em relação análoga à oposição do indivíduo e do coletivo na construção? dos “momentos históricos”<sup>53</sup>. Também suscita questões complexas como a da relação entre o que se poderia chamar de vontade particular para uma inovação estética e a permissão social de sua feição e de sua existência. Sem dúvida, tratam-se de pontos problemáticos em cujos extremos parece existir, de um lado, o risco da alienação pela abstração de uma totalidade que submerge nas partes e, de outro, a dessacralização do indivíduo.

Certamente não nos interessa adentrar nessa aporia de maneira abstrata. Retomando o interesse pela funcionalidade da beleza, na medida em que se assume o materialismo como objetivo, a discussão tende a procurar as relações sociais que são estabelecidas entre as coisas. Poderíamos reportar tais inquietações, como por exemplo, a das inovações estéticas, diretamente à indústria cultural (como será feito amiúde), no entanto, antes disso, parece importante observar a questão dessas inovações em relação a uma certa concepção de mundo bastante comum e visceral (sem dúvida “verdadeira”), e que se sustêm sobre a percepção de uma realidade objetiva e cotidiana dos atos diários que se apresentam repletos de possibilidades, escolhas, inovações e liberdade. É possível que essa perspectiva leve a acabar eventualmente reduzindo a razão das inovações estéticas a constatações simplistas e, às vezes, inúteis – por exemplo, a de que as coisas sempre foram assim e que não deve pesar sobre as inovações a pergunta sobre a quem elas servem. De forma que, antes de se passar a leituras mais refinadas, como da indústria cultural de Adorno e Horkheimer, ou mesmo da teoria dos campos de Bourdieu, sublinhamos as inovações estéticas em relação a uma categoria fundamental ao materialismo: o trabalho. A razão disso é simples, trata-se de “desbiologizar” as inovações. Dessa perspectiva, nos parece que a condição ontológica do trabalho

---

<sup>53</sup> Essa diferença é o que separa a legitimidade dos assassinatos de Napoleão do crime de Raskólnikov. DOSTOIÉVSKI, Crime e castigo, 1866/2016.

humano é capaz de ocultar dos olhos as especificidades históricas das "circunstâncias". Explicamos o caso a partir da metafísica de Schopenhauer:

O presente raramente lhes é suficiente [aos gênios artísticos], por que na maior parte das vezes não preenche sua consciência, na medida em que é demasiado insignificante. Daí o empenho infatigável pela procura incessante de objetos novos, dignos de contemplação.<sup>54</sup>

Tomada em seu conjunto, essa passagem do curso de metafísica do filósofo alemão contém dois elementos interessantes. Primeiro que a insatisfação pessoal é o que move a inovação estética e, segundo, que tal insatisfação é fruto e medida de uma contemplação cujo fim está em si mesma. O que equivale a dizer que ela não está em outro lugar, ou melhor, que ela *não pode* estar em outro lugar, não tendo a beleza outra função a não ser a de ser bela<sup>55</sup>.

Embora talvez não haja inverdade no pensamento do filósofo<sup>56</sup>, principalmente dentro da lógica de sua metafísica, creditar as inovações estéticas apenas à insatisfação particular não nos permite avançar sobre as relações materiais que permeariam as inovações estéticas das mercadorias, tão pouco permitiria avançar no modo de produção e de consumo de tais valores de uso, o que é um requisito para tornar o que poderia ser histórico-circunstancial em determinante.

Nesse sentido, contrapomos a essa insatisfação particular movente da inovação estética a condição ontológica do trabalho humano, entendido como a simbiose do homem com a "matéria", que em si é sempre matéria humanamente modificada, ainda que, não sendo coisa pós-trabalho, permanece apenas como matéria teleologicamente filtrada com a lente de algum interesse social-particular (consciente ou não). Trata-se da definição do trabalho *ipsis litteris* da tradição marxista, como uma eterna relação metabólica do homem com o meio, ou seja.

Como criador de valores de uso, como trabalho útil, o trabalho é, assim, uma condição de existência do homem, independente de todas as formas sociais, eterna necessidade natural de mediação do metabolismo entre homem e natureza e, portanto, da vida humana.<sup>57</sup>

<sup>54</sup> SCHOPENHAUER, *Metafísica do Belo*, 1820/2003, p. 63.

<sup>55</sup> Embora no caso específico dessa compreensão da *arte pela arte*, ainda há a *função* de realizar a Vontade.

<sup>56</sup> Pois apesar de não acharmos que a beleza *deve ser* inútil, não negamos que as coisas inúteis podem ser belas. Contudo, tão logo deixem de ser úteis, deixam também de ser mercadoria, logo, não nos interessam. Voltemos a Marx: "tampouco se trata aqui de como a coisa satisfaz a necessidade humana, se diretamente, como meio de subsistência [Lebensmittel], isto é, como objeto de fruição [...]". MARX, *O capital: crítica da economia política - Livro I*, 1867/2013, p. 113. Fruição do estômago ou do espírito tanto faz, já o vimos.

<sup>57</sup> *Ibid.*, p. 120.

Imagina-se, assim, que tanto o trabalho como o desdobramento de qualquer inovação (estética) sejam coisas simultâneas do ser social e do que muitas vezes se quer entender como homem “in natura”. E que, alterando-se o *meio* circundante há de se alterar também a síntese dessa relação, ou seja, o seu resultado. A tolice dessa constatação se torna evidente ao observar a arquitetura em macro periodizações históricas, ou mesmo no que há de singular em cada exemplar construído, mas também poderia ser levada a microscópio a qualquer fenômeno da vida. Dessa forma, embora o fundamento do trabalho possa afirmar a inovação estética como síntese de uma relação metabólica com o meio, o que nos interessa nesta síntese, não é o que ela fornece de singular ou o que ela fixa como singular na negociação (trans-histórica) entre o ser e o meio, mas sim o que ela tem de heterônimo, ou seja, da vontade e dos encargos que lhe são supostamente exteriores – imposições de condição a quem faz, que assim responde a isso (novamente, consciente ou não). Em poucas palavras, se, por um lado, no bojo do trabalho humano surge a experiência cotidiana e sua tendência subjacente a biologizar as percepções, por outro, o que importa não perder de vista é que o social se sobrepõe ao biológico, de forma que a estética (e suas inovações) não são, aqui, encaradas como síntese consequente à atividade de trabalho, mas a partir das determinações que exigem tais inovações, ou seja, a partir do que lhe é heterônimo. A questão subjacente a essa perspectiva é que, se as inovações estéticas são os motores do desenvolvimento de uma linguagem (pensemos na arquitetura) – ou vice-versa, tanto faz –, o fato das inovações abandonarem seu posto de síntese consequente da atividade de trabalho (social ou individual) para se tornarem *causa* do trabalho pode embaraçar qualquer perspectiva positivista e/ou romântica da linguagem. E talvez seja possível uma analogia, se “racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Isso, porém não deve ser atribuído a uma lei evolutiva da técnica enquanto tal, mas à sua função na economia atual”<sup>58</sup>. De maneira abrangente, observa-se a estética não como consequência residual, mas como condição aparelhada de uma atividade pautada pela economia.

Heteronomia que parece pairar acima do juízo do gosto. Se há suspeitas de que a liberdade e a autonomia dos artistas tiveram sua história inflacionada, a produção “industrial” da cultura de hoje não deixa dúvida para fantasia. Da perspectiva aqui endossada, a heteronomia flutua acima das fronteiras que delimitam, nas palavras de Bourdieu<sup>59</sup>, o “olhar puro” e o “olhar bárbaro”, ou seja,

---

<sup>58</sup> ADORNO; HORKHEIMER, A dialética do esclarecimento, 1944/2006, p. 101.

<sup>59</sup> BOURDIEU, A distinção: crítica social do julgamento, 1979/2015, p. 34.

da separação da contemplação ensimesmada dos capazes de apreciar a arte (pela arte), como o gênio de Schopenhauer, daqueles que a profanam com o sub-juízo moral e ético.

Assim, não obstante a contemplação possa se constituir como um valor de uso ou apresente-se ela como *valor* (a riqueza) do capital simbólico – tão democrático quanto o econômico –, no que diz respeito a nossa abordagem da estética da mercadoria, o interesse está na instrumentalização da aparência dentro da lógica econômica capitalista, seu entendimento como *meio para* – como *parte* – e não como *fim*. Ou seja, o interesse na qualidade sensível das mercadorias, de sua aparência, está na direção do **aparelhamento e do desenvolvimento de sua capacidade de encantamento a serviço da produção capitalista.**

É verdade que a essência da própria aparência é ser ideologia, ao menos para antiga tradição que assim separe os fenômenos. Nós, seguindo o jargão, não ousamos duvidar das aparências, ou melhor, da *realidade* das aparências (como discutiremos ao fim desse capítulo), no entanto é verdade, e a literatura nos dá testemunho (embora não falem provas disso nas relações cotidianas) que o encantamento nunca tem *fim* em si mesmo, estando sempre a serviço de outro objetivo. Sejam as não-tolas fantasias capazes de fazerem as Cinderelas serem amadas e desejadas, sejam objetivos perversos como o canto das sereias tentando seduzir Ulisses, sejam objetivos “não maléficos”, como no “Germinal”<sup>60</sup>, com o pai tocando gaita para distrair a fome do filho faminto – questão subjacente que revela a lição perigosa de que mesmo a mais pura das artes<sup>61</sup> pode encontrar mais nobreza na sujeira das lutas de classe.

**Chegarás, primeiro, à região das Sereias, cuja voz encanta todos os homens que delas se aproximam.** Se alguém, sem dar por isso, delas se avizinha e as escuta, nunca mais sua mulher nem seus filhos pequeninos se reunirão em torno dele, pois ficará cativo do canto harmonioso das Sereias. [...] **Prosegue adiante, sem parar; com cera doce como mel amolecida tapa as orelhas de teus companheiros, para que nenhum deles possa ouvi-las. Tu, se quiseres, ouve-as; mas, que em tua nau ligeira te atem pés e mãos, estando tu direito, ao mastro, por meio de cordas para que te seja dado experimentar o prazer de ouvir a voz das Sereias.** Se acaso pedires e instares com teus homens que te soltem, que eles te prendam com maior número de ligaduras.<sup>62</sup>

<sup>60</sup> GERMINAL, Claude Berri e Bodo Scriba, França, 1993.

<sup>61</sup> A música, para Schopenhauer. SCHOPENHAUER, Metafísica do belo, 1820/2003.

<sup>62</sup> HOMERO, Odisséia, séc. VIII a.C./1979, p. 113, grifo nosso.

Essa passagem da narrativa de Homero evidencia um dos aspectos mais latentes da estética da mercadoria: sua voz de sereia. Sua aparência feita para sedução. É evidente que a persuasão através da estética precede os objetos produzidos pela sociedade capitalista. Tanto quanto o referido Ulisses anuncia a (duvidosa) razão do bom burguês<sup>63</sup>, a aparência para sedução poderia ser remontada até o ponto da ruína daquela sociedade primitiva fantástica que descobre que sobre as faces é possível se sobrepor máscaras<sup>64</sup>. Embora não fosse necessário recorrer à literatura para esse depoimento, pois as formas de poder petrificadas que se consubstanciam no corpo da arquitetura são bons exemplares da importância da aparência, na verdade toda arquitetura do excedente do passado é claro testemunho da importância das representações de poder na manutenção da ordem social. Quanto a isso, a “publicidade petrificada” dos atuais edifícios é tão sólida quanto uma pirâmide milenar.

Tanto quanto a história do capitalismo pertence à história das lutas de classe, o fato das aparências desempenharem funções pouco nobres na vida social não seria uma exclusividade desse momento histórico. Se, no entanto, as raízes dessa característica são profundas a ponto de inviolabilizar a imaginação além dela, isso não deve impedir que, pelo menos, se tornem objetos de discussão. Assim, a despeito da ingenuidade que seria atribuir ao capital a subversão das fantasias, seguimos circunscritos ao nosso interesse pela demanda heterônoma que pesa sobre o encantamento no que diz respeito às determinações econômicas do ciclo capitalista em relação a estética da mercadoria. Como argumenta Haug<sup>65</sup>, por coincidência utilizando-se da arquitetura das igrejas da idade média:

A tecnologia da sensualidade a serviço da apropriação dos produtos do trabalho alheio, geralmente a serviço do domínio político e social, não é uma invenção do capitalismo, como tão pouco é o fetichismo [...] Naturalmente a diferença fundamental em relação a produção de aparências no capitalismo é que nele se trata, antes de mais nada de funções de valorização que utilizam, transformam e aperfeiçoam as técnicas estéticas. Os resultados não se restringem mais a determinados lugares sagrados ou representativos de algum poder, mas forma uma totalidade do mundo sensível no qual em breve nenhum momento terá deixado de passar pelo processo de valorização capitalista e de ser marcado por suas funções.<sup>66</sup>

---

<sup>63</sup> ADORNO; HORKHEIMER, A dialética do esclarecimento, 1944/2006.

<sup>64</sup> DOSTOIEVSK, O sonho de um homem ridículo, 1876/2011.

<sup>65</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>66</sup> Ibid., p. 68.

Eis assim o que nos interessa: a estética da mercadoria. Se, como diz o jargão, tudo tem seu preço e tudo se tornou mercadoria, talvez se trate, essa estética, de uma estética de tudo. Não temos pretensão desse “tudo”, em nossa investigação sobre a estética da mercadoria, procuramos nos ater ao que seria sua regra, ou melhor, a sua tendência e não ao que poderia ser encontrado, por outros enfoques, de singular em tais objetos. Estética da mercadoria, plena de qualidades concretas e plena de qualidades fantásticas: coisa "sensível, suprassensível", como escreve Marx<sup>67</sup> sobre o fetiche da mercadoria. E, sendo a gravidade tão sólida quanto a substância do corpo que cai, não se pode separar o suprassensível do sensível, e ainda que por uma providência metafísica fosse possível decantar um do outro, o que restaria não seria o sensível, mas um olhar humanamente determinado sobre o sensível.

Porém, antes de tratar do suprassensível, é importante discutir os aspectos mais concretos da estética da mercadoria, e para fazer isso nos apoiamos amplamente em alguns conceitos de outro filósofo alemão, Wolfgang F. Haug<sup>68</sup>. As anotações deste filósofo partem de o compromisso da mercadoria ter-de-ser persuasiva. Pois, e isso também nos é fundamental, como o próprio filósofo sagazmente complementa a observação de Marx sobre a mercadoria amar o dinheiro: "quem ama faz-se bonita e amável"<sup>69</sup>.

Em especial, esse autor discute duas características muito interessantes da estética da mercadoria: a *inovação estética* e o *descolamento da imagem* da mercadoria. Tais aspectos nos parecem inescapáveis para se pensar a realidade sensível de hoje. Vejamos como, da economia, ele desenvolve estas categorias. Para isso é necessário, no entanto, uma pequena digressão sobre o ciclo de produção capitalista.

\*

Depois de tudo isso, a vida parecia ter algum sentido para Tom, afinal. Ele descobrira sem querer uma das grandes leis sobre a ação humana – para fazer uma pessoa cobiçar alguma coisa, é preciso que essa coisa seja difícil de conseguir. E se ele fosse um grande filósofo, assim como o escritor desse livro, chegaria a conclusão de que o trabalho consiste em qualquer coisa que somos *obrigados* a fazer, e a diversão é aquilo que não é obrigatório.<sup>70</sup>

---

<sup>67</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013.

<sup>68</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>69</sup> Ibid., p. 30.

<sup>70</sup> TWAIN, Tom Sawyer, 1884/2016, p. 29.

Do ponto de vista do capitalista, ou seja, daqueles que detêm a propriedade dos meios de produção, o ciclo que encerra o movimento econômico transcreve-se na sequência das seguintes etapas:  $D - M - D+$ . Dinheiro [D] compra mercadoria [M] (matéria e força de trabalho) e retorna, quando encerrado o ciclo, como mais-dinheiro. Ou seja, (1) dinheiro compra mercadorias, (2) força de trabalho produz nova mercadoria acrescentando-lhe valor, (3) nova mercadoria é vendida e retorna como dinheiro acrescido. Desnecessário dizer que há uma diferença entre o dinheiro acrescido e o valor pago à força de trabalho (o qual agrega o *valor* às mercadorias compradas pelo dinheiro), o que se define como mais-valia.

Do ponto de vista da outra classe social econômica, ou seja, do ponto de vista de quem vende sua força de trabalho, a equação aparece de forma diferente:  $M - D - M$ . Venda da mercadoria força de trabalho por dinheiro [M - D] e troca do dinheiro por outras mercadorias *necessárias*, ou seja, por outros valores de usos que componham o escopo do necessário na vida social.

A disfunção de interesses entre tais classes (a que representa a produção e a que representa o consumo) acontece em toda e a cada etapa do ciclo. Afinal, para o movimento do capital é preciso, entre muitas coisas, que esses agentes se apresentem insatisfeitos no mercado, ora como vendedores ora como compradores. Mas destaquemos agora o que acontece no encontro final entre essas personagens, aquele do fim do ciclo econômico, quando as mercadorias devem retornar a forma-dinheiro e o dinheiro da venda do trabalho transforma-se em outros valores de uso.

Trata-se da troca e do consumo das mercadorias. É verdade que a análise da produção é o centro da crítica marxista, como lembra Arantes<sup>71</sup> com suas análises substanciosas da arquitetura; porém nos parece acertado que o momento do consumo é, por sua vez, de fundamental importância na legitimação da produção do capitalista. É legítimo conferir ao consumo a importância de uma celebração, e isso no duplo sentido desse termo: seja na acepção política de uma celebração contratual de quem está de acordo (feliz ou não) com o pacto social em voga, seja na acepção “cultural” da celebração de um momento supostamente festivo pela alegria de satisfazer um desejo<sup>72</sup>. De forma mais clara, o consumo é uma celebração por que ao se consumir um produto,

---

<sup>71</sup> ARANTES, Arquitetura Nova, 2002/2011. "Na crítica marxista, a produção é o momento central a ser desvendado, pois ali estão expressas as contradições fundamentais do capitalismo e o nó da sua solução, noutro regime social". Ibid., p. 107. E assim, nossa inquietação se desdobra (com muito interesse) sobre a produção da mercadoria *força de trabalho*, onde a estética, ou a supra-estética, é o chão da fábrica.

<sup>72</sup> Os termos política e de cultura aqui são apenas ilustrativos.

consome-se conjuntamente toda a ideologia que o entrelaça. Pensemos por exemplo no consumo das “maravilhas” que a sociedade de mercado foi capaz de produzir, ou mesmo no patético consumo “consciente” dos produtos “com baixa emissão de carbono” ou “não feitos com mão de obra infantil escrava”. Mais: se o trago do cigarro se confunde com a liberdade representada (curiosamente) num laço de vaqueiro, isso quer dizer que ao consumir o cigarro se consome também a construção ideológica dessa liberdade cafona e, antes ainda, que a percepção (paladar, cheiro etc.) envolvida no trago é ideologicamente construída. Voltaremos a isso adiante.

É oportuno um parêntesis. Evidentemente poderíamos desconfiar da alegria contida nesse momento de celebração do consumo, principalmente quando já se tornou absolutamente obsceno o quanto “a diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio”<sup>73</sup>, e sem dúvida poderíamos encerrar as dúvidas sobre quanto custoso é o “lazer” com a jocosa definição de trabalho descrita por Mark Twain: “qualquer coisa que somos *obrigados* a fazer, e a diversão é aquilo que não somos obrigados a fazer”<sup>74</sup>, o que faz aquela suposta celebração esbarrar nos limites do tédio, do cansaço e, a despeito da Disney, “na doença incurável de toda diversão”<sup>75</sup>.

Dizíamos que o consumo é um momento importante para nossa análise, e o que nos interessa relevar nessa instância de fundamental importância para autenticidade e reprodução do capitalismo é que, tanto quanto, como dizem os filósofos de Frankfurt, a diversão virou o “trabalho”, o consumo é produção, ou (no mínimo) polimento. Assim, o que interessa é sua dimensão dialética de ser o lugar de construção do sujeito, de forma que, portanto, entendemo-la não apenas como momento da produção, mas como momento da produção daquela mercadoria muito espacial, a mercadoria *força de trabalho* – ou, repetimos: de seu fino polimento. E a estética, ou a supra-estética, tanto quanto outras formas de construções de discursos, formas de aliciamento da mente e controle da subjetividade, tem o peso de serem tratadas aqui como chão de fábrica. No entanto, apesar dessa perspectiva sobre o consumo ser um dos pilares dessa dissertação, é necessário deixar isso para mais adiante, onde poderá ser mais bem aprofundado, para darmos sequência ao que discutíamos sobre a estética da mercadoria e o ciclo capitalista, onde destacávamos dois conceitos trabalhados pelo filósofo Wolfgang Haug, a *inovação estética* e o *descolamento da imagem*.

---

<sup>73</sup> ADORNO, HORKHEIMER, *Dialética do esclarecimento*, 1944/2006, p. 112.

<sup>74</sup> TWAIN, Tom Sawyer, 1884/2016, p. 29.

<sup>75</sup> ADORNO, HORKHEIMER, *op. cit.*, p. 112-113.

Frisamos anteriormente o constrangimento da *utilitas* em relação à valorização do capital, e, de fato, a diferença de objetivos que há entre aquele que troca dinheiro por algum valor de uso querendo satisfazer alguma necessidade e o imperativo da mercadoria realizar seu valor de troca. Essa é a origem de nosso quiproquó. É especificamente da "contradição" verificada no ciclo capitalista, dos interesses contrários e complementares de quem compra e quem vende, que se fundamenta o que Haug<sup>76</sup> denomina como descolamento da imagem da mercadoria. Sem dúvida se trata de uma porta de acesso igualmente ampla e precisa para, em conjunto com outras categorias sinérgicas a esta, discutir a autonomia da embalagem em direção aos encargos econômicos. Na verdade, destacamos também a relativa acessibilidade a essa categoria, que tem a qualidade de ser simplificadora no meio de assuntos difíceis, como, por exemplo, as ataduras entre a substância e a imagem, nas relações obscenas que aparecem deflagradas pelo trajeto desse descolamento da imagem da mercadoria até a forma hipertrofiada da propaganda.

Fundamentar o descolamento da imagem em um pilar tão ortodoxo como "o duplo caráter da mercadoria" (ou seja, a contradição entre valor de uso e valor de troca) é uma abordagem valiosa, tanto mais quanto falar sobre imagens num mundo cada vez mais "virtual" e "plural" se tornou hoje uma questão obrigatória, embora seja de se duvidar que ela tenha o mesmo significado em tantas literaturas distintas. Por isso tentaremos deixar claro seu significado ao longo dessa dissertação; de imediato, acompanhem os passos de Haug<sup>77</sup>.

Dizíamos que a origem do quiproquó está no descompasso de interesse apontado entre aquele que produz (o qual, seguindo sua equação, mira o *valor de troca*), e aquele que consome (e busca assim a satisfação de uma necessidade); ou seja, que "a produção de mercadorias não tem como objetivo a produção de determinados valores de uso como tais, mas a produção para venda". Sabemos que dessa relação de interesse deriva-se a inversão entre os *fins* e os *meios* da produção: a transformação do *valor de uso* em "álibi suspeito"<sup>78</sup> ou em uma "isca"<sup>79</sup> para realização do *valor de troca*. As metáforas para ilustrar a subordinação do *valor de uso* ao *valor de troca* são inúmeras (e *valor de troca* é, aqui, sinônimo de qualquer processo de valorização do capital), a questão é que se vê "desse modo, desde os primórdios do capitalismo, na relação de interesse da troca [...] [a] subordinação do valor de uso ao valor de troca"<sup>80</sup>. E é por isso que,

---

<sup>76</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>77</sup> Ibid.

<sup>78</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006.

<sup>79</sup> HAUG, op. cit.

<sup>80</sup> Ibid., p. 27.

O valor de uso estético prometido pela mercadoria torna-se então instrumento para se obter dinheiro. Desse modo, o seu interesse contrário estimula, na perspectiva do valor de troca, o empenho em se tornar uma aparência de valor de uso, que exatamente por isso assume formas bastante exageradas, uma vez que na perspectiva do valor de troca, o valor de uso não é essencial.<sup>81</sup>

Se, além disso, considerarmos que o *valor de uso* se realiza no ato de uso dessa utilidade, o *valor de troca* se realiza apenas no ato da troca, e que tal ato de troca precede a realização do *valor de uso*, então, o que na verdade se consome primeiramente é a imagem de *um valor de uso*, uma promessa. De forma que é possível afirmar que “as mercadorias contêm duas coisas: primeiro o valor de uso; segundo, e adicionalmente, a manifestação do valor de uso”<sup>82</sup>. E o que é igualmente importante é que entre “primeiro” e “segundo” não se constitui uma relação hierárquica.

É na potencialidade desse momento conflituoso que o autor identifica o “descolamento da imagem” do corpo da mercadoria. Sem dúvida a construção de uma imagem de utilidade e/ou de uma necessidade, tanto quanto o conteúdo comunicativo e posicionador que essa imagem possa conotar no espaço social – o que nos interessa sobremaneira –, tem outras fontes de interferências além da *base* produtiva, como veremos adiante. Contudo, o que interessa sublinhar é que a construção da *imagem do valor de uso* é intrínseca à produção de mercadorias e, ainda que não provenha da mesma causa que o fetiche, esse deslocamento da imagem do *valor de uso* do próprio *valor de uso*, faz com que o “aspecto estético da mercadoria no sentido mais amplo – manifestação *sensível* e sentido de seu valor de uso – separa-se aqui do objeto. A aparência torna-se importante”<sup>83</sup>.

Lembrando que, se a necessidade atrelada a esse *valor de uso*, “provém do estômago ou da imaginação - não altera em nada a questão”<sup>84</sup>, pode-se imaginar que no desenvolvimento da produção capitalista a construção de uma imagem sedutora da mercadoria adquira relevância crescente em direção a uma hipertrofia de uma “indústria de significados” e um mercado de bens simbólicos. Porém, ainda que tal imagem possa ser tratada, ela mesma, como um valor de uso (do espírito) como, por exemplo, a explicitação de determinada imagem social (ou seja, a capacidade de ser um conotativo no hieróglifo social), isso não tornaria desnecessário o conceito de descolamento da imagem. Pois de fato, nos referimos ao descolamento no sentido da

---

<sup>81</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997, p. 27.

<sup>82</sup> Ibid., p. 26.

<sup>83</sup> Ibid., p. 26.

<sup>84</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013, p. 112.

autonomização dessas imagens que, saltando à frente dos corpos-objetos, flutuam e assombram como fantasmas<sup>85</sup>. Imagens fantasmagóricas, porém, com dureza insolúvel na relação promíscua que fundam entre propaganda e cultura.

Construção de *valores de uso* e de *imagens de valores de uso*, porém, o que não se pode perder de vista, é que estão ambos na condição de suportes de *valores de troca*. E que, portanto, só se tornam efetivos na outra ponta, na construção de necessidades e de desejos: na produção dos consumidores que suportam e sustentam a troca. Mas atentemos agora para outro aspecto que, junto ao descolamento da imagem, embasa a crítica da estética da mercadoria de Haug<sup>86</sup>: trata-se de como o tempo desdobrado do ciclo capitalista (ou seja, o *tempo* capitalista) impõe aos seus produtos o ritmo das inovações estéticas.

Sabe-se por um lado, que a realização do ciclo econômico capitalista pressupõe que a construção do consumo e a produção do consumível sejam duas faces da mesma moeda. Sabe-se também que a demarcação desse ciclo pela queda tendencial da taxa de lucro lhe impõe os imperativos das inovações tecnológicas e das inovações estéticas – além, é claro, da invenção de novos valores de usos. Do ponto de vista econômico, tais inovações são ferramentas para o incremento da produtividade na luta desesperada para reversão da queda da taxa de lucro média, tanto quanto atuam para reposição do estado de desejo fundante da insatisfação necessária para consumo. Diante disso é possível frisar um dos principais pressupostos dessa dissertação, que as mercadorias, mais do que um objeto externo que satisfaz uma necessidade qualquer, é um objeto qualquer que cria a insatisfação (a qualquer custo) que ele próprio sana. Tanto quanto a satisfação (felicidade), os produtos são construídos para insatisfação (infelicidade) que, posta assim, não tem nada de residual, natural, biológica, ao contrário, é sistêmica à nossa vida social.

As estratégias para esta reposição do desejo são conhecidas. E certamente as estratégias são mais conhecidas do que suas funções e conseqüências, pois, de fato, vidas e campos do conhecimento inteiros são consolidados para cuidar tão somente das estratégias de reposição dos desejos, frutos que são de uma fragmentação do conhecimento especializado e alienado onde a possibilidade de compreendê-las e até mesmo criticá-las são paulatinamente reduzidas. Apenas para ilustrar um fato corriqueiro nessas estratégias empregadas no jogo de insatisfação necessária, podemos

---

<sup>85</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013, p. 146.

<sup>86</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

lembrar, por exemplo, da obsolescência funcional, ou seja a programação econômica do defeito técnico.

Mais próximo de nosso assunto, podemos citar também a redução quantitativa do *conteúdo* da mercadoria<sup>87</sup>, preservando-se a *embalagem* e cumprindo a obrigação patética do alerta de letras miúdas da “redução de 20% do *conteúdo* da *embalagem*” – o que é uma clara prova empírica de que, na mórbida estética capitalista, a mercadoria já assumiu, há muito, que é antes *embalagem* que *conteúdo*. Uma pequena e brincalhona trapaça, uma pequena mostra de um pequeno sepulcro caiado. Porém, além da obsolescência funcional ou quantitativa da mercadoria, a que mais interessa à nossa discussão é a obsolescência do produto já trocado através do seu esgotamento estético.

Esgotamento estético, ou obsolescência estética, trata-se de uma estratégia bem definida que, sobreposta à linguagem, poderia fazer crer se desenvolver comunicativamente isenta de interesse. Mas sabemos que não é esse o caso, e que o insuspeito desenvolvimento de uma linguagem deve ser inquirido sobre a quem deve obediência. E se começamos a discussão da estética da mercadoria relevando a importância da aparência na economia capitalista, podemos afirmar agora que o aparelhamento do seu desenvolvimento estético pode ser denunciado como análogo ao desenvolvimento técnico dessa mesma economia: como dizem os filósofos de Frankfurt, “a racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação (...) [e] isso, porém, não deve ser atribuído a uma lei evolutiva enquanto tal, mas à sua função na economia atual”<sup>88</sup>.

Inovação estética e obsolescência estética. Traços cujo desdobramento deve ramificar-se em duas direções sinérgicas: escancarar a velhice ao mesmo tempo em que se constrói a aversão-a-velhice. A cintilante estética do sepulcro caiado, com sua des-limitada “liberdade estética” da mercadoria tem limites éticos bastante estreitos. A velhice e a aversão-a-velhice, postas assim, tal como irmãs siamesas. Junção que constrói a doença para vender a cura, como o menino do Chaplin<sup>89</sup>, que vai a frente quebrando as vidraças para ele consertar depois. O que tem tanto sentido quanto a vertiginosa dinâmica das invenções da sociedade de mercado e sua desumana equação do excedente diante da carência e do desperdício. Sem dúvida a dinâmica do movimento entre inovação e obsolescência é determinante na *construção* e na *legitimação* do espaço e do tempo capitalista, pois, como uma ponte, liga de um lado a vontade da *base* e, de outro, a percepção e a

---

<sup>87</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>88</sup> ADORNO; HORKHEIMER, A dialética do esclarecimento, 1944/2006, p. 100.

<sup>89</sup> O GAROTO, Charlie Chaplin, 1921.

construção da subjetividade que aceita tais condições<sup>90</sup> (outra vez: conscientemente ou não, pouco importa). Assim, é possível observar como alguns aspectos do ciclo econômico se impõem sobre a estética da mercadoria. Os desdobramentos afetivos dessa imposição econômica da sempre reposta insatisfação, têm “consequências antropológicas para o homem”<sup>91</sup> perpetuando-se na constante intenção de castração simbólica dos pertences adquiridos.

---

<sup>90</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997, p. 52-55.

<sup>91</sup> Ibid.

mercado de almas



É pelo princípio do fetichismo da mercadoria, a sociedade sendo dominada por 'coisas suprassensíveis embora sensíveis', que o espetáculo se realiza absolutamente. O mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, ao mesmo tempo em que se faz reconhecer como o sensível por excelência.<sup>93</sup>

Contrariamente ao que se passa na era liberal, a cultura industrializada pode permitir, tanto quanto a cultura nacional-popular no fascismo, a indignação com o capitalismo; o que ela não pode permitir é abdicação da ameaça de castração. Pois esta constitui sua própria essência.<sup>94</sup>

Se a economia política nos ensinou que para além da utilidade pragmática das coisas, as mercadorias são suportes de valor de troca, recorreremos agora à literatura e à psicanálise para compreendermos que, novamente, para além da utilidade pragmática das coisas e de suas qualidades sensíveis (estética), as mercadorias são suportes de coisas *suprassensíveis*. Em suma, as mercadorias são comunicativas e as percebemos como linguagens, e é sobre isso que se trata esse capítulo.

A categoria que pretendemos delinear como científica, a segunda alma do homem, é retirada do argumento desenvolvido pelo ilustre romancista brasileiro, Machado de Assis, em seu conto "O espelho"<sup>95</sup>, cujo subtítulo é "esboço de uma nova teoria das almas". Sabemos que textos com longas citações são temerosos, contudo, empobreceríamos a narrativa dos argumentos se mudássemos as palavras do escritor. Portanto, acompanhemos de perto a tragédia que sustenta a tese da personagem, aceita como categoria de análise em nossa discussão.

Fruto de uma aporia metafísica sobre a alma humana, Jacobina expõe uma tese absolutamente materialista de que no homem existem, ou melhor, coexistem, no mínimo, duas almas: "nada menos que duas almas; [...] uma que olha de dentro para fora, outra que olha de fora para dentro..."<sup>96</sup>. E é assim, resolvendo, "amigavelmente os mais árduos problemas do universo"<sup>97</sup>, que ele argumenta com seus colegas que:

- [...] Em primeiro lugar, não há uma só alma, há duas...  
- Duas?

<sup>92</sup> Figura: A ÚLTIMA GARGALHADA, Friedrich Wilhelm Murnau, 1924.

<sup>93</sup> DEBORD, A Sociedade do Espetáculo, 1967/2003, p. 29.

<sup>94</sup> ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006, p. 117.

<sup>95</sup> ASSIS, O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana, 1882/1994.

<sup>96</sup> Ibid., p. 2.

<sup>97</sup> Ibid., p. 1.

- Nada menos de duas almas. Cada criatura humana traz duas almas consigo: uma que olha de dentro para fora, outra que olha de fora para dentro... Espantem-se à vontade, podem ficar de boca aberta, dar de ombros, tudo; não admito réplica. Se me replicarem, acabo o charuto e vou dormir. A alma exterior pode ser um espírito, um fluido, um homem, muitos homens, um objeto, uma operação. Há casos, por exemplo, em que um simples botão de camisa é a alma exterior de uma pessoa; - e assim também a polca, o voltarete, um livro, uma máquina, um par de botas, uma cavatina, um tambor, etc. Está claro que o ofício dessa segunda alma é transmitir a vida, como a primeira; as duas completam o homem, que é, metafisicamente falando, uma laranja. Quem perde uma das metades, perde naturalmente metade da existência; e casos há, não raros, em que a perda da alma exterior implica a da existência inteira. Shylock, por exemplo. A alma exterior daquele judeu eram os seus ducados; perdê-los equivalia a morrer. "Nunca mais verei o meu ouro, diz ele a Tubal; *é um punhal que me enterras no coração.*" Vejam bem esta frase; a perda dos ducados, alma exterior, era a morte para ele. Agora, é preciso saber que a alma exterior não é sempre a mesma...

- Não?

- Não, senhor; muda de natureza e de estado. Não aludo a certas almas absorventes, como a pátria, com a qual disse o Camões que morria, e o poder, que foi a alma exterior de César e de Cromwell. São almas enérgicas e exclusivas; mas há outras, embora enérgicas, de natureza mudável. Há cavalheiros, por exemplo, cuja alma exterior, nos primeiros anos, foi um chocalho ou um cavalinho de pau, e mais tarde uma provedoria de irmandade, suponhamos. Pela minha parte, conheço uma senhora, - na verdade, gentilíssima, - que muda de alma exterior cinco, seis vezes por ano. Durante a estação lírica é a ópera; cessando a estação, a alma exterior substitui-se por outra: um concerto, um baile do Cassino, a rua do Ouvidor, Petrópolis...[...].<sup>98</sup>

Após esta breve fundamentação teórica, Jacobina relata o caso empírico. Depois de ser nomeado alferes, o então jovem de 25 anos tem, dia-a-dia, sua segunda alma inflada em tal título simbólico. Orgulho para os seus, Jacobina torna-se o alferes. Ou mesmo, *Senhor Alferes*, conforme o tratamento que todos lhe dispensam ao longo de sua estadia no sítio de sua tia D. Marcolina.

[...] - Tinha vinte e cinco anos, era pobre, e acabava de ser nomeado alferes da Guarda Nacional. Não imaginam o acontecimento que isto foi em nossa casa. Minha mãe ficou tão orgulhosa! Tão contente! Chamava-me o seu alferes. Primos e tios, foi tudo uma alegria sincera e pura. [...] <sup>99</sup>.

Eis então que a tragédia lhe sucede. Por circunstâncias do acaso nosso alferes se encontra sozinho em tal sítio. É assim que, só – sem mais ninguém para chamá-lo de alferes (nem tia, tio, empregados

<sup>98</sup> ASSIS, O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana, 1882/1994, p. 3, grifo e aspas do autor.

<sup>99</sup> Ibid., p. 3

e escravos) –, ele experimenta a triste realidade de que a máscara não apenas antecede o rosto, como também se cola a ele.

- [...] O certo é que todas essas coisas, carinhos, atenções, obséquios, fizeram em mim uma transformação, que o natural sentimento da mocidade ajudou e completou. Imaginam, creio eu?

- Não.

- O alferes eliminou o homem. Durante alguns dias as duas naturezas equilibraram-se; mas não tardou que a primitiva cedesse à outra; [...] <sup>100</sup>.

Assim como a realidade tem suas ficções, também a ficção tem sua realidade. Ao menos é onde Zizek<sup>101</sup> se apoia para explicar a distância que a psicanálise de Lacan diz existir entre nós e nossos títulos simbólicos. Distância por vezes sensível, como no caso concreto que o escritor nos relata. É assim que, ao ver-se privado de todo convívio humano, privado das consciências que lhes sustentavam a alma exterior, o alferes experimenta o sofrimento causado pela perda de seu título simbólico e, como relata sem exageros, tem sua vida desdobrando-se até mesmo “pior que a morte”.

Como escreve o poeta, a “farda eliminou o homem” e agora, o aniquilamento desta, há de lhe impor (ao homem) duplo ferimento. Ao se olhar no espelho ele se vê, nas palavras de Machado de Assis, como “sombra da sombra”: a sombra de Jacobina que é, por sua vez, sombra do alferes. A mutilação de sua alma exterior o torna incapaz de reconhecer sua própria figura, sua imagem descolada de si, agora se torna “vaga, esfumada”<sup>102</sup>. Castração simbólica, castração da alma exterior, distúrbio e descolamento de imagens que constitui longo assunto para a psicanálise clínica, mas infelizmente nosso protagonista não dispõe desse luxo.

Mas a astúcia de nosso herói se revela e um subterfúgio provisório é suficiente para lhe arrefecer as mazelas e lhe restituir as duas metades da laranja. Jacobina, guiado “por uma inspiração inexplicável, por um impulso sem cálculo”<sup>103</sup> resolve *revestir-se* com a farda para então postar-se diante do espelho que antes (sem a farda) lhe turvava sua imagem. E assim, como que visto de um outro lugar, por um outro, o espelho lhe devolve a imagem completa.

---

<sup>100</sup> ASSIS, O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana, 1882/1994, p. 3

<sup>101</sup> ZIZEK, Menos que nada: Hegel e a sombra do materialismo dialético, 2012/2013.

<sup>102</sup> ASSIS, op. cit., p. 5.

<sup>103</sup> Ibid., p. 6.

- Vestia-a, aprontei-me de todo; e, como estava defronte do espelho, levantei os olhos, e... não lhes digo nada; o vidro reproduziu então a figura integral; nenhuma linha de menos, nenhum contorno diverso.<sup>104</sup>

E para que não caíamos em um dualismo inocente da oposição moralista entre a máscara e a face, o próprio autor dessa minuciosa “teoria das almas” adverte: “era eu mesmo, o alferes, que achava, enfim, a alma exterior. Essa alma ausente com a dona do sítio, dispersa e fugida com os escravos, ei-la recolhida no espelho”<sup>105</sup>. Era ele, o alferes já biologizado que encontrava a alma exterior, e não Jacobina, afinal, como já foi exposto, é o ser social que determina o homem; e, portanto, o *alferes*, essa alma externa, é na verdade *ele mesmo*.

Talvez esses encontros de almas externas e almas internas se passem realmente assim, com esse *eu mesmo* encontrando finalmente sua alma exterior. Talvez seja de fato assim na estética das coisas suprassensíveis, pelo menos no que diz respeito à intensidade deste re-encontro. Ao menos essa é nossa primeira hipótese: a de que *realmente* amamos as mercadorias. Na verdade, esta suspeita nos serve principalmente para destacar a intensidade dos sentimentos envolvidos na pororoca de almas externas e internas. Com o intuito apenas especulador e metafórico, recorreremos a uma pequena passagem de Freud sobre o que ele denomina como “sentimento-oceânico”<sup>106</sup>.

Tentando penetrar no que seria a causa do sentimento religioso, descrito por um amigo como “um sentimento que ele gostaria de denominar sensação de ‘eternidade’, um sentimento de algo ilimitado, sem barreiras, como que ‘oceânico’”<sup>107</sup>, Freud especula que tal sentimento talvez se trate da sensação de um encontro do Eu com o mundo exterior (os objetos). Argumenta ele que a constituição do objeto (ou seja, do externo) é fruto da exteriorização daquilo que nos desagrada, ou seja, daquilo que desagrada o Eu. Ao passo que um sentimento tão avassalador como o “sentimento-oceânico” seria uma forma de sintonia, de vibração, de encontro, de *re-encontro* entre o indivíduo e o externo. No caso, o *re-encontro* do Eu com o alferes, o *re-encontro* da segunda alma com a primeira.

<sup>104</sup> ASSIS, O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana, 1882/1994, p. 6.

<sup>105</sup> Ibid., p. 6.

<sup>106</sup> FREUD, O mal-estar na civilização, 1929/2011.

<sup>107</sup> Ibid., p. 14, aspas do autor.

O pai da psicanálise cuida em descrever a força do *sentimento* desse re-encontro: "no auge do enamoramento, a fronteira entre Eu e o objeto ameaça desaparecer"<sup>108</sup>. E ainda que possa parecer exagero nossa associação com as mercadorias, uma vez que ele está investigando algo tão profundo e poderoso como o sentimento religioso, o próprio Freud, ateu, argumenta que isso (a fé religiosa) seria de dimensão secundária (*supra-estrutural* na economia da libido), uma vez que, continua ele: "posso imaginar que o sentimento oceânico tenha se vinculado à religião posteriormente. Este ser um com o universo"<sup>109</sup>.

É possível que não se queira aceitar de imediato que o encontro do consumidor com a mercadoria (aquele objeto externo que satisfaz uma necessidade do estômago ou do espírito) seja mediado pela magnitude desse sentimento "*sem barreiras*", pois, de fato, assumir que amamos tão toalmente as mercadorias seria ter de afirmar muitas coisas que se quer esconder, como por exemplo, a distância entre a vida cotidiana e um resto de ética iluminista que se escandaliza diante das injustiças e das contradições de nossa realidade. Parece-nos, é verdade, que é possível amar toalmente as mercadorias, bastando não ser tolo para *declarar* esse apego – o que não deixa de ser, por sua vez, o refúgio de certo cinismo.

Assim, insistimos que a despeito dessa aparente *tonteria* de nossa afinidade com nossas mercadorias, nos parece possível, e até mesmo pertinente, a analogia dessa relação com o sentimento explorado por Freud, ou seja, de que amamos as mercadorias "*oceanicamente*". Ao final de contas, lembramos que os crimes cometidos pelo desejo da mercadoria são (a luz da *razão*) mais difíceis de serem compreendidos do que os religiosos – a estes estamos mais pré-dispostos a conceder a justificativa de uma irracionalidade conhecida. Se é possível "compreender" a disposição de Abraão (cujo "sentimento-oceânico" religioso não se ousa duvidar) para atender o sacrifício que Deus lhe exige, não nos parecem muito estranhas as desumanidades fermentadas pelo desejo das mercadorias; desde a tragédia desenrolada pela frustração de um jovem que mata a avó por não ganhar o presente desejado, até a escravização compulsória de uma acumulação obsessiva. Subjacente a isso, e de maneira curiosa, poderíamos pensar naqueles que em estado de absoluta carência, morrem de frio ao invés de quebrar uma vidraça para se aquecerem na *utilitas* mais fundamental e elementar da arquitetura. O que sem dúvida escandaliza o extremo do que

---

<sup>108</sup> FREUD, O mal-estar na civilização, 1929/2011, p. 30.

<sup>109</sup> Ibid., p. 25.

dizíamos de o *alferes ser ele mesmo*: o ser social não apenas determina a consciência, como é capaz de contrariar o biológico até uma morte estúpida e solitária.

Porém, o que queremos discutir não se trata do amor às mercadorias, mas sim outros afetos, tão avassaladores quanto o amor em sua capacidade de *controle* e de *governo* dos homens. Falamos de ideologia, ou melhor, do tecido ideológico que sustenta o que entenderemos como uma subjetividade social, aquilo que faz os seres sociais fazerem o que fazem, sabendo ou não.

\*

Para compreender a importância desta mudança, felizmente podemos remontar ao filósofo chinês Mêncio. “Quando os homens são dominados pela força – observou ele –, não se submetem em espírito, mas o fazem apenas porque a sua força é inadequada. Quando os homens são dominados pelo poder na personalidade, sentem-se satisfeitos no próprio centro de seu coração e realmente se deixam submeter.”<sup>110</sup>

Juntar os elementos apontados sobre a estética da mercadoria com o "esboço da teoria das almas" de Machado de Assis nos permite uma perspectiva interessante sobre o modo de produção capitalista, que denominamos, talvez sem nada a acrescentar senão metáforas, de *mercado das almas*.

Evidentemente que é de se desconfiar que a alma humana anteceda ao capitalismo, porém o desenvolvimento de um mercado das almas nos parece certamente restrito a algumas condições históricas. Tratamos, na verdade, de almas materiais, complementando o modo de produção capitalista como um modo de produção capitalista de almas<sup>111</sup> – de almas externas, caso estivermos naquele primeiro momento, antes da pororoca e da posse, em que a farda ainda não eliminou o homem.

Eis que talvez o modo de produção material desdobrado sobre uma luta de classe se substancie em uma luta de almas; partiríamos assim da produção, circulação e da venda de átomos, para a simonia. Como argumentaremos posteriormente, trata-se de um tipo de comércio de indulgência

---

<sup>110</sup> MUMFORD, A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas, 1961/1998, p. 82.

<sup>111</sup> É bastante lógico e assuntível que, se é possível tratar de um modo de produção capitalista de almas este será correlato a um modo de produção de almas capitalistas.

muito especial, diante do qual se é tão livre para aderir quanto em qualquer outra liberdade conhecida até o momento – tão livre quanto crer ou queimar no inferno por toda eternidade, tão livre quanto a venda da força de trabalho diante da liberdade para se morrer de fome<sup>112</sup>.

Ao falar dessas almas externas não nos atemos exclusivamente à propaganda, dessa espécie desdobrada de uma hipertrofia da imagem sedutora, que há muito é inseparável do que hoje é vivido como cultura. Nem mesmo da propaganda (há muito desvencilhada de um “valor de uso tradicional”) de uma posição social prometida no reflexo do espelho fornecido pelos olhos dos *outros*, e que todos sabem que sempre e invariavelmente promete muito e cumpre pouco. Não se trata de algo puramente externo; descolado e colado por sobre a matéria. No mercado das almas, essa dimensão é inerente: aqui não apenas a propaganda é a alma do negócio: a alma é que é o próprio negócio.

A cultura é uma mercadoria paradoxal. (...) Quanto maior é a certeza de que poderia viver sem toda essa indústria cultural, maior a saturação e a apatia que ela não pode deixar de produzir entre os consumidores. Por si só ela não consegue fazer muito contra essa tendência. A publicidade é seu elixir da vida. Mas como seu produto reduz incessantemente o prazer que promete como mercadoria a uma simples promessa, ele acaba por coincidir com a publicidade de que precisa, por ser intragável.<sup>113</sup>

Apesar das longas raízes da sociedade burguesa e da divindade (onipresente e onipotente) do *Mercado*, é de se imaginar que capitalismo não tenha inventado sequer a alma (humana) externa. Porém, nos é evidente que a ele foi outorgado, por procuração duvidosa, o direito de com sopro divino animar os bonecos de barros a saírem por aí assombrando o mundo dos homens. Pois, dando sequência ao conteúdo do capítulo antecedente, pressupomos que a comunicação simbólica engendrada na linguagem dessas almas externas se sustenta em sintonia com a base formada nas relações de produção. Posto isso, podemos refinar os objetivos de uma investigação sobre a percepção das mercadorias como uma linguagem, para uma estética do mercado de almas ou até mesmo: uma estética das almas.

Contudo, antes de avançarmos será preciso fazer um parêntese. Parece-nos que a crítica da estética da mercadoria aportada anteriormente possui fundamentos suficientes para sustentar o desdobramento do universo simbólico da embalagem da mercadoria (arquitetura), manifestando-

---

<sup>112</sup> ADORNO; HORKHEIMER, *Dialética do esclarecimento*, 1944/2006.

<sup>113</sup> *Ibid.*, p. 134.

se como almas externas e alimentando a vida à luz do “hieróglifo social”. Talvez, antes ainda, leitores mais experientes, com mais capacidade e certeza que nós, já devem ter relacionado o assunto que tateamos com o “caráter fetichista da mercadoria” tal como descrito pelo próprio Marx<sup>114</sup>. Sem dúvida estamos falando dentro e a partir do reino encantado da mercadoria, de relações sociais *reificadas* e plenas de feitiços. Porém, infelizmente as conclusões de Marx nessa passagem não nos são completamente penetráveis, ao menos não diante do que supomos ser a potência desse *princípio*. Talvez por estarem por demais prontas e acabadas permaneçam por demais enigmáticas, mas sem dúvida essas suas ideias aparecem sempre à frente, esperando e olhando para trás <sup>115</sup>.

Em uma palavra poderíamos definir o mercado de almas como a forma estética com que o hieróglifo social, inerente ao fetiche da mercadoria – e, portanto, ao modo de produção capitalista, se apresenta e atua de maneira ideológica na legitimação dessa ordem social e na dominação do homem. Para avançarmos em direção a isso, onde ainda poderíamos destacar como objetivo central a vontade de ilustrar a maneira e a força com que isso acontece, apoiaremos aquilo que jocosamente chamamos de estética das almas externas (ou apenas estética das almas) na *ordem simbólica* da psicanálise lacaniana. Após esse intercurso, estaremos melhor embasados para discutirmos o mercado de almas.

Com as observações lacanianas sobre o simbólico tentaremos compreender o que realmente aconteceu com Jacobina na solidão daquele sítio, ou seja, como um distúrbio estético na sua aparência (a falta da farda) foi capaz de privá-lo de faculdade de juízo e de sua felicidade. Imaginamos que antes de qualquer equívoco sentimental oceânico acerca de um amor transcendental àquela farda, o que de fato aconteceu naquele quarto, no momento fatídico em que o alferes se vê defronte ao espelho, foi, antes de tudo, uma tentativa (mais ou menos) bem sucedida de um assassinato. E o mais aterrorizante: um assassinato sem crime. Algo próximo de um

---

<sup>114</sup> MARX, O capital: crítica da economia política - Livro I, 1867/2013.

<sup>115</sup> Sobre isso David Harvey, um dos maiores expoentes do marxismo contemporâneo, também dá testemunho. Escreve ele sobre as observações de cunho mais enigmáticas desse conceito de Marx. “Esse item é escrito num estilo completamente diferente, quase literário – evocativo e metafórico, imaginativo, lúdico e emotivo, cheio de alusões e referências a mágica, mistérios e necromancias (...). Os interessados em desenvolver uma teoria político-econômica rigorosa a partir de Marx, por exemplo, costumam ver o fetichismo como um conceito estranho, que não deve ser levado muito a sério. Por outro lado, aqueles de convicção mais filosófica ou literária tratam o fetichismo muitas vezes como a pepita de ouro, o momento fundamental do entendimento de Marx a respeito do mundo”. Sem dúvida tendemos a nos inserir no segundo grupo, pois guardadas as devidas competências, creditamos ao fetiche da mercadoria grande importância para a compreensão dos fenômenos sociais. HARVEY, Para entender o capital, Livro I, 2010/2013.

sacrifício. O sacrifício compulsório ao sujeito ainda que para ele isso venha fantasiado como livre escolha.

\*

Todos esses olhares me devoram... (ele se vira de repente.) E vocês, são apenas duas? Ah, eu pensava que vocês seriam muito mais numerosas. (Ri) Então, é isto o inferno. Eu não poderia acreditar... Vocês se lembram: enxofre, fornalhas, grelhas... Ah! Que piada. Não precisa de nada disso: o inferno são os Outros!<sup>116</sup>

Por se tratar de um termo que assume uma gama de significados muitos variados frente à ampla literatura que o emprega, é importante precisar o sentido que o termo *simbólico* possui em nossa especulação, ainda que brevemente.

Para nos orientarmos no universo da ordem simbólica da psicanálise lacaniana, nos apoiaremos amplamente na leitura que o filósofo e psicanalista esloveno Slavoj Žižek<sup>117</sup> faz de Lacan. De maneira sucinta, escreve ele que:

A ordem simbólica, a constituição não escrita da sociedade, é a segunda natureza de todo ser falante: ela está aqui, dirigindo e controlando os meus atos; é o mar em que nado, mas permanece essencialmente impenetrável - nunca posso pô-la diante de mim e segurá-la.<sup>118</sup>

Trata-se dos fios invisíveis da trama do tecido social, o conjunto de suas regras e de toda sorte de pressupostos necessários para a vida coletiva daquele momento. Quase desnecessário dizer que tais pressupostos não flutuam nem no ar e nem no tempo, mas são historicamente construídos e historicamente desconstruídos. Tampouco a consciência acerca deles os tornam domesticáveis frente a essa consciência particular, a emancipação sobre tal ordem não se frutifica apenas no ato de sua objetivação consciente. Embora a verdade que nos interessa é que boa parte de tais pressupostos são vividos sem serem percebidos – de caráter ideológico, portanto –, ainda que amiúde estejam acompanhados de um leve incômodo acerca da imposição de suas demandas.

<sup>116</sup> SARTRE, Entre quatro paredes, 1944/2005.

<sup>117</sup> No decurso desse capítulo, aludiremos a obra introdutória de Žižek: ŽIŽEK, Como ler Lacan, 2006/2010; ŽIŽEK, Menos que nada: Hegel e a sombra do materialismo dialético, 2012/2013.

<sup>118</sup> ŽIŽEK, Como ler Lacan, 2006/2010, p. 16.

Não se trata, porém, de uma rede de pressupostos externa ao sujeito. Ao contrário, a existência do sujeito depende de sua adesão à ordem simbólica dessa sociedade; dito de outro modo: o sujeito só existe e tem sentido na medida em que é construído e vive dentro dessa ordem. Essa é a sua (segunda) *natureza* e desde a linguagem que ele articula para se comunicar até o conteúdo de qualquer mensagem, toda a comunicação é pautada nos limites e sob a vigília da ordem simbólica estabelecida. E é isso o que precisamente nos interessa na ordem simbólica, vejamos o que escreve Zizek,

O grande Outro opera num nível simbólico. (...) Quando falamos (ou quando ouvimos), nunca interagimos simplesmente com outros; nossa atividade de fala é fundada em nossa aceitação e dependência de uma complexa rede de regras e outros tipos de pressupostos.<sup>119</sup>

A efetividade dessa dimensão simbólica, dessa “complexa rede de regras”, obviamente está atrelada a sua constante produção e reprodução, ou seja, é preciso que os sujeitos “tomem conhecimento” dela – conhecimento que pode prescindir (e amiúde prescinde) da consciência, tanto quanto é possível encher e esvaziar os pulmões de ar sem saber que se respira. Isso conduz a outro ponto importante, como escreve Lacan: a ordem simbólica é domínio do grande Outro – alguém e todos são sabedores dela. Não apenas na expiação dos pecados no inferno de Sartre, mas em toda existência somos pautados pela presença permanente de um Outro que nos exige, nos fala e nos dirige.

A noção acerca desse outro (do grande Outro) de Lacan é imprescindível em nossos argumentos. Naturalmente esse conceito é mais complexo do que exposto acima, e voltaremos a ele mais adiante, mas por hora já temos elementos suficientes para voltarmos à nossa investigação sobre as almas de Jacobina. Por estarmos diante de um traço inescapável da constituição do sujeito, não nos faltariam relatos na *fantasia* da literatura ou na realidade cotidiana, capazes de explicar o ocorrido com o alferes. Tanto que, para explicar o processo de castração simbólica, Zizek recorre a uma peça de Shakespeare sobre o Rei Ricardo II, que sobre esse aspecto é análoga ao nosso conto.

De maneira sucinta, o dramaturgo e o filósofo explicam a história desse rei que, perplexo com a realidade, passa a se indagar sobre a autoridade de sua coroa. Questiona-se ele sobre qual a *substância* que lhe outorga a realeza, ou seja, o que há nele que o faz rei? Seu progressivo

---

<sup>119</sup> ZIZEK, Como ler Lacan, 2006/2010, p. 17.

questionamento desenvolve-se em um quadro histórico<sup>120</sup>: ele se torna incapaz de compreender e distinguir a legitimidade “sua” (do seu ser Ricardo) e a do seu título simbólico. Percebe essa pobre personagem que ele, sem a coroa, não é rei. Uma lição tonta, cuja compreensão visceral talvez seja mais possível de acontecer a uma criança entediada do que a um adulto, quando a desconfiança já se tornou emocionalmente custosa.

Ricardo II, essa espécie falha de Jó (que mantêm sua identidade simbólica (sua fé), quando “tudo” lhe é tirado), já não reconhece sentido aos títulos simbólicos, o que nos permite especular que estas (coisas externas) já não lhe possuem qualquer valor, legitimidade ou utilidade<sup>121</sup>. E assim, despido de tais títulos e nomes, quase nu como veio ao mundo, o que Ricardo encontra não é propriamente a libertação de uma ordem opressora, ou ao menos não somente isso, mas a própria perda de sua identidade. A ausência de sentido daquela ordem simbólica é também a ausência de sentido do próprio sujeito, e "estando Ricardo privado de seus títulos simbólicos, sua identidade derrete como um boneco de neve ao sol"<sup>122</sup>

Eis aí o sofrimento “pior que a morte” que nos é relatado por Machado de Assis na solidão daquele sítio: privado de seu título simbólico, nosso Jacobina derretia sem o alferes. Em sua própria pele, ele descobre que o alferes só pode existir na presença dos outros, do Outro de Lacan. O título simbólico depende de outro para existir, e tanto quanto a coroa do rei, o nome “alferes” não tem sentido e valor com a ausência dos outros. E é assim que Jacobina experimenta o famoso processo de “castração simbólica”, essa subtração em sua identidade (simbólica).

Essas insígnias são externas, não parte de minha natureza: eu as visto, eu as uso para exercer poder. Como tais, elas me "castram", introduzindo um hiato entre o que eu sou imediatamente e a função que eu exerço (nunca estou completo no nível de minha função). É isso que a famigerada "castração simbólica" significa: a castração que ocorre pelo próprio fato de eu ser apanhado na ordem simbólica, assumindo uma máscara ou título simbólico. A castração é o hiato entre o que eu sou imediatamente e o título simbólico que me confere certo status e autoridade.<sup>123</sup>

<sup>120</sup> “A histeria emerge quando o sujeito começa a questionar ou sentir desconforto com sua identidade simbólica”. ZIZEK, Como ler Lacan, 2006/2010, p. 47.

<sup>121</sup> Caso a coroa fosse uma mercadoria, estaria em vias de deixar de ser na medida que deixa de ser coisa útil para outrem.

<sup>122</sup> ZIZEK, op. cit., p. 48.

<sup>123</sup> Ibid., p. 46.

E não exagera a personagem no relato de sua dor, da “solidão que tomou proporções enormes”<sup>124</sup>. A castração simbólica é capaz de embaraçar toda sua existência – desde fora até lá dentro, ou seja, tanto a alma externa como a alma interna. E se, ao se olhar no espelho, “o próprio vidro parecia conjurado com o resto do universo; não me estampou a figura nítida e inteira, mas vaga, esfumada, difusa”<sup>125</sup>, é por que a distopia em que se encontram suas percepções é capaz de se sobrepor a qualquer contra-argumentação racional de sua consciência.

Outros relatos poderiam testemunhar isso. No romance de Kafa<sup>126</sup>, aquele universo aparentemente sem sentido não sucumbe diante da ingênua contra-argumentação lógica do Senhor K.. De fato, a argumentação parece inútil frente à dureza do tecido simbólico, parece que o jargão "quem tem roupa vai a Roma" possa ser mais verossímil que a sua versão popular. Como sintetiza a Zizek:

[...] nunca deveríamos subestimar o poder das aparências. Por vezes, quando perturbamos inadvertidamente as aparências, a própria coisa que está por trás delas também se despedaça.<sup>127</sup>

Derretido e despedaçado. Castrado em sua identidade simbólica, o alferes subtraído de sua farda padece. Sua alegria padece, suas percepções padecem, sua realidade empírica e sua existência padecem. E Jacobina, por tabela, padece junto. Poderíamos esperar que ele, ao invés de fraquejar diante da aniquilação de sua farda pudesse, como por aí se aconselha, “apegar-se a outra coisa”, (quem sabe até a si mesmo!), e firme como uma rocha diante das ondas, permanecer imóvel durante a tormenta!

Mas a questão não é tão simples assim, e tampouco ficaria mais fácil dessa forma. Na verdade, o sofrimento de Jacobina não entra na estatística da exceção, mas ao contrário, é uma tragédia anunciada. Tanto quanto o destino cobra Édipo pelas escolhas que ele tinha que ter feito, Jacobina revela um fadário que todos nós conhecemos.

A questão que se coloca para Jacobina é a de sua própria constituição enquanto sujeito frente a sua existência enquanto indivíduo. Sem aquela farda ele não pertenceria àquela sociedade, ao menos não daquela maneira em que ele se cria tão amado. A distância que lhe é revelada entre o

---

<sup>124</sup> ASSIS, O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana, 1882/1994, p. 4.

<sup>125</sup> ZIZEK, Como ler Lacan, 2006/2010, p. 5.

<sup>126</sup> KAFKA, O processo, 1925/2005.

<sup>127</sup> ZIZEK, op. cit., p. 35-36.

seu nome e a sua “pessoa” é para ele uma ameaça de solidão, de exclusão e de vergonha. Em uma palavra, é a ameaça de desintegrar-se enquanto sujeito.

O dilema que lhe aflige pode ser lido como o ter-que vestir a farda para “poder existir”. Para *parecer* e *ser* alguma coisa que não “um piolho estético”, como diz Raskólnikov<sup>128</sup>, ou uma barata estética como Gregor Samsa. Equivocadamente, isto pode parecer uma *tonteria*, uma concessão derivada de uma pequena fraqueza. No entanto, devemos avançar efetivamente na compreensão de que essas aparências, não são apanágios a um sujeito que existe (ou resiste) intrépido, mas o meio de sua própria constituição e do seu metabolismo com o seu “entorno”. **A aparência da identidade simbólica** não se contrapõe a uma essência, ela é enraizada nas entranhas, e separa-las das coisas com que elas se apresentam é tão possível quanto separar as faces de uma fita de Moebius. E como o desejo de qualquer ordem é o de ser cumprida, a ordem simbólica não pode prescindir da fidelidade daqueles que a ela se subordinam e que acabam por lhe conferir legitimidade.

E é exatamente isso que está sendo exigido de Jacobina, ele está sendo enquadrado. Miseravelmente enquadrado a aderir à ordem simbólica e ao posto que lhe é proposto. E é em resposta a isso, ainda que sem a *consciência* acerca de sua impotência, que será guiado em seu sofrimento por um “impulso sem cálculo”; um impulso que sabe o que ele próprio desconhece, para que assim possa sobreviver de alguma forma. Se por um lado esse vestir a farda aparece assim como um “impulso sem cálculo” de sua sobrevivência em uma vida coletiva, por outro é também uma pulsão de morte, de sacrifício.

Embora o relato de sua tragédia atribua sua dor à perda de sua alma externa, a perda daquela “alma ausente com a dona do sítio, dispersa e fugida com os escravos”<sup>129</sup>, o seu verdadeiro martírio não é o de um isolamento absoluto. A ausência de todos naquele sítio não lhe deixou sozinho, os outros não levaram o grande *outro* em sua fuga. Senão o contrário, a fuga deles possibilitou o aparecimento do *outro* em uma dimensão colossal e insuportável. E é justamente *ele* que está lá, ao seu lado, lhe oprimindo e lhe exigindo a farda. É a essa demanda que ele atende naquele momento fatídico em que, trajado de Alferes, posta-se diante do espelho. Personificando o *outro*, o espelho é capaz de lhe devolver a identidade simbólica, de lhe afirmar sua *imagem social*. E é isso o que realmente aqui significa vestir a farda: aceitar a ordem simbólica, negociar com o *outro*. Tão antigo quanto um sacrifício pré-histórico tentando aplacar a ira dos deuses trocando oferendas,

---

<sup>128</sup> DOSTOIÉVSKI, Crime e castigo, 1866/2016.

<sup>129</sup> ASSIS, O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana, 1882/1994, p. 6.

Jacobina está negociando, a suas custas, para aplacar o *outro*. É uma troca. É uma troca (duvidosa) e, ao mesmo tempo, é uma celebração. Se “o sacrifício está relacionado a celebração do coletivo, onde deve refluir o sangue do que foi sacrificado”<sup>130</sup>, veremos, no caso, a celebração da alferização sobre o sangue escorrido da irrelevância da alma de Jacobina.

Frente a essa explanação, seria perfeitamente plausível contra-argumentar que o sofrimento de Jacobina decorra da perda de algo que ele gostava, da ausência de alguma coisa que *realmente* lhe dava prazer. Conforme argumentamos, não negamos que, talvez, ele realmente amasse aquela roupa. Porém, nos pareceria descabido tentar separar, aquilo que seria esse amor (fruto de *sua* vontade) daquilo que já lhe era de toda sorte uma coisa *necessária*; tão descabido quanto tentar separar do homem a sua parte pensante. Difícil crer que aquele “gostar” bastaria para explicar a tragédia. Atrás das figuras que aparecem no teatro de sombra, a dor causada pela falta daquele objeto não revela que se trata de um desejo por *aquela* objeto especificamente, um desejo pelo seu corpo material. Na verdade, nos interessa relevar aqui que a farda é um *meio* para satisfazer uma necessidade e não o necessário em si. Sua substância continua a existir durante sua estadia, porém agora desprovida de sentido, é verdade. Tampouco parece se tratar de um desejo por alguma “substância” i-material que estaria metafisicamente aprisionada àquele objeto, como o *belo* para alguns.

Poucas coisas poderiam relatar isso melhor do que uma das obras primas do cinema expressionista alemão, o filme “A última gargalhada”<sup>131</sup>. Nele encontraremos as mesmas almas, a mesma dor, a mesma distopia nos sentidos, o mesmo fadário, a mesma miséria.

Sem recorrer para a solidão de um sítio, assiste-se com horror o protagonista dessa tragédia ser brutalmente amputado de seu título simbólico em plena *luz do dia*. Não mais escondido dos outros, mas diante de todos, ele é castrado de sua alma externa, daquilo que lhe permitia ser alguém – para si e para os demais. Tanto mais verossímil e tanto pior; acaso o alferes se deparasse não com a ausência de toda consciência externa, mas com a presença de outros que não reconhecessem sua imagem simbólica, teríamos que acrescentar à sua solidão a companhia da vergonha e, quem sabe, de gargalhadas.

A história daquele senhor cuja alma externa era a vestimenta de seu trabalho, que se orgulhava de ser o porteiro de um imponente hotel, mas que perde seu posto ao se tornar ele mercadoria

---

<sup>130</sup> ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006, p. 52.

<sup>131</sup> A ÚLTIMA GARGALHADA, Friedrich Wilhelm Murnau, 1924.

obsoleta. Ao ser castrado de seu uniforme, ao ser despido violentamente de sua alma, assiste sem reação, tendo que aceitar a violência que o destino lhe dispensa. E, sem a astúcia do alferes, sem a possibilidade de apaziguar os *outros* e resgatar sua identidade simbólica, padece até o fim de suas esperanças. Para ele, como constata Murnau, não resta muito, além da morte.

Entre inúmeras cenas memoráveis, gostaríamos de lembrar uma que revela o terror desse pobre homem comum. Talvez em delírio, talvez embriagado, mas certamente esmagado como uma barata, nosso *concierge* sonha que é capaz de carregar malas gigantescas apenas com uma das mãos, para os seus dedos elas não pesam mais do que uma esponja. Ele atravessa a imponente fachada do hotel, passa pela porta giratória (todos já o aguardam!), entra no grande hall do prédio e brincando com as malas, joga-as para cima como um malabarista faria com um chapéu – ele tem o mundo (o seu mundo) em suas mãos, tanto quanto o grande ditador de Chaplin tem o globo. Nesse momento de glória todos o vêem. Todos o reconhecem e o aplaudem; eis a sua consagração: ele é aceito, desejado e, quem sabe, até mesmo, amado. Seria difícil de perscrutar outro sentimento desse homem amedrontado, desse trabalhador desprovido dos meios de sua própria subsistência, que não o desejo de ser amado, a florado sob o terror de não ser aceito.

É sob essa condição que o mercado de almas se senta à mesa para negociar com seus membros. Talvez seja interessante observar o segundo final que o diretor dá ao enredo desse filme, já que o primeiro era demasiadamente triste. No final improvável, o pobre homem desalmado herda milagrosamente uma grande fortuna, e cabe a ele agora a última gargalhada. Mas nesse desfecho, além do contorno não sublimado daquela dor, o que realmente se torna latente, é que a economia e as finanças estão absolutamente imbricadas com nossas almas. Tanto quanto o sentimento de *vergonha* não está, aí, dissociado do sentimento de *poder*.

A aparência dessa identidade simbólica não deve ser contraposta a uma essência, ela existe para ser o que é, e como vimos, essas aparências são de ordem visceral e construtoras do indivíduo. Seria possível supor que no sonho daquele ex-porteiro, em que ele se vê aceito e aplaudido, as malas com a qual se exhibe jogando para cima, a imponente fachada, a porta giratória, o imponente espaço do hall de entrada, sejam de ordem circunstancial ao seu desejo de fazer parte. Até mesmo a farda pode ser entendida como circunstancial – já assumimos que ela, assim como tudo e cada coisa que se aglutina ao mercado de almas, são apenas bilhetes de entrada. Porém, o que essa perspectiva embora factível, não revela, é que a estética é o lugar de consolidação desse tribunal,

dentro dele não há separação entre “ser” e “parecer”, esses são tão separáveis quanto às faces de uma fita de Möbius.

\*

Eu apenas não queria passar diante de minha mãe faminta, apertando o meu rublo no bolso à espera da “felicidade geral” (...) Ah-ah! Por que me deixaram entrar? é que eu só vivo uma vez, é que eu também quero... Ora veja, eu sou um piolho estético, nada mais.<sup>132</sup>

Antes de nosso intercurso sobre as castrações simbólicas afirmávamos que o mercado de almas era a forma estética do hieróglifo social desdobrado do fetiche da mercadoria, tendo a segunda alma a qualidade de um título simbólico e a incumbência de reproduzir, de maneira legítima, essa ordem social. Esses títulos simbólicos, manifestados esteticamente nas infinitas formas possíveis das almas externas, cumprindo uma função comunicativa e performática no espaço social, consolidam a linguagem fetichista da qual emerge a realidade cotidiana da supra-estrutura do modo de produção capitalista.

Evidentemente que a abrangência dessa observação poderia ser derivada em inúmeras direções e análises, além, é claro, dos questionamentos quanto à sua validade. Diante disso, deixamos claro que, no que diz respeito ao finito escopo desse texto, pretendemos argumentar somente alguns dos traços que julgamos fundamentais desse mercado de almas e da vida que nele se vive.

Talvez seja verdade que nem todas as almas externas se tratem, necessariamente, de mercadorias, mesmo no estágio do capitalismo tardio é possível admitir, ao menos em teoria, a existência de espíritos ainda “não profanados” pela comercialização vulgar. Estaríamos por certo equivocados se imaginássemos que as almas externas são necessariamente produzidas *direta e exclusivamente* pelo movimento do capital, como argumenta o sociólogo francês Pierre Bourdieu<sup>133</sup> ao destrinchar a economia dos bens simbólicos. Não está nas intenções dessa pesquisa investigar a produção e a economia dessas almas, embora voltaremos a nos posicionar em relação a tais argumentos mais adiante. Por hora frisamos que, a despeito da não univocidade absoluta do capital (econômico) sobre a determinação completa das almas externas, supomos que são eles, os espíritos das

---

<sup>132</sup> DOSTOIÉVSKI, Crime e castigo, 1866/2016, p. 281.

<sup>133</sup> Discutiremos essa questão mais adiante, ainda nesse capítulo.

mercadorias, que correspondem à totalidade dos fantasmas que assombram esse mundo *des-humanizados* pelo mercado expropriador de almas.

Seja como for, o que importa é que essas coisas externas são materialmente produzidas e, também, materialmente necessárias e percebidas. E Machado de Assis pode nos ajudar a compreender isso, que julgamos ser um dos pontos de apoio mais importantes e difíceis da filosofia materialista e Marxista. Pois, se contrapormos aquela definição de Marx da mercadoria como “coisa *externa*” ao conceito da “alma *externa*” de Machado de Assis, será possível entender aquela pororoca de almas (o encontro da alma externa com a alma interna), como uma demonstração didática de que é o ser-social que determina a consciência, e não o contrário. Que a construção da “coisa externa” é, na verdade, a construção da “coisa interna”. E que, portanto, as almas das mercadorias são, também, as almas daqueles a quem elas possuem. Ainda que tenhamos concordado anteriormente com a suspeita brejeira d’O capital não ser o inventor da alma humana, é preciso destacar que ele tem, pelo menos, procuração para criá-las. Cabe ao onipresente mercado de almas o sopro divino que anima o barro das *coisas externas* e das *coisas internas*.

Contudo, não está em nossa alçada o rastreamento antropológico da aparência e da castração simbólica. Tampouco especular sobre a hipótese dessas categorias em uma sociedade utópica. Nossos limites se restringem, grosso modo, ao desdobramento estético-simbólico do modo de produção capitalista, notadamente naquilo que ampla literatura acorda como *produção industrial da cultura*, e com uma ênfase um pouco mais acentuada ao pós-modernismo do capitalismo tardio, onde nos parece que a existência estética de ordem simbólica se impregna e anima o mundo das mercadorias “externas” com intensidade inaudita e pujante. A bem dizer aquilo que denominamos como mercado de almas, pouco acrescenta em termos conceituais à *indústria cultural* da escola de Frankfurt, senão um testemunho dramático-pedagógico. A onipresença e onipotência dessa voz ameaçadora é a graxa para engrenagem capitalista produzir e reproduzir o que muito chamam de cultura industrializada, mas que seguramente nós, imersos e maturados no “capitalismo tardio”, que respiramos a potente ideologia neoliberal no alvorecer conturbado do século XXI, viventes em país periférico, podemos seguramente chamar de vida.

Voltamos agora de onde tínhamos partido no início desse capítulo, da estética das mercadorias, mas agora munidos para melhor compreender a relação delas com os sujeitos que as consomem, e vice-versa. O fato de a ordem simbólica ter expressão (e função) estética no momento histórico que a produz não é novidade nessa dissertação. Na introdução da estética da mercadoria de Haug,

afirmávamos que o fetiche precede a ordem capitalista. E as representações de poder solidificadas nas pedras e nas peles da arquitetura são um claro testemunho da importância que a expressão estética tem na legitimação de uma ordem social (desnecessário dizer) desigual. Se as relações sociais assim cristalizadas esteticamente tendem, por isso, a ser conservadoras, ou se expressam novos tempos, anunciando aquilo que é vetado aos demais objetos-pares, ou ainda se conseguem sublimar a dor e a condição imposta pelas circunstâncias daquele momento, são questões que só podem ser respondidas com prudência no corpo-a-corpo de uma investigação micro-histórica.

Porém, a despeito de nossa discussão não contar com a minúcia possibilitada por uma análise empírica, tanto quanto por estarmos interessados na re-produção de determinada ordem, portanto, na regra e no caráter conservador das manifestações estéticas, nos parece plausível a suspeita de que, no capitalismo, a ideologia, bem como suas possíveis corporificações estéticas, tem que tecer teias tanto mais sólidas quanto mais outras formas de sujeição do homem se tornam ilegítimas.

Se for correto que a redução na sensação de violência – vinculada ao desenvolvimento de novos parâmetros de justiça e liberdade, contidos naquilo que se entende por progresso –, ainda se arraste pela história das lutas de classe, é de se desconfiar que, quanto mais esclarecida a sociedade, maior será a relevância adquirida por tudo aquilo que for capaz de legitimar essa história (de luta), sem ter de assumir ou contrariar aquilo que se entende como violência ou injustiça.

É no bojo desse movimento que atentamos para o mercado de almas e sua constante violência simbólica. Frente a isso, é possível dar o peso devido àquela observação de Haug, quanto a aparência se tornar (mais) importante, senão, até mesmo, mitológica. É assim que, subjacente a isso, na outra volta do parafuso, essa relevância da aparência põe em evidência o próprio mito que constrói, para em um só golpe, acabar por desmistificar o já denunciado *esclarecimento desmitologizante*<sup>134</sup>.

Eis aí a razão da digressão sobre a pororoca de almas e a castração simbólica. Por que, a despeito de suas raízes históricas, se a castração, tal como definida aqui, é uma importante instância para reprodução e legitimação da ordem capitalista em geral, tanto mais é para a cultura industrializada em específico. Aqui, a castração é a graxa da engrenagem, aquilo que obriga o sujeito (de corpo, alma e coração) a repor a alma que lhe foi subtraída. Como explicam os teóricos de Frankfurt,

---

<sup>134</sup> ADORNO; HORKHEIMER, *Dialética do esclarecimento*, 1944/2006.

Contrariamente ao que se passa na era liberal, a cultura industrializada pode se permitir, tanto quanto a cultura nacional-popular no fascismo, a indignação com o capitalismo; o que ela não pode permitir é a abdicação da ameaça de castração. Pois esta constitui sua própria essência.<sup>135</sup>

É sob essa constante ameaça de castração que o mercado de almas interroga seus membros. Através da reificação do *outro* em toda e qualquer parte, que ele desnuda todos até a condição de um “piolho estético” como diz Raskólnikov, e certamente com mais autoridade que a atual voz paterna, é capaz de metamorfosear os sujeitos em uma barata amedrontada. O mercado de almas tanto mais se fortalece quanto mais se alimenta do medo e da expropriação das almas, no horizonte da vergonha do anonimato do operariado, que diante dele, beira a não existência. Ele é tanto mais forte quanto mais efetivo for a redução de todos à condição de Franz<sup>136</sup>. A ameaça da castração transforma todos em Franz, mas como não sublima<sup>137</sup>, fica apenas o Franz, sem o Kafka.

A voz do outro, a voz da castração é a quase a voz de uma lei, porém é certamente é mais poderosa que as letras de uma lei. A sua não existência nessa forma não possibilita, sequer, a expiação e a redenção do castigo pela transgressão à demanda do outro, pois concordam ambos os escritores acima, tanto quanto Sartre, que o castigo da lei é inferior ao castigo do outro.

É com essa voz estrondosa que o simbólico do mercado de almas transparece esteticamente no “hieróglifo social”, materializando o suprassensível no universo sensível em uma linguagem tão cristalina e efetiva que, por certo, é capaz de embaraçar qualquer comunicação pretensamente objetivada pelo consciente. Como descreve Guy Debord, “O mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, ao mesmo tempo em que se faz reconhecer como o sensível por excelência”<sup>138</sup>. Dispensando explicações e maiores erudições esse suprassensível-sensível é rapidamente inculcado por todos, e sua onipresença profética contraria qualquer um que queira crer no fim das metanarrativas.

No mercado de almas o *outro* foi dilatado em *outro-líquido*, em um esteta obsessivo. Ocupando progressivamente os poros do espaço e avançando sobre os segundos do dia ele inquire e subordina todos. Sua virtualidade revela uma dimensão tão assombrosa quanto aquela terrível

---

<sup>135</sup> ADORNO; HORKHEIMER, *Dialética do esclarecimento*, 1944/2006, p. 117.

<sup>136</sup> Equivalente ao João em português. Ou seja, um nome comum que não garante a afirmação da existência singular e distinta.

<sup>137</sup> ADORNO; HORKHEIMER, *op. cit.*

<sup>138</sup> DEBORD, *A Sociedade do Espetáculo: Projeto Periferia*, 1967/2003, p. 29.

figura do alto-falante, lembrada por Adorno e Horkheimer, que pode comandar tanto o holocausto quanto a compra de bugigangas<sup>139</sup>. Mas após o *führer*, o alto-falante teve que se tornar menos evidente. E também a voz da obediência cultural teve que parecer menos *impessoal*. O antigo alto-falante radiofônico se tornou portátil, e de boa vontade é carregado no bolso, junto com um *outro* virtualizado, que de tão conectado já quase sequer pisca. Mas não são as mudanças nas ondas das plataformas que espantam, mas o fato de, ao menos em potencial, essa voz ser tanto mais poderosa quanto mais passar (realmente) despercebida, quanto mais estiver neutralizada na ordem do dia; seja essa ordem para aquisição banal de novas almas externas, seja o julgamento (e a condenação) das almas alheias. O desdobramento sádico desse potencial é quanto essa voz que oprime os sujeitos será também a que direcionará a violência que ela mesma fomenta. Não será um fato inaudito que a violência internalizada sirva ao comando da voz que a criou.

Mas deixemos de lado essa importante digressão subjacente, e retornemos ao espaço simbólico que, como explica Zizek, é inalado como se inala um gás da atmosfera e existe com uma legibilidade invejada por qualquer artista.

O espaço simbólico funciona como um padrão de comparação contra o qual posso me medir. E é por isso que o grande Outro pode ser personificado ou reificado como um agente único (...).<sup>140</sup>

Devemos lembrar que a farda do alferes, tanto quanto daquele *concierge* idoso, é apenas um bilhete de entrada nesse mercado. Trocas simbólicas de uma breve alforria por uma falsa indulgência. Um pequeno sacrifício que, apaziguando os deuses, reforçam a submissão. O fato é que poderia ser qualquer *outro* objeto, afinal, como se sabe, os espíritos não tem forma definida – possuem na verdade a forma daqueles a quem eles possuem. E as almas externas têm dessas coisas também, possuem um caráter polimórfico por assim dizer, por isso podem caber em qualquer canto. E, em teoria, qualquer valor de uso pode lhe servir de suporte: como observava Machado de Assis, poderia manifestar-se na “polca, o voltarete, um livro, uma máquina, um par de botas, uma cavatina, um tambor, etc.”<sup>141</sup>.

Assim, por mais emblemático que seja a figura do *revestimento de uma farda*, insistimos em sublinhar aquilo que é fundamental ao mercado de almas: primeiro que, como tentamos ilustrar

---

<sup>139</sup> ADORNO; HORKHEIMER, *Dialética do esclarecimento*, 1944/2006.

<sup>140</sup> ZIZEK, *Como ler Lacan*, 2006/2010, p. 17.

<sup>141</sup> ASSIS, *O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana*, 1882/1994, p. 2.

até agora, esses revestimentos, ainda que externos e superficiais, são revestimentos que *revestem a coisa de dentro para fora*; segundo, são capazes de se imiscuir em qualquer coisa, tornando-se de ordem essencial, até mesmo numa escova de dente. E é isso que assistimos no desdobrar da indústria cultural, o avanço de sua tendência a se espalhar por todos os poros da vida, transformando qualquer coisa em um assunto a ser debatido com o *outro*. Como dizem seus teóricos, quando “o mundo inteiro é forçado a passar pela indústria cultural”<sup>142</sup>, qualquer coisa que a vida *toque, escute, inspire, veja* ou *deguste* é passível, agora, de ter de prestar conta ao *outro*; o que equivale a dizer que *ele* é (o grande) mediador de tais percepções estéticas. O que na verdade todo esse movimento deflagra é a relevância que a dimensão performática assume na linguagem reificada do hieróglifo social – fiado pelo fetiche da mercadora. Aí o quiproquó de almas se consagra na linguagem, cada vez mais rica e sofisticada em significantes, daquilo que hoje é chamado de *estilo de vida*. Parece-nos que a perspectiva funcional desse *estilo de vida*, dilatado pelo caráter polimórfico das almas externas até atingir a todos o tempo todo, possa e deva ser usada na leitura da arquitetura, desde a cortina da área de serviço até à consolidação de uma região metropolitana.

E se antes argumentávamos que o desenvolvimento da embalagem da mercadoria, seja o descolamento de sua imagem ou de suas lapidações formais, desdobra-se antes da imposição econômica do que do desenvolvimento artístico ou tecnológico, podemos inferir também que a sofisticação dessa dimensão performática do mercado de almas não segue em sua trajetória histórica um desenvolvimento “natural-espontâneo” positivista, tanto quanto o desenvolvimento tecnológico não é filho puro do avanço científico. Além do embasamento teórico que nos permite tal afirmação, imaginar que o refinamento dessa linguagem – das inovações estéticas e das conotações simbólicas – acontece tal como no *belo* metafísico de Schopenhauer, após a resolução das questões mais pragmáticas e utilitárias, ou seja, supor que essa linguagem se desenvolva *a partir e além* dos valores de uso mais fundamentais e cotidianos, seria apenas uma meia verdade.

A metade verdadeira é que, como discutiremos, um estado de grande carência inviabiliza o juízo (estético); evidentemente estar com fome constrange a degustação. A metade falsa é que, dessa forma, com o refinamento estético do espírito *após* a satisfação do estômago, estaríamos camuflando o poder e a função ideológica encerrados na manifestação daquela linguagem. Ignorar essa segunda verdade nos levaria a inúmeras questões subjacentes, como por exemplo, a conclusão duvidosa de que um suposto refinamento estético seria desdobrado de uma partilha maior nos

---

<sup>142</sup> ADORNO; HORKHEIMER, *Dialética do esclarecimento*, 1944/2006, p. 104.

valores de uso mais básicos (daquela sociedade). O que seria equivalente a supor uma partilha mais equilibrada da riqueza social, o que não apenas negaria a tendência à *pauperização relativa*, como também teríamos que excluir desse mercado simbólico de almas boa parte da população que o constitui. Ao passo que imaginamos o contrário, pois, como dizem, é na periferia que a ideologia se revela com vitalidade suficiente para suportar as contradições importadas do centro. A literatura do já citado escritor russo subsidia esse argumento. Pois é exatamente a ilustração dessa condição que se revela no “disparate” da trágica história de Catierina Ivánovna, aquela pobre viúva, ex-rica e ex-importante, que sufocada pelo juízo sobre sua imagem, gasta o que quase não tem nas *exéquias* do falecido, e não muito amado, marido.

(...) é possível que, neste caso, a maior influência tenha vindo daquele orgulho dos pobres do qual resulta que, em alguns ritos sociais, obrigatórios em nossa vida para todos e cada um, muitos pobres fazem das tripas coração e gastam até os últimos copeques economizados unicamente para que não sejam “inferiores aos outros” e estes outros não lhe venham com algum tipo de “censura”.<sup>143</sup>

Parece-nos que esse “*orgulho dos pobres*” e o “medo de ser inferior” ilustram bem a potência e a eficiência da lógica cultural baseada na castração simbólica; e não há dúvida quanto à pergunta de quem participa do mercado de almas: todos participam. Poucas descrições são tão claras acerca da consistência da ideologia. Somente estruturando-se sobre uma intimidação tão potente que a estética das almas externas pode operar como um grande e legítimo inquisidor, e ser capaz de cuidar até mesmo daqueles que, mesmo sem as necessidades mais pragmáticas satisfeitas, façam das tripas coração para adentrar ao mercado de almas. E sem dúvida é possível, agora, encontrar esse “*orgulho de pobre*” latejando com tanta intensidade no espaço de uma feira em praça pública quanto no cômodo privado e reservado do vaso sanitário. À luz do esclarecimento, seria de se supor tratar-se de um disparate, mas sem surpresa, afinal, como dizem os teóricos de Frankfurt, “os dominados sempre levaram mais a sério que os dominadores a moral que deles recebiam. Eles têm os desejos deles. Obstinadamente, insistem na ideologia que os escraviza. O amor funesto do povo pelo mal que a ele se faz chega a se antecipar à astúcia das instâncias de controle”<sup>144</sup>.

Continuando nosso argumento sobre o refinamento e a complexidade dessa linguagem fetichista das almas externas, poderíamos remeter, por pressuposto dentro daquilo que se convencionou chamar de pensamento crítico, esse refinamento às determinações da *base econômica*, o que

<sup>143</sup> DOSTOIÉVSKI, Crime e castigo, 1866/2016, p. 385, aspas do autor.

<sup>144</sup> ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006, p. 110.

evidentemente não quer dizer, malgrado interpretações equivocadas, que entre tais imperativos e as formas fenomênicas exista uma trilha direta e unívoca.

Parece-nos pertinente relacionar a heteronomia que paira sobre o desenvolvimento dessa linguagem a uma das leis mais fundamentais do capital, a tendência à queda da taxa de lucro. Pois que, dessa tendência à queda da taxa de lucro ao imperativo de a produção repor a insatisfação necessária para o consumo, vê-se as oscilações estéticas da embalagem e da imagem hipertrofiarem-se em direção ao espetáculo<sup>145</sup>. E tanto quanto demonstramos que a farda sufocou o homem, as mercadorias também sucumbem às suas imagens – como, por exemplo, a arquitetura sucumbe à sua fotografia. Esse movimento está bem resumido em uma das máximas de Guy Debord<sup>146</sup>, que transfere a queda tendencial da taxa de lucro para a queda tendencial da taxa de uso da mercadoria.

Se iniciamos nosso texto explicando sobre a condição econômica imposta à aparência das mercadorias, de ser persuasiva o suficiente para serem amadas e desejadas, o que se destaca ao fim de nosso segundo argumento, é que essa necessidade e esse desejo são mediados, talvez não só, mas principalmente, pelo espaço simbólico, ou seja, pelo espaço comparativo do *outro*; possuindo, portanto, uma função social capital e mantenedora do modo de produção capitalista. Ou seja, pela potência auferida a essas imagens, a essas almas externas, por aquele refratário hieróglifo social sustentado pelo fetiche. É ao peso dessas imagens reificantes, talvez a ponto de alinhar o caráter performático e indicativo atrelado à mercadoria em um valor de uso de ordem essencial, é o que está sendo acusado na poética de um mercado de almas<sup>147</sup>.

Parece-nos que o conceito de espetáculo de Debord condensa boa parte dos argumentos tratados até o momento. Podemos lê-lo como um laço que liga os dois extremos de uma mesma corda, de um lado a imprescindível ameaça de castração do mercado, de outro um amor tão necessário quanto suspeito às mercadorias por parte dos sujeitos que, como dizem e aconselham, “tem que se apegar a alguma coisa”, tem que possuir alguma alma. A linguagem espetacular da mercadoria

---

<sup>145</sup> DEBORD, A Sociedade do Espetáculo, 1967/2003.

<sup>146</sup> Ibid.

<sup>147</sup> Se tais inovações no corpo e na imagem da mercadoria são variações que orbitam ancoradas a um valor de uso anterior (e contínuo), ou se tais roupagens fundam novos valores de usos, não é o que nos interessa neste momento, pois em ambos os casos o sintoma é o mesmo, em ambos os casos são visceralmente e indiscutivelmente necessárias pelo espírito ou pelo estomago. Como já afirmamos, os revestimentos que investigamos existem metafisicamente de dentro para fora. Por essa razão evitamos a dualidade entre forma e conteúdo, se é que não assumimos a proposição de Adorno da forma ser conteúdo sedimentado, acusando a precipitação do conteúdo fetichista.

revelando o trajeto e a força da segunda alma aparece como negativo da fotografia daquela pororoca das almas.

É por detrás da banalidade do cotidiano, sob a aparente fragilidade fantasmagórica, que se encontra a solidez dessa ideologia, que tal como uma pequena aranha não tem a sua força e o seu poder em seu corpo fraco, mas na dureza de sua teia invisível. No mundo mediado e percebido a partir do fetiche, deflagrado pela hipertrofia das performances implicadas nas relações reificadas, o espetáculo das mercadorias contém a ambígua condição de ser, a revelia da consciência, ao mesmo tempo e de maneira inseparável, uma celebração e, também, um sacrifício.

Um sacrifício, não apenas no sentido alegórico-literal do mal-estar de uma individualidade suspeita na civilização, mas também no sentido literal-literal. Pois dizíamos que, na outra volta do parafuso, a sofisticação das imagens nas relações reificadas não se desdobra como uma fruição posterior ao tédio de um estômago saciado, e diante disso é possível um importante adendo, com cara de pilhéria, à afirmação de Marx quanto:

O sentido constrangido à carência prática rude também tem apenas um sentido tacanho. Para o homem faminto não existe a forma humana da comida, mas somente sua existência abstrata como alimento. (...) O homem carente cheio de preocupações, não tem nenhum sentido para o mais belo espetáculo.<sup>148</sup>

Enquanto não se testemunha o regresso a um estado social de barbárie, e conquanto estivermos em uma sociedade rica em excedente, mas deflagrada pelo fetichismo, a carência privada de um ou de muitos, não atesta completamente a frase de Marx. Dos pavões empanturrados nas mais exuberantes almas externas até o “orgulho dos pobres”, todos participam do mercado de almas, pois partem do ponto comum da expropriação das almas pela comunicação reificada do fetiche. Todos participam desse mercado, tanto quanto o desemprego participa do trabalho na luta de classe.

É evidente que Marx não se refere ao espetáculo no sentido que este adquire na indústria cultural. Mas trazemos esse apontamento para sublinhar a inversão que o conceito de espetáculo da mercadoria estabelece em relação à condição de fruição descrita por Marx, na verdade, como exemplificamos, é possível testemunhar a ordem social contrariar o biológico até matá-lo de fome ou frio. Mas por certo encontraremos antes desse trágico limite uma realidade empírica

---

<sup>148</sup> MARX apud MÉSZÁROS, A teoria da alienação em Marx, 1970/2016, p. 184.

estruturada sobre um “fazer das tripas coração”, como dizia Dostoievski. Pois o espetáculo das almas externas não apenas pode ser fruído sob um estado de carência, como se sustenta sobre essa condição; isso tanto pelo aspecto da constante ameaça de transformar a força de trabalho em uma barata ou em um piolho estético – que faz a vez da fome (do espírito) –, como também por ser o organizador das prioridades das necessidades dos sujeitos. Cabe com justeza aqui aquela famosa figura marxista da *vampirização* (secundária) dos homens. Que os deixa tão sem vida quanto naquele deplorável estado em que se encontra o *concierge* de Murnau, andando pela rua como um zumbi, atormentado que está pela sombra de seu antigo uniforme. O que é subjacente é absolutamente fundamental a tudo isso, pelas razões que argumentaremos na sequência, é que todos que vivem nesse mercado de almas, percebem a elas com muita clareza e sem equívocos. Adorno e Horkheimer já contrapunham à percepção distraída de Walter Benjamin o fato dos espectadores da indústria cultural entenderem tudo muito bem.

Antes de encerrar é oportuno um corolário. Embora não seja o tema dessa dissertação o espetáculo a que Marx se referia, a arte com “A” maiúsculo, como alguns gostariam de grafar, nos parece que sua condição quase inefável de hoje pode ser explicada de maneira (eticamente) mais reconfortante pelos argumentos acima expostos, do que pelo discurso conservador que embasa o jogo da distinção-massificação dos campos culturais, cujo funcionamento está exaustivamente descrito na economia dos bens simbólicos de Bourdieu.

\*

Os valores de um ser natural, por mais sofisticados que possam ser, precisam estar enraizados na natureza. Os assim chamados valores espirituais do ser humano são de fato aspectos da plena realização de sua personalidade como ser natural.<sup>149</sup>

Não temos muita certeza quanto a possibilidade de se afirmar que toda existência, inclusive a ficção, mas certamente as ideias, existe esteticamente. Por isso não a faremos. Não obstante, de onde observamos o fetichismo das mercadorias, os fantasmas *suprassensíveis* que assombram os homens na forma *sensível* e reificada das almas externas, possuem existência estética e são, portanto, esteticamente percebidos. Assim, é em relação à constituição dos *valores espirituais* a

---

<sup>149</sup> MÉSZÁROS, A teoria da alienação em Marx, 1970/2016, p. 177.

qual se refere Mészáros na citação acima, que alegamos a validade e a utilidade de uma estética das almas externas – embora todos nós saibamos desde muito cedo que são os espíritos que dominam os corpos.

Se a alma externa, a aparência de uma identidade simbólica, existe para o *outro* e pelo *outro*, podemos supor que é com e através do *outro* que ela é percebida, o que implica evidentemente que esse *outro* deve compreendê-la. Frente a essa questão lógica, é relevante nos reportarmos diretamente às discussões de Mészáros sobre a teoria da alienação (estética) em Marx. Isso tornará mais evidente o que de toda forma está subentendido no escopo dessa dissertação: a negação da *percepção estética idealista*. Em alternativa e oposição a isso, trazemos para o léxico dessa dissertação o fato das *percepções* serem *teoréticas*.

O olho se tornou olho humano, da mesma forma como seu objeto se tornou um objeto social humano, proveniente do homem para o homem. Por isso, imediatamente em sua práxis, os sentidos se tornaram teoréticos.<sup>150</sup>

[...] significado está “ligado a um valor”, por que ele se origina por meio dessa relação padecente complexa entre o sujeito humano e seus objetos.<sup>151</sup>

Afirmar que a percepção é *teorética* quer dizer que a sensação estética não flutua no ar, nem tão pouco se ancora em uma essência metafísica transcendental. O que implica afirmar que na fruição dos objetos não há um *sentir* puro individual construtor de um *sentido* e *valor* absoluto, mas que o próprio *sentido* e *valores*, sendo historicamente determinados, são construtores do *sentir* testemunhado no cotidiano, do que “o que” e “como” se sente. Essa perspectiva sobre as percepções estéticas não apenas implica não poder descolá-las das especificidades do ser social que a percebe (e julga), mas que elas ésaio feitas justa e inseparavelmente *a partir* de algum lugar específico. E que essa maneira historicamente determinada de *sentir* e conferir *sentido* e, portanto, *valor*, já é própria a maneira de perceber e se relacionar com os objetos, ou seja, é a forma específica no curso histórico do mutável “olho humano” que se por um lado é historicamente delimitada, por outro, cumpre lembrar, nunca é escrito sobre uma folha em branco.

Evidentemente que os desdobramentos das observações trazidas por Mészáros são, por assim dizer, de ordem “oceânica”. Contudo, o que nos interessa é que percebemos o mundo sensível a partir de um determinado ponto específico, que não apenas vê de dentro, mas se projeta,

<sup>150</sup> MÉSZÁROS, A teoria da alienação em Marx, 1970/2016, p. 177.

<sup>151</sup> Ibid., p. 182-183.

participando do que é visto e incorporando na construção daquilo que supomos como “objeto” e “realidade”, coisas que poderiam parecer tolices e superstições de ordem metafísicas como, por exemplo, aquilo que estamos denunciando: a potência do fetiche que anima os objetos e põe a dançar as almas das mercadorias. Esse *incorporar na realidade*, talvez, seja o que faz arrefecer um suposto juízo que (por pragmatismo, desilusão ou erudição na teoria marxista) seria capaz de negar às mercadorias a sua qualidade de dançarinas. Pois que, de fato, elas *realmente* dançam tanto quanto, de fato, reificam. Para melhor compreendermos a dimensão disso, pode ser útil alguns aspectos do conceito da *subjetividade* desenvolvido por Sartre<sup>152</sup> na década de 1960, bem como seus exemplos.

Em uma de suas ilustrações empregadas para explicar a *subjetividade*, esse filósofo diz que “quem sofre de hemiopia (...) enxerga só com metade da retina”<sup>153</sup>, e que desconhecendo ou negando tal lapso, há de incorporar essa lacuna na própria constituição de sua práxis visual, com a qual ele perceberá e organizará o mundo que se apresenta a sua frente. Se assim for, a lacuna está integrada “imediatamente em sua práxis” ao todo. Essa afirmação, importante em nossa discussão, não nos parece muito polêmica dentro da aporia que é a subjetividade no marxismo, ao menos não diante da questão que lhe é subsequente: se o *saber* disso mudaria ou não essa situação. No que diz respeito ao nosso assunto, é possível afirmar que além daquilo que sabemos sem saber conscientemente, um eventual saber sabido não é garantia contra a ideologia de um continuar a fazer (gostar) mesmo sem saber o que se está fazendo (do que se está gostando).

De maneira bastante sintética, essa ilustração dada pelo filósofo francês nos reforça duas questões subjacentes e complementares. A primeira é que, ao menos, e com certeza no que diz respeito às almas externas, a percepção teórica ocorre na forma de uma *subjetividade socialmente construída* – que, nos termos de Žižek, seria o equivalente à linguagem ou à segunda natureza na qual estamos imersos. E, segundo, que é literalmente sobre uma condição “patológica” (aos olhos da razão), análoga à hemiopia, que o mercado de almas se sustenta, conforme argumentamos sobre a fruição faminta do espetáculo da mercadoria. A condição dessa fruição, extensivamente relatada neste capítulo, permite um breve parêntese para defender nossa perspectiva daquilo que talvez fosse para Sartre uma “objetividade idealista”<sup>154</sup>; que, para ele, seria o partir a investigação da subjetividade do sujeito para, depois, acabar por reduzi-lo a uma “fonte de erros ou apenas

---

<sup>152</sup> SARTRE, O que é a subjetividade? 1961/2015.

<sup>153</sup> Ibid., p. 41.

<sup>154</sup> Tal como ele acusa Lukács.

realização inadequada”<sup>155</sup>, pois, no que diz respeito ao nosso limitado escopo, supomos que o medo e a castração dêem conta de perpetuar esse sintoma do sujeito “errante”, a revelia da objetivação reflexiva que até poderia saber disso.

Além das ilustrações trazidas até o momento, afirmar que percebemos o mundo fenomênico com a *subjetividade*, não deveria causar espanto para ninguém que tenha lido, por exemplo, Dostoiévski. O que guia os passos de Raskólnikov até o apartamento onde ele assassinou a velha, bem como o que ou quem o faz querer sentir a madeira do piso e o sangue que antes havia ali derramado? Quem realmente está no comando, *fruindo* tais espaços? Parece-nos que não é apenas a consciência que usufrui os espaços, mas talvez, principalmente, seja a subjetividade que construa os *lugares*. Quanto a isso temos que discordar dos teóricos de Frankfurt, quando dizem que a investigação psicológica do romance obscurece a arquitetura, pois na verdade ela apenas a revela com mais profundidade – para (mais uma) tragédia do *desenho* projetivo. Assim, é possível afirmar que o *lugar*, antes de existir, testemunha o sentimento que sobre ele é posto<sup>156</sup>. O corolário fundamental dessa hipótese, e que nos permite evitar um relativismo tão equivocado quanto nocivo, é que tanto o “sentimento” (sujeito) quanto o “lugar” (objeto) são materialmente e historicamente circunscritos.

Evidentemente que o fundamento da percepção ser *teorética* está contido no pressuposto do consumo ser materialmente produzido – por onde começamos nossa leitura da economia-política. Afinal, se os objetos são materialmente produzidos (sejam eles novos ou ressuscitados), se os sujeitos são materialmente construídos, então se desdobra com facilidade que a estética, ou seja, a relação entre ambos seja materialmente mediada. Na verdade, nosso trabalho é somente o de destacar isso na escrita de um mercado de almas para ilustrar que a percepção teorética se enreda como um “discurso teórico”, constituinte de um contexto semântico ou de uma (segunda) natureza, estabelecendo-se a partir de uma subjetividade socialmente construída e socialmente pactuada – uma vez que sua existência como uma linguagem depende naturalmente de sua eficiência comunicativa.

Não é alçada dessa dissertação discutir a subjetividade (socialmente construída), tema controverso nos círculos marxistas ao longo do século XX. Porém, evidenciamos que trabalhamos a partir da

---

<sup>155</sup> SARTRE, O que é a subjetividade? 1961/2015, p. 29.

<sup>156</sup> Os devaneios de Raskólnikov, por exemplo, atestam isso. Perdido em pensamentos o personagem percebe a paisagem se reconfigurar em pautas e questões de acordo com as solicitações teóricas de seu estado de ânimo. DOSTOIÉVSKI, Crime e castigo, 1866/2016.

idéia de uma “exterioridade aprisionada”, possivelmente inerente a qualquer argumento materialista, como também limitamos nosso interesse e capacidade a isso, ou seja, ao chão comum (desdobrado, mas um pouco acima da base econômica) em que se edificam os sujeitos. Falamos da matriz compartilhada, de uma subjetividade social, da (segunda) natureza, ou seja, daquilo que faz com que água viva seja azul como o oceano, mas que a faria vermelha se essa fosse, por ventura, a cor do mar<sup>157</sup>.

É pressuposto à perspectiva crítica que esse referido aspecto da subjetividade, ou seja, que a natureza e a linguagem dessas almas externas, estejam ancoradas ao modo de produção material aí engendrado. E é o enigmático princípio do feitiço, inerente à produção capitalista de mercadorias, que se desdobra como um sistema de valores fundantes da forma específica dessa percepção teórica, que pouco erra na leitura do “hieróglifo social” (por ele constituído). Portanto, se frente ao mercado das coisas suprassensíveis, pressuposto de Marx, falamos sobre um mercado de almas, em alusão ao conto machadiano, é preciso deixar claro que ele não é outra coisa senão uma imagem poética da subjetividade social do fetiche e das relações reificadas. Em vias de concluir, afirmamos que o intento do esforço aqui empenhado se restringe ao da ilustração da força e da potência dessa dimensão na vida dos homens.

Portanto, no claro intuito de alertar para importância do assunto, trabalhamos para facilitar e expandir esse debate na arquitetura. Se por um lado isso pode ser fértil e para estética da arquitetura – senão, por ventura, revelador de aspectos não habitualmente observados no espaço –, por outro, essa dimensão inalienável nos parece urgente para compreensão de um mundo onde o *performático* consolidou-se como própria essência (nas coisas-mercadorias). Em que se assiste o mercado das coisas supersensíveis, das almas externas, ser redimensionado na progressiva estilização decorada da pós-modernidade neoliberal, ou seja, na progressiva transformação (talvez: redução) da vida a *estilo de vida*. De fato, talvez o termo seja o da “redução” da vida a *estilo de vida*, pois que a cada tempo que o sujeito pensa na coisa ele deve gastar outro pensando no que o *outro* pensa da coisa, seu tempo de vida há de se reduzir, assim, pela metade. Mas isso é aritmética poética, sem rastreabilidade, a hipótese que de toda sorte permanece é a da estilização em que os

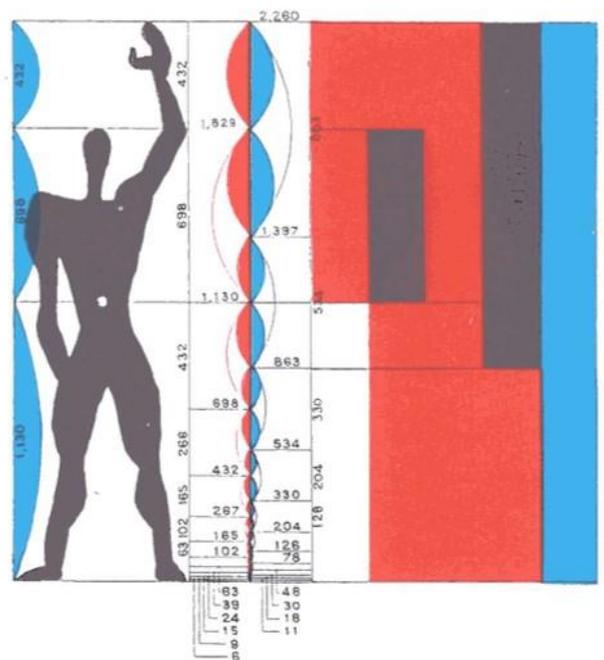
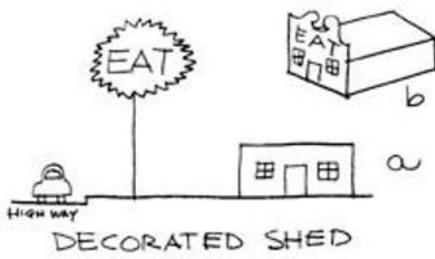
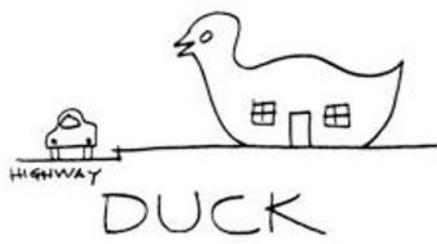
---

<sup>157</sup> Se sob as membranas daquelas águas vivas seria possível encontrar nuances, ou seja, se ao menos no varejo a objetivação do subjetivo inculcado poderia ocasionar a mudança da práxis, nos parece que, frente à realidade empírica e a teoria marxista, tal caso não se aplica ao fetiche e as almas das mercadorias, que estão para nós, justamente, nas determinações inescapáveis.

sujeitos devem conviver com um *outro* cada vez mais poderoso e caprichoso, mas que no prejuízo deles próprios, cada vez mais inquiridos e demandados, se crêem, equivocadamente, mais livres.

Se isso estiver correto, podemos dizer que não é apenas o valor de troca que transforma as mercadorias, hoje, em sepulcros caiados.

arquitetura e embalagem



Conhecemos bem os evangelhos do século XIX da literatura inglesa: a Beleza de Ruskin, a Natureza de Meredith, a Cultura de Matthew Arnold. Quando Michelet desvia-se da história propriamente dita, de seu complexo de eventos, ele exhibe o que há de pior no liberalismo do século XIX. São grandes queimas de fogos de artifícios, que deslumbram a vista com suas cores berrantes e escondem tudo o que deveria iluminar.<sup>160</sup>

Visto alguns elementos e categorias, pretendemos avançar agora em alguns aspectos da estética da mercadoria-arquitetura. Abordaremos alguns encargos das inovações e das re-codificações da produção arquitetônica que parecem tornar a arquitetura "esgotada de si", ou melhor, esgotada de possibilidades.

Argumentamos que, a despeito das belas formas brilhantes, vibrantes e encantadoras com que a arquitetura surge em um mundo que "aparece como uma 'enorme coleção de mercadoria'"<sup>161</sup>, há homogeneidade. A imposição heterônoma do modo de produção capitalista pelas *invasões estéticas*, faz com que as oscilações estéticas superficiais afirmem aquilo que forma feitas para negar: sua homogeneização. Não fossem as almas externas reificadas em tais aparências, seria difícil acreditar que os sujeitos continuariam a engolir tão vorazmente essas mercadorias. Argumentamos que, por *detrás* e *através* de tais inovações das aparências, se engendra um largo processo de *esgotamento de possibilidades* para a arquitetura e para os sujeitos. A obrigação de inovar se traveste como liberdade no *galpão decorado*, e não temos dúvida de que a hipertrofia da liberdade individual aí anunciada não liberta, mas prende, pois é obrigação de afirmar esteticamente a liberdade diante do *outro*.

A pouca liberdade pela estética dogmática e rígida dos modernos, com *pilotis* e janelas em fita, foi aprofundada pela profusão pós-moderna. Do caixote moderno ao galpão decorado, e ao atual caixote-decorado-*gourmetizado*, há apenas uma liberdade que permanece indiscutível: a *planta livre*. Na história da arquitetura essa é a cicatriz deste momento histórico. E infelizmente sua *função* revela mais do que sua racionalidade quer pressupor, pois atende, *antes*, a não importância do valor de uso diante do valor de troca.

Se assim for, é possível que pós-modernismo arquitetônico – seja nos exemplares de suas exceções ou nas empobrecidas citações cotidianas de orçamento e liberdade reduzidos, seja com celebração,

---

<sup>158</sup> Figura: VENTURI; BROWN, s/d.

<sup>159</sup> Figura: GRIS, O modulator, s/d.

<sup>160</sup> WILSON, Rumo à estação Finlândia: escritores e autores da história, 1938/1986, p. 34.

<sup>161</sup> MARX, O capital: Crítica da economia política, Livro I, 1867/2013, p. 113.

contestação ou desconfiança do alinhamento de uma sociedade de mercado às diferenças entre os indivíduos –, constitui um lugar obscuro da estética da mercadoria. E, sob muitos aspectos, as transformações estéticas do modernismo para ele revelam a troca de pele da dialética do esclarecimento.

Ainda que não esteja em nossos objetivos problematizar as inúmeras distinções entre esses dois momentos do capitalismo, é fundamental demarcar alguns aspectos para que possamos compreender melhor o habitat caído do mercado de almas.

### considerações iniciais . terminologia dos *campos culturais* .

Embora essa dissertação pretenda tratar da produção e do fruir a mercadoria-arquitetura, é principalmente a partir da teoria e da crítica que nos aproximamos de alguns aspectos da estética dessa mercadoria e do sujeito que a habita. De maneira que as observações, partindo de conceitos, miram episódios e lugares da vida cotidiana. Elas dizem a respeito tanto dos espaços profanados (como por exemplo, o apartamento decorado, escritórios, fachadas revestidas, etc.), como dos sagrados (museus, edifícios históricos etc.). Essa terminologia classificatória, empregada nos capítulos precedentes, está parametrizada pelo trabalho de Pierre Bourdieu<sup>162</sup>, o qual é útil trazer uma aproximação, ainda que aqui o interesse não seja de importar os objetivos da discussão empreendida por esse pensador<sup>163</sup>.

Especificamente nos interessa a esquematização e o ordenamento que ele propõe para analisar os *campos culturais*. Apesar de serem rarefeitas as apropriações das teorias do sociólogo na arquitetura, é possível partir a leitura diretamente das críticas que Pedro Arantes<sup>164</sup> faz a um dos interlocutores de Bourdieu na arquitetura, Garry Stevens<sup>165</sup>. Tais críticas demonstram a cautela com que Arantes trabalha com alguns dos conceitos de Bourdieu, preocupação e desconfiança que também partilhamos.

Por sua vez, Stevens reforça a separação entre capital cultural e econômico, como evidenciam suas divisões analíticas (acompanhadas de gráficos), ao invés de compreender suas articulações recíprocas, como procuramos fazer. Por exemplo, descreve o campo arquitetônico compartimentando em dois subcampos

---

<sup>162</sup> BOURDIEU, A distinção: crítica social do julgamento, 1979/2015.

<sup>163</sup> O que exigiu um esforço considerável, pois os conceitos desenvolvidos por suas complexas teorias são extremamente imbricados entre si.

<sup>164</sup> ARANTES, Arquitetura na era digital-financeira: desenho, canteiro e renda da forma, 2010.

<sup>165</sup> STEVENS, O círculo privilegiado: fundamentos sociais da distinção arquitetônica, 1998/2003.

estanques, importando a duvidosa divisão de Bourdieu para a literatura: o da produção restrita (dominada pelo simbólico) e do da produção de massa (dominada pelo econômico), como se não houvesse um poderoso intercâmbio entre elas - veja-se a análise que fazemos de Gehry, Koolhaas, Foster, Eisenman etc. como exemplos dessa conexão. Stevens reforça igualmente uma interpretação dualista entre alta cultura e cultura de massa, quando elas já foram parcialmente integradas sob o domínio da indústria cultural ou da sociedade do espetáculo.<sup>166</sup>

Apesar de entendermos e concordarmos com o questionamento de Pedro Arantes <sup>167</sup>, consideramos também que as dualidades apontadas acima devem ser relativizadas considerando-se, primeiramente, os objetivos das análises dos pesquisadores. Também devem ser relevadas as especificidades dos bens culturais que são produzidos dentro de um determinado campo cultural particular (literatura, pintura, arquitetura etc.); ainda que o próprio sociólogo Bourdieu argumente que sua teoria se desenvolva com base em um funcionamento homólogo entre diferentes campos, é preciso, a depender dos objetivos da análise, observar tais especificidades. Em outras palavras, se os objetivos de Arantes o permitem estranhar essa dualidade, consideramos que há questões que podem ser mais bem reveladas se utilizados conceitos como o *capital simbólico* e a teoria dos *campos culturais*.

Preferimos, dessa forma, resguardar a aporia explicitada por Arantes <sup>168</sup> aos objetivos da *investigação* e não ao objeto. A nós, com dualidade entre tais oposições ou não, com homologias ou discrepâncias com outros campos culturais ou ainda especificidades culturais ou não, é premissa dessa dissertação, dados seus objetivos, a desconfiança bem argumentada e esclarecida por Pedro Arantes. De forma que, se falamos de arquitetura cotidiana em oposição a uma arquitetura de exceção (o que é diferente de uma arquitetura customizada, quando a customização é a regra da produção de massa), enfim, se falamos de uma arquitetura de massa em suspeita oposição a uma alta arquitetura e as inúmeras graduações que podem surgir entre a vanguarda e a retaguarda e até mesmo o exterior bárbaro, em nossa análise, a fronteira (sempre difusa e mutável) entre os adjetivos dessas produções não constitui um empecilho.

Portanto, dentro dos objetivos desse trabalho não nos interessa a oposição entre a alta arquitetura e a arquitetura de massa. Tais são lidas, antes, como duas formas diferentes de um mesmo objeto

---

<sup>166</sup> ARANTES, Arquitetura na era digital-financeira: desenho, canteiro e renda da forma, 2010, p. 243.

<sup>167</sup> Ibid.

<sup>168</sup> Ibid.

(a arquitetura) atender a um mesmo objetivo (valorização do capital). E, sobre a perspectiva econômica, essas diferentes maneiras da mercadoria-arquitetura atenderem aos encargos do capital já foram descritas como, por exemplo, a “forma-tesouro”<sup>169</sup> ou a “forma-renda” descrita por Arantes<sup>170</sup> em sua referida análise da lógica econômica da arquitetura do *star system*, onde revela as pressões e os limites que o capital impõe aos arquitetos do Olímpio. Assim, se falamos de alto ou baixo clero na arquitetura, nos aproximando das colocações de Bourdieu<sup>171</sup>, alertamos que tal apropriação é esquemática e não segue seus complexos objetivos e análises. Lembramos que Bourdieu se refere à parte da produção de um campo cultural como “indústria cultural”, caracterizada como:

O sistema da indústria cultural – cuja submissão a uma demanda externa se caracteriza, no próprio interior do campo de produção, pela posição subordinada dos produtores culturais em relação aos detentores dos instrumentos de produção e difusão – obedece, fundamentalmente, aos imperativos da concorrência pela conquista de mercado [...].<sup>172</sup>

Para finalizarmos essa introdução, assumimos que nossa apropriação desse vocabulário não indica que vemos grandes oposições na heteronomia imposta a toda produção arquitetônica. Ainda que a valorização possa ocorrer em *formas econômicas* diferentes (como o próprio Sérgio Ferro já descrevia em sua análise das formas manufatureiras da produção arquitetônica<sup>173</sup>), imaginamos que as características acima descritas possam transgredir da alta arquitetura à retaguarda. Na realidade, o *quantum* de autonomia que poderia haver nos altos escalões da arquitetura não difere da vontade que perpassa a toda produção arquitetônica. Suspeitamos que talvez seja o inverso: havendo mais liberdade no que não aparece, ou ao menos não é pensado para aparecer. No que não é vigiado pelas lentes fotográficas.

---

<sup>169</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006.

<sup>170</sup> ARANTES, Arquitetura na era digital-financeira: desenho, canteiro e renda da forma, 2010.

<sup>171</sup> BOURDIEU, A distinção: crítica social do julgamento, 1979/2015.

<sup>172</sup> BOURDIEU, A economia das trocas simbólicas, s/d/2013, p. 136.

<sup>173</sup> FERRO, op. cit.

## o modulator e as sereias .

Canto XXVII, Purgatório.

“Não esperes mais de mim – nem voz nem aceno; guia-te pelo teu arbítrio livre, reto e bom. Consagro-te senhor de ti mesmo, com mitra e coroa”<sup>174</sup>.

É possível ver com mais clareza o que nos interessa discutir na estética da mercadoria-arquitetura no momento em que se evidencia com mais obscenidade os apontamentos do capítulo anterior, quando a tendência para a queda da taxa de lucro descamba sem reservas, a olho nu e sem espanto, para a queda tendencial da taxa de uso, ou seja, quando os encargos e compromissos do encantamento hipertrofiaram essa função nas embalagens e nas imagens que animam o espetáculo. Parece-nos que o momento em que isso se torna mais evidente é o que vasta literatura denomina como pós-modernidade. Quando se verifica com mais clareza e aceitação o consumo vertiginoso de arquitetura, embora essa condição não deve ser confundida como de uma escolha consciente por parte daqueles que assim a consomem. Sobre isso o crítico americano Frederic Jameson<sup>175</sup> pode ajudar a compreender alguns aspectos da arquitetura no regime pós-moderno, onde ela se encontra inserida numa lógica de produção e de consumo voraz. Nas palavras dele há um voraz “apetite pela arquitetura em nossos dias”, o qual parece ser capaz de dar fôlego e um enorme impulso às tendências da estética da mercadoria dentro do universo arquitetônico<sup>176</sup>.

Fome que se verifica nesse “apetite pela arquitetura” se desenvolve, não poucas vezes, em relação conflituosa com parte do discurso ideológico modernista, o qual, segundo o crítico citado, batalhava contra ser consumido como mercadoria: “[...] ansioso por resistir ao consumo e por oferecer uma experiência que não pudesse ser transformada em mercadoria”<sup>177</sup>. Na realidade esse confronto pertence a uma escala maior. Conquanto essa fome se atrele a um consumo banalizado, que é o argumento de Jameson<sup>178</sup>, o desenvolvimento de uma arquitetura que quer resistir a ser

<sup>174</sup> ALIGHERI, A divina comédia, 1304/2002, p. 260, grifo do autor.

<sup>175</sup> JAMESON, Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio, 1991/2002, p. 120.

<sup>176</sup> Frisamos outra vez que, a inserção da arquitetura dentro dos moldes de uma estética da mercadoria não é mérito ou característica da pós-modernidade. O fato de nos referenciarmos constantemente à pós-modernidade, em destaque ao pano de fundo modernista, tem razões simples como, por exemplo, o nosso interesse pela realidade concreta atual e pela facilidade relativa de penetrarmos em alguns aspectos de sua subjetividade.

<sup>177</sup> “Mas na Piazza D'Italia de Charles Moore, e em vários de seus outros edifícios, os elementos flutuam desagregados em seu momentum próprio, cada um se tornando um signo ou logotipo da própria arquitetura, a qual é, desse modo, consumida, desnecessário dizer, como mercadoria - e com toda a satisfação ávida que acompanha esse tipo de consumo - em contraste como papel que tais elementos deveriam desempenhar ou, mais frequentemente, eram proibidos de fazê-lo em um modernismo ansioso por resistir ao consumo e por oferecer uma experiência que não pudesse ser transformada em mercadoria”. JAMESON, op. cit., p.122.

<sup>178</sup> Ibid.

consumida como mercadoria, como ele mesmo diz, deve se estrangular justamente em uma (pretensa) recusa. O que também parece ser pressuposto para Bourdieu,

Pode-se concordar com Ortega y Gasset quando ele atribui à arte moderna - que se limita a levar até suas últimas consequências uma intenção inscrita na arte desde o Renascimento - a recusa sistemática de tudo o que é "humano", entendendo por essa palavra, as emoções, os sentimentos que os homens *comuns* experimentam em sua existência *comum* e, ao mesmo tempo, todos os temas ou objetos capazes de suscitá-los.<sup>179</sup>

Essa leitura possível da arquitetura modernista, aparentemente subversiva à lógica econômica, mas que a circunscreve, dentro do âmbito da discussão de Bourdieu, em alguma posição na economia dos bens simbólicos<sup>180</sup>, é verificável em vários lugares, como por exemplo em seus rarefeitos edifícios emblemáticos que, apenas com sua condição de exceção, já são capazes de se sobrepor ao que é rotineiro, como também nos maus entendidos e constrangimentos decorridos por uma linguagem abstrata e distinta do *comum*, como está registrado pelas observações de Décio Pignatari sobre o Pedregulho<sup>181</sup>.

Talvez um dos lugares onde essa ansiedade da arquitetura moderna por resistir ao consumo (banalizado) esteja mais latente seja no traço de seu utopismo racionalista, o qual parece querer excluir de sua realidade, respaldado em uma linguagem então abstrata, a realidade do encantamento da mercadoria.

Se não chega a querer (conscientemente) excluir o fetiche, no mínimo não parece muito disposto a por essa *condicionante* em sua mesa de trabalho. Pois, à primeira vista, o *modulor* não nos parece muito suscetível ao canto das sereias, impávido que deveria ser esse homem-sombra. Porém, a segunda vista, essa não-suscetibilidade não é senão a ignorância de seu próprio encantamento. A negação do canto da mercadoria, através de uma linguagem que "recusa sistemática de tudo o que é 'humano'"<sup>182</sup>, não parece ser mais que a cera amolecida que Ulisses passa no ouvido de seus companheiros<sup>183</sup>. A racionalidade e o esclarecimento do homem-tipo, resistente às credices dos feitiços, é feito a golpes de ignorância e de surdez. O projeto da sua não suscetibilidade é feito as

<sup>179</sup> BOURDIEU, A distinção: crítica social do julgamento, 1979/2015, p. 34, aspas e grifo do autor.

<sup>180</sup> Ibid.

<sup>181</sup> Décio Pignatari associa o insucesso do Conjunto Habitacional Pedregulho (Affonso Eduardo Reidy) à incompatibilidade dos códigos estilísticos/estéticos entre os moradores e a linguagem dura e abstrata proposta pela arquitetura do complexo.

<sup>182</sup> BOURDIEU, op. cit., p. 34, aspas do autor.

<sup>183</sup> HOMERO, Odisséia, séc. VIII a.C./1979.

suas custas, com sua existência castrada até reduzir-se a sombra. Esse homem obscenamente planejado deveria ser capaz de superar a sedução das sereias com suas determinações elevadas, embora seja de se duvidar que ele tivesse a astúcia de Ulisses, ainda que tivesse o seu pragmatismo.

O recalque dessa surdez já foi descrito. Em 1958, por exemplo, o ator e diretor Jacques Tati<sup>184</sup> fazia em seu célebre filme "Meu tio"<sup>1</sup> uma ampla crítica à modernidade e ao modernismo, à caricatura da figura consumista das bugigangas maravilhosas. Posto pelo avesso, a figura do *modulor* ilustra aquilo que uma vasta literatura entende como um consumo histórico e hedonista, como "subproduto" de um lazer compensatório a austeridade que se exigia no trabalho moderno<sup>185</sup>. Não parece exagero entender esse hedonismo como mola propulsora do mercado de almas, e sua constante castração das referências simbólicas através do aniquilamento da alma externa. Ou seja, a consolidação desse modo de governo e de domínio da mente. Mas esse pesadelo já foi, como veremos na sequência, atualizado.

### poder de crítica e indiferença .

Nosso número se reduz. Nossas palavras de ordem  
Estão em desordem. O inimigo  
Distorceu muitas de nossas palavras  
Até ficarem irreconhecíveis.<sup>186</sup>

Imaginar que os aspectos econômicos, o modo de produção e a reprodução do capital desenham diretamente e unilateralmente a forma estética, ou seja, determinam por completo a forma percebida da mercadoria-arquitetura seria uma simplificação grosseira – mesmo para as análises que se pretendem mais distantes das especificidades de um objeto empírico. De fato, os interesses particulares dos agentes fazedores que atuam na construção do artefato arquitetônico são tão numerosos e díspares que os fazem parecer uma trama de vetores, se cruzando em sentidos diversos e em momentos distintos. Naturalmente, tal complexidade permite uma grande variedade de análises, o que torna, por sua vez, qualquer recorte analítico uma abstração perigosamente reducionista. O emprego de diferentes lentes pode revelar inúmeras cicatrizes que marcam esse objeto, tão flagrante das lutas de classe que orbitam no seu modo de produção no capitalismo.

<sup>184</sup> MEU TIO, Produção de Jacques Tati, 1958.

<sup>185</sup> DARDOT; LAVAL, A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal, 2009/2016.

<sup>186</sup> BRETCH, Aos que hesitam, 1933-1938/2012, p. 186.

Afirmar que sobre a mercadoria-arquitetura há uma ordem heterônoma imposta pela lógica capitalista parece uma obviedade, uma banalidade. É possível que tal afirmação suscitasse, no cotidiano, as exclamações de que "todos nós sabemos disso". Mas, imaginamos que as coisas não devem ser cerradas dessa forma. E que a despeito dessa convicta certeza, as coisas não estão completamente às claras. É possível que tais reações se frutifiquem a partir de sensações de indiferença e cinismo, as quais parecem estar intimamente ligadas à obscenidade das embalagens. Talvez ainda seja possível atrelar a tais sensações um papel de algoz na compreensão da condição da mercadoria-arquitetura.

Os cínicos são, na linguagem de Lacan, *les non-dupes qui ierrent*; o que não conseguem reconhecer é a eficiência simbólica das ilusões, o modo como elas regulam a atividade que gera a realidade social. A posição do cinismo é a da sabedoria - o cínico paradigmático lhe diz privadamente, em voz baixa e tom confidencial: "mas você não percebeu que no fundo se trata de dinheiro/poder/sexo, que todos os princípios e valores elevados são apenas expressões vazias que não servem para nada?".<sup>187</sup>

Falar sobre os encargos da mercadoria sobre a arquitetura não é muito promissor diante de uma realidade progressivamente mercantilizada e que, assim, avança em suas relações sociais *reificadas*; onde as almas das mercadorias podem ser castradas de maneira obscena e desavergonhada, sem aparentemente causar grandes espantos ou alardes. Fato que parece se desdobrar em duas direções aparentemente contraditórias, porém não ambíguas: na mesma medida que tornam suspeitas às práticas mais ingênuas<sup>188</sup> (incentivando a se duvidar das ideias), percebe-se crescer a indiferença alertada por Zizek<sup>189</sup> e qual, na verdade, há de colaborar mais para esconder o nexos dos fenômenos do que os explicar. O que parece colaborar na construção da ignorância e, conseqüentemente, para o esgotamento da crítica. Embora também seja verdade que a própria complexidade com que se engendram as lutas de classe, com os múltiplos interesses dos inúmeros agentes fazedores que atuam na produção da arquitetura, contribui com muita eficiência para ofuscar as matrizes mais imperativas que os organizam: os encargos do capital. Assim, levar a constatação banal de que "tudo é negócio" à arquitetura pode suscitar a reação, entre as muitas possíveis, a de indiferença. Seja pela aparente obviedade (possivelmente associada à sensação de impotência), seja pela redução abrupta de tal perspectiva, a qual poderia dificultar a penetração

<sup>187</sup> ZIZEK, Problema no Paraíso do fim da história ao fim do capitalismo, 2014/2015, p. 83, aspas e grifo do autor.

<sup>188</sup> Aparentemente desconfia-se, por exemplo, de que toda opinião política (partidária) deve ser movida por algum interesse pecuniário imediato.

<sup>189</sup> ZIZEK, op. cit.

em um universo de questões mais complexas e refinadas que, sabe-se, existem emaranhadas no escopo da construção da arquitetura e da cidade.

Mas o que interessa a nós, é que essas reações se ancoram e se dilatam numa característica latente na pós-modernidade. Trata-se do aspecto que Zigmunt Bauman denomina como política de críticas de portas abertas<sup>190</sup>, ou seja, uma aparente “proibição da proibição”. Fundamental para os novos giros da dialética do esclarecimento<sup>191</sup> e para construção do necessário sentimento de liberdade (de ação e de consumo) do capitalismo, que deve se apresentar, para isso, às avessas de uma sociedade de classes. Evidentemente que isso inflaciona a importância da comunicação pelos objetos, ou seja, pela estética suprassensível-sensível, tornando-a um ponto fundamental para legitimação e *reprodução* desta ordem social.

Na dimensão da produção da embalagem, esse apontamento implica diretamente numa sensação de liberdade e de autonomia. Essa política de portas abertas não proíbe (escancaradamente) os discursos, a linguagem e as práticas críticas de serem elaboradas, realizadas e circuladas, mas, por outro lado, parece conseguir, com grande eficiência, desenvolve-los (pós-parto) à revelia de seus próprios interesses, quando não os fazendo até mesmo reafirmar o que queiram opor. Pós-parto: ou seja, o após implicado no “tão logo aparece como uma mercadoria”<sup>192</sup>. Para ilustrar o que significa esse poder de crítica reduzido na arquitetura, Pedro Arantes faz um paralelo com a incorporação das críticas da esquerda à produção fordista, embora seja possível encontrar mais exemplos de como a pós-modernidade foi capaz de absorver e perverter os discursos que eram críticos ao capital. Escreve ele que, “é como se a crítica de esquerda ao fordismo acabasse sendo adotada pelo capital nas suas novas formas de organização técnica do trabalho, só que com o sentido inverso”<sup>193</sup>. E, no que diz respeito à arquitetura, encontramos uma leitura precisa dos limites que estamos abordando:

De forma paralela, esse processo ocorreu também no projeto estético originário da mesma crítica. O resultado arquitetônico proposto por Sérgio – deixar aparecer as marcas do trabalho, despir a obra de tudo que esconda o esforço humano que a fez possível – tornou-se uma das novas formas de exibicionismo da mercadoria: os revestimentos foram retirados não para desalienar o trabalho mas para mostrar a “seriedade” do capital. Essa é a impressão de Roberto Schwarz ao discutir a atualidade de Brecht, cujo projeto estético tem semelhanças com o da Arquitetura Nova. Segundo Roberto, a “desnaturalização” fazia sentido

<sup>190</sup> BAUMAN, Modernidade Líquida, 2000/2001.

<sup>191</sup> ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006.

<sup>192</sup> MARX, O capital: Crítica da economia política, Livro I, 1867/2013, p. 146.

<sup>193</sup> ARANTES, Arquitetura Nova, 2002/2011, p. 124.

num momento em que cabia ao capital esconder os antagonismos, em que a burguesia era conservadora e passadista. Mas acontece que, a partir da Segunda Guerra e seguramente após os anos 60, a "obscenidade" passou a ser, cada vez mais, a forma de expressão da mercadoria, como se sua força viesse da própria exposição espetacular das contradições, tornando inócuas as posições vanguardistas anteriores<sup>194</sup>.

Assim essa "condição pós-moderna" se desdobra igualmente à aparência das coisas. Trata-se de um momento em que a estética da arquitetura parece ter seu "poder de crítica reduzido"<sup>195</sup>, chegando a ter suas intenções éticas subvertidas em seu exato contrário, reforçando o que queria criticar<sup>196</sup>. Quando o que parecia criticar é aparelhado como matéria prima<sup>197</sup> na produção capitalista, é o momento em o "poderoso chefe"<sup>198</sup> pode falar: "Tome, desenhe o que você quiser, crie o que você quiser", pois assim que a folha for entregue ou o prédio edificado (ou seja, "tão logo aparece como mercadoria ..."<sup>199</sup>), tudo pode servir ao exato contrário.

Frente a isso, dissertar sobre os encargos econômicos da arquitetura em relação ao capital nos parece relevante ainda que incorra o risco de (um) ser conduzida a obviedades pouco reveladoras, ou mesmo (dois) acabe por contribuir na construção da ignorância na medida que pode ocultar outros aspectos (políticos, geográficos, culturais, etc.) que atuem na construção de objetos tão complexos como a arquitetura. Por certo essa política de portas abertas, manifesta na obscenidade criticamente estéril das embalagens seu respaldo no cinismo sábio a que se referia Zizek. O qual, segundo sua análise, não sabe tudo o que acha que sabe. "Esta é a fórmula do cinismo atual: quem é realmente enganado são os próprios cínicos, que não tem a consciência de que sua verdade está naquilo que ridicularizam, não em suas crenças ocultas"<sup>200</sup>.

Talvez decorra desse juízo tão elevado de sua própria sabedoria esse ar de tanta indiferença e insensibilidade, talvez se atrele a isso a carência por estímulos estéticos obscenos. É possível que essa sabedoria afirme que as imagens e as fardas, são apenas "fogos de artifícios", mas nos parece também factível a hipótese de ainda estarem deslumbrados com aquilo que a boca ridiculariza.

---

<sup>194</sup> ARANTES, Arquitetura Nova, 2002/2011, p. 125, aspas do autor.

<sup>195</sup> Ibid., p. 125.

<sup>196</sup> Como também argumenta Otília Arantes em: ARANTES, O lugar da arquitetura depois dos modernos, 1993/2000.

<sup>197</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>198</sup> ZIZEK, Problema no Paraíso do fim da história ao fim do capitalismo, 2014/2015, p. 62.

<sup>199</sup> MARX, O capital: Crítica da economia política, Livro I, 1867/2013, p.143.

<sup>200</sup> ZIZEK, op. cit., p. 82.

Seria difícil imaginar que o Alferes pudesse, no alto de seu sofrimento, resistir à espécie de castração simbólica que ele passava apenas desdenhando a farda.

Como dissemos há pouco, o pesadelo daquele mundo austero do *modular* deve ser atualizado. Quando as possibilidades das ações são reduzidas às inações, ou melhor, quando os efeitos das ações se encontram esvaziados da possibilidade da mudança, flerta-se com o fim da *história*, com um tempo que suspende sua marcha para deslocar-se lateralmente. Vive-se na sociedade da não-história:

O mundo da não-história não é o das fábricas envidraçadas onde silenciosos técnicos [o *modular*] de avental branco manobram as alavancas de complicados painéis de comendo: é o mundo das grandes guerras destruidoras, das ditaduras políticas e militares, do desemprego em massa. É também o mundo em que o diálogo e o discurso persuasivo cederam o lugar para à propaganda gritada, ao entupimento dos crânios, à lavagem cerebral, e em que a "torcida" da massa excitada substitui a opinião arrazoada.<sup>201</sup>

## fotografia, espaço e projeto .

Voltemos ao "apetite pela arquitetura" e a outras observações valiosas de Jameson<sup>202</sup>. O referido crítico pondera que "o apetite pela arquitetura em nossos dias (...) na realidade deve ser o desejo por alguma outra coisa (...) penso que é um apetite pela fotografia"<sup>203</sup>. Parece-nos que a importância de entender a relação da arquitetura com a fotografia, e com qualquer imagem sua, está no fato de essas serem as formas em que ela é primordialmente percebida como mercadoria. Imaginamos que não se trata, portanto, de uma forma de *circulação*, separada da produção ou do consumo, mas sim a própria mercadoria, ainda que manifesta deslocadamente de seu corpo material.

A partir da observação de Jameson<sup>204</sup> é possível argumentar que, embora a arquitetura tenha se tornado cotidianamente importante nas relações *reificadas*, o mesmo não aconteceu com o seu escopo (ou melhor, com o que poderia lhe ser desejado como escopo); não aconteceu, sequer, com o que seria suposto como sua "matéria prima", o *espaço*. O que vai de encontro à discussão feita

<sup>201</sup> ARGAN, Projeto e destino, 1964/2001, p. 26, aspas do autor.

<sup>202</sup> JAMESON, Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio, 1991/2002.

<sup>203</sup> Ibid., p. 120.

<sup>204</sup> Ibid.

nos capítulos precedentes sobre estética da mercadoria de Haug<sup>205</sup> e a teoria das almas de Machado de Assis, quando se afirmava que as oscilações estéticas da embalagem e o descolamento de sua imagem como promessa sedutora se hipertrofiaram em direção ao espetáculo; o que correspondia à queda tendencial da taxa de uso de Debord<sup>206</sup> e à analogia de que, assim como Jacobina era sufocado pelo Alferes, também as mercadorias podem ser sufocadas por suas imagens.

Essa *virtualização* da arquitetura, entendida como *descolamento da imagem* concretamente fixada pela fotografia, tem uma contribuição fundamental para o que Pedro Arantes denominava como “redução do poder de crítica” da arquitetura. Pois tanto ele<sup>207</sup> quanto Stevens<sup>208</sup> afirmam que a imagem fotográfica da arquitetura desempenha um papel relevante no estrangulamento da elaboração e da circulação de programas críticos que estejam além do que pode ser revelado por suas formas estéticas, visualmente percebidas, nesse caso.

No referido ensaio de Jameson<sup>209</sup>, ele ainda observa que “muitos edifícios pós-modernos parecem ter sido projetados para serem fotografados, pois só em fotos ostentam sua existência brilhante e sua realidade”<sup>210</sup>, o que condiz com o que foi discutido da estética da mercadoria e nos permite algumas observações interessantes. No entanto, antes de fazê-las, frisamos que essa relação promíscua com a imagem fotográfica, desconhece a fronteira dos campos culturais de Bourdieu. O fato dos edifícios “serem projetados para serem fotografados” acontece à revelia da fronteira entre vanguarda e retaguarda discutida nas considerações iniciais desse capítulo. Na dimensão da vanguarda, podemos novamente nos referir à tese de Arantes e sua longa descrição das relações íntimas entre a fotografia e a alta arquitetura<sup>211</sup>. Tanto mais o restante do *campo* arquitetônico que segundo a análise de Garry Stevens<sup>212</sup>, tem na fotografia um forte pilar para construção do *capital simbólico* através dos instrumentos de consagração das revistas especializadas - embora elas também permeiem o ensino formal. E no outro extremo, talvez fora do *campo* como muitos desejariam, coincidindo com a maior parte do cenário urbano periférico, essa relação é atinge arquitetura como o faria a qualquer bugiganga, sendo constatada nos alerta de “imagem

---

<sup>205</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>206</sup> DEBORD, A Sociedade do Espetáculo, 1967/2003.

<sup>207</sup> ARANTES, Arquitetura na era digital-financeira: desenho, canteiro e renda da forma, 2010.

<sup>208</sup> STEVENS, O círculo privilegiado, 1998/2003.

<sup>209</sup> JAMESON, Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio, 1991/2002.

<sup>210</sup> Ibid., p. 121.

<sup>211</sup> ARANTES, op. cit. Especificamente no capítulo 4 (“em circulação”).

<sup>212</sup> STEVENS, op. cit.

meramente ilustrativa” escrita nos pobres folders de venda dos empreendimentos imobiliários, ou nas propagandas de persianas impressas nas revistas regionais.

Contudo, é preciso relativizar esse atributo da fotografia, ou melhor, é preciso relativizar seus efeitos reais dentro das forças que agem *com* e *através* dela, afinal, se argumentamos acerca da heteronomia da arquitetura, nos parece que seria ingênuo atribuir tanto peso e autonomia a essa forma de comunicação. Analisando a relação entre a fotografia e a produção da alta arquitetura, Arantes<sup>213</sup> observa com precisão que "o achatamento da arquitetura em pura visualidade não é um efeito do fotógrafo, mas resultado da busca incessante pelo ineditismo e pela renda da forma". Ora, encontra-se nessa frase as duas categorias aportadas por Haug<sup>214</sup> na estética da mercadoria: descolamento da imagem e inovação estética. Na verdade, há um pouco mais: inovação estética *como* e *para* inovação visual fotográfica. Ambas aparecem aqui tal qual apresentado no capítulo primeiro, como imposição heterônoma do processo de valorização do capital. Assim, nos parece possível dizer que essa redução da arquitetura à pura visualidade de que fala Arantes<sup>215</sup> está tanto atrelada ao descolamento da imagem e da inovação estética quanto essas estão circunscritas nas tendências estéticas da mercadoria. De fato, seria ingenuidade tratar essa condição da arquitetura como uma *consequência* (passiva) da circulação das imagens fotográficas. Concordamos com Arantes<sup>216</sup> quanto ao problema ser mais profundo, podendo ser referido até aquela contradição fundamental do *valor de uso* e *valor de troca*, bem como da pele suprassensível do fetiche. Assim, embora não seja possível tributar à fotografia a responsabilidade de orientar o *arco* para determinada direção, isso não impede, como ele faz, de isolá-la para melhor discuti-la.

Afirmar que o edifício é projetado para ser fotografado, implica dizer que o projeto é feito, também, para ser imagem - o que, nos limites específicos do que estamos discutindo, está à margem do desenho do projeto, cuja representação já teve sua neutralidade dissecada por Sérgio Ferro<sup>217</sup> – assunto que será retomando mais adiante nesse capítulo. O projeto concebido para ser novidade fotográfica (ou melhor, fotografável) respalda-se tanto no imperativo da inovação estética quanto no descolamento da imagem, ambos circunscritos pela contradição entre *valor de uso* e *valor de troca* - dilatando-se o sentido de *valor de troca* para outras formas de valorização do capital, ou melhor, para qualquer forma de valorização do capital.

---

<sup>213</sup> ARANTES, Arquitetura na era digital-financeira: desenho, canteiro e renda da forma, 2010, p. 228.

<sup>214</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>215</sup> ARANTES, op. cit.

<sup>216</sup> Ibid.

<sup>217</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006.

A amplitude dessa observação, do edifício ser concebido para ser fotografado, poderia ser desdobrada em inúmeros assuntos e sobre inúmeras perspectivas. Dentro de todas essas possibilidades gostaríamos de destacar, em linhas gerais, quanto essa virtualidade está, sob a tutela e a condição do tempo no capitalismo, atrelada às tendências da estética da mercadoria anteriormente apontadas, bem como o efeito disso sobre dois aspectos: primeiro, a obliteração do espaço fenomenológico e, segundo, o ofuscamento das pautas processuais e políticas da construção/compreensão social da arquitetura.

Começemos pela obliteração do espaço e suas percepções (estéticas). Ainda que a fotografia, no sentido aqui discutido, não seja em si e sozinha a vilã do espaço, senão um meio para vileza, as consequências desse aspecto parecem ir ao encontro da crítica feita pela leitura fenomenológica da arquitetura, como a realizada pelo arquiteto teórico Juhani Pallasmaa<sup>218</sup> contra o empobrecedor e crescente protagonismo da visão focada sobre os demais sentidos na percepção da arquitetura na modernidade. A despeito de quanto pode revelar uma fotografia, ela se trata de uma abstração do espaço, de um recorte. Ainda que nos atenhamos apenas às percepções sensoriais, para a fenomenologia, o espaço (*lugar*) deve envolver todos os sentidos em sua percepção e não apenas a visão. Na medida que a fotografia é uma abstração do espaço, ela é também aniquilação de parte do espaço - ainda que em proveito de outros aspectos.

A constatação de Jameson<sup>219</sup>, de que o projeto é pensado sobre a pressão da imagem fotográfica, revela a equação de uma produção da arquitetura que parte do projeto (que é uma ficção) para se chegar a uma imagem de realidade (que também é uma ficção) cuja imagem confusamente já perpassava heteronomamente o projeto, como sua determinante. É como se o projeto nascesse para ser o que já é, e vivesse sendo o que vai ser: imagem e realidade virtual. O que permanece oculto nessa equação, ou seja, o que não aparece nela? A própria realidade, em sentido concreto e substancial. Não estamos afirmando que a ficção (o projeto, a utopia, a ideologia ou a propaganda) não seja *real*, como vimos ela participa efetivamente do mundo real e cotidiano, argumentamos apenas que, neste caso, a realidade substancial seja de ordem circunstancial<sup>220</sup>.

Sem dúvida essa equação exerce pressão no *fazer*, ou melhor, no pensar a arquitetura. Uma coisa parece estar sendo sufocada aqui, nessa equação que vai de virtual para virtual, é justa e

---

<sup>218</sup> PALLASMAA, Os olhos da pele: a arquitetura e os sentidos, 2005/2011.

<sup>219</sup> JAMESON, Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio, 1991/2002.

<sup>220</sup> Embora, enquanto desempenhem um papel publicitário, a missão de tais imagens seja de fato a de não ser *real*, mas serem *expectativa* e *promessa*, o que é de toda sorte necessário na economia da (in)felicidade capitalista.

objetivamente o *espaço*. E se o próprio espaço parece ser assim sufocado por aquelas imagens que pairam sobre o real, não espanta que o *lugar* fenomenológico (no sentido que ele costuma ser entendido no meio arquitetônico), do qual devem participar toda a complexidade de sua atmosfera (odores, temperatura, barulhos etc.) como define a arquitetura do suíço Peter Zumthor<sup>221</sup>, depare-se com inúmeros obstáculos e dificuldades para se desenvolver<sup>222</sup>. Sabemos que as contribuições da fenomenologia na arquitetura não podem ser resumidas de maneira tão grosseira, contudo gostaríamos de aproveitar o entendimento da arquitetura como *lugar* para melhor expor uma ferida não-cicatrizável, deixada pela estética da mercadoria na arquitetura, em sua dimensão mais profunda: na construção do espaço ao longo do tempo. Falamos precisamente, do descompasso entre o tempo capitalista e a construção do *lugar* - desconsiderando naturalmente os pastiches historicistas e as falsas pátinas do tempo.

Falávamos de o espaço ser estrangulado, falávamos de o *lugar* ser estrangulado, apontamos agora para o tempo estrangulado. Fato que se dá não pela ocultação de uma dimensão, mas pelo aceleração, seja pelo ciclo das inovações estéticas, seja pelas imagens e fotografias, as quais, além de fomentar e ritmar tal ciclo, parecem intentar ambigualmente também como que um congelamento e suspensão imaginária das coisas no tempo, com efeito semelhante ao retrato de Dorian Gray<sup>223</sup> - aquele personagem que amava tanto sua beleza que trocou de lugar com a pintura de sua figura, passando o quadro a envelhecer enquanto ele permanecia igual, sempre *novo* numa realidade inatingível, mais brilhante que a própria realidade, como os prédios de Jameson<sup>224</sup>. Realidades brilhantes mais que reais, que se já não são natimortas, serão rapidamente devoradas por seus irmãos.

Conquanto a busca por ineditismo (inovação estética) e o descolamento da imagem decorram de vontade heterônima, ou melhor, da imposição do capital (econômico e simbólico), e conquanto uma valorização só é possível de ser efetivada sobre um determinado período (o menor socialmente possível), vê-se que tanto a busca do ineditismo como o descolamento da imagem são impulsionados pelo ritmo do tempo de produção capitalista, da produção do ineditismo efêmero.

---

<sup>221</sup> ZUMTHOR, Atmosferas, 1988-2004/2009; ZUMTHOR, Pensar a arquitetura, 1998/2009.

<sup>222</sup> Contudo, se a prevalência da visão focada é um dos aspectos que sufocam o espaço arquitetônico (visto pela fenomenologia), nos parece possível desconfiar que, ao menos em tese, outros órgãos receptivos poderiam estar sendo aparelhados na inserção da arquitetura nessa lógica da economia produtiva, porém (e de fato isso parece uma obviedade), não é possível esperar que a percepção, por si, possa ser pedagógica (e muito menos emancipatória).

<sup>223</sup> WILDE, O retrato de Dorian Gray, 1890/2016.

<sup>224</sup> JAMESON, Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio, 1991/2002.

Sem mistério: quando tudo que é sólido se desmancha no ar, o compromisso da arquitetura com a *firmitas* tende ao embaraço.

Reconduzindo o objetivo final do projeto do edifício de ser fotografia, manifesto desde o início, para as questões mais básicas do ciclo econômico capitalista, que tal como Madame Bovary<sup>225</sup>, queima a vela do tempo pelas duas extremidades, torna-se latente uma marca do *tempo* (capitalista) sobre o *espaço* - esse *valor de uso* suspeito. Porém nos parece que essa lógica se torna de fato mais grave quando se transpõe essa questão para o habitat. Atrela-se a essa questão, da lógica produtiva desse tempo apressado, a impossibilidade de o sujeito construir seu *lugar*, inclusive o mais íntimo. A heteronomia na construção do espaço transpassa ao sujeito que habita sem autonomia seus espaços.

Frisamos que nessas anotações acerca do espaço e do *lugar* se dão circunstâncias bastante concretas e não metafóricas e que, além disso, devem ser relativizadas na medida em que são feitas sem prejuízo de outras considerações e aspectos que poderiam ser sinérgicos ou mesmo independentes - talvez haja um risco maior ao se falar em linhas tão gerais. Por exemplo, imaginamos que o que apontamos nesse tópico até o momento deve ser somado àquele amplo flagelo implicado pela separação entre o trabalho intelectual e o trabalho manual, mais precisamente pela imposição de uma abstração de parte da realidade causada por um fazer (pensar) que se dá, primeiramente, de forma abstrata, e, portanto, escreve Ferro<sup>226</sup>, "cujo fazer está preso em impotência". Assunto igualmente importante para fenomenologia, mas também fundamental para qualquer pesquisa que se debruce sobre a perspectiva de produção social da arquitetura. Porém, discutimos aqui, além dessa abstração *sine qua non* do modo de produção capitalista, a existência de uma subordinação do espaço a uma virtualidade que não se vincula apenas à condição de um pensar abstrato apartado do fazer manual, senão aparece simultaneamente como ponto de partida, meio para produção e ponto de chegada, para não dizer que é onisciente e onipresente.

Mas, além dessas conseqüências deflagradas na própria matéria prima da arquitetura, essa relação com a fotografia colabora para obliteração da agenda política e processual da arquitetura, como observa Pedro Arantes:

Essa redução promovida pela fotografia tem implicações em vários níveis, inclusive políticos. As diversas dimensões da prática social da arquitetura são

---

<sup>225</sup> FLAUBERT, Madame Bovary: costumes de província, 1856/2001.

<sup>226</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006, p. 160.

minimizadas ou suprimidas na imagem fotográfica em favor da *venustas*, o retrato belo e isolado.<sup>227</sup>

Poucas interpretações de Dorian Gray seriam mais precisas que essa de Pedro Arantes para arquitetura do espetáculo. Ora, se por um lado as hipóteses que pairam sobre a realidade no mundo virtual de imagens são infinitas em suas possibilidades sendo, portanto, maiores que a realidade, por outro, a abstração que se verifica em cada imagem que se torna concreta, oblitera, na medida que é justamente abstração e recorte da realidade, boa parte da própria realidade. E o que parece estar em jogo aqui, ao menos frente aos nossos objetivos, é o aparelhamento de toda essa ficção pela condição de encantamento da estética da mercadoria. O projeto parece aí nascido pelo avesso e, de fato tão comprometido com sua “existência brilhante”, que outros aspectos tendem a se tornar ocultos, como na metáfora, já citada, dos fogos de artifício que ocultam o que se deveria ser iluminado.

Essas imagens que nascem póstumas<sup>228</sup> têm suas funções reais, e se apresentam como mais-que-reais, obscenas e banais. Elas ilustram bem a referida observação de Argan, de caminharmos para um “mundo em que o diálogo e o discurso persuasivo cederam lugar à propaganda gritada, ao entupimento de crânios, à lavagem cerebral (...)”<sup>229</sup>. Pois no mesmo sentido que falávamos do estrangulamento do espaço e da atmosfera, podemos dizer que a lacuna existente entre ficção e realidade, ou seja, a ficção implícita em uma imagem (*projeto*), já nasce (natimorta) tão comprometida consigo que obstrui (e talvez nasça para obstruir) a concepção do projeto utópico, ou “destino”, como diz Argan<sup>230</sup>. Na realidade, a inflação de tais imagens parece ter grande contribuição no estrangulamento da “validade política do projeto utópico”<sup>231</sup>, como sintetiza Jameson.

Além destes aspectos, nos parece que á através da máquina fotográfica (hoje embutida nos aparelhos celulares) que os sujeitos se relacionam com a arquitetura hoje. O que quer dizer que nem mesmo os olhos, acusados de monopolizar a atenção da arquitetura, parecem fruir a arquitetura atualmente, sendo terceirizados para a lente da câmera. A fotografia serve quando não se sabe ou não se pode *ver*. A conhecida caricatura do turista fotografando obsessivamente revela,

---

<sup>227</sup> ARANTES, *Arquitetura na era digital-financeira: desenho, canteiro e renda da forma*, 2010, p. 222, grifo do autor.

<sup>228</sup> Frisamos outra vez: tanto faz se isso se dê isso em relação à construção de um capital simbólico e/ou pela valorização de um capital econômico.

<sup>229</sup> ARGAN, *Projeto e destino*, 1964/2001, p. 26, aspas do autor.

<sup>230</sup> *Ibid.*

<sup>231</sup> JAMESON, *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*, 1991/2002, p. 121.

na verdade, uma tragédia para os objetos, que muitas vezes poderiam sair de cena sem serem notados, como discutiremos no próximo capítulo.

## galpão decorado e revestimentos .

"Em uma palavra, a nova normatividade das sociedades capitalistas impôs-se por uma normatização subjetiva de um tipo particular".<sup>232</sup>

Discutimos agora alguns aspectos das inovações estéticas no corpo arquitetônico, buscando reafirmar o caráter heterônomo de sua embalagem. Destacamos nesse item duas dimensões dialéticas de tais inovações, a de atuarem na relação da produção e do consumo da arquitetura bem como desempenharem um papel na construção de uma ideologia da diversidade. Na primeira dimensão nos interessa trazer algumas anotações sobre o compromisso heterônomo que passa por cima (ou pela *base*) da linguagem, bem como revelar algumas funções das inovações estéticas sobre a força de trabalho, como meio de expropriação e pressão sobre ela. No que diz respeito ao caráter ideológico de uma estética da mercadoria-arquitetura (cotidiana, se insistirem) serão feitas algumas anotações sobre aspectos concernentes a uma infinita liberdade de escolha (e de desenho).

Apontaremos para a lógica da decoração na arquitetura, entendendo por essa lógica a produção de uma mercadoria-arquitetura consumida barbaramente, a despeito de ter sido produzida ou não com essa intenção. Para isso retomamos a arquitetura como embalagem, ou melhor, à *visão* dessa embalagem: de suas peles, superfícies e revestimentos, dessa parte mais facilmente transmitida em fotografia; não nos referimos, portanto, exclusivamente ao revestimento metafísico das mercadorias-arquitetura (ainda que esse esteja contemplado nas peles, superfícies e revestimentos "concretos"). Tratamos isso como decoração, malgrado daqueles que têm, na distância dessa *práxis*, a sua distinção. Tal caráter da arquitetura, como dizíamos, nos parece inescapável aos olhos que dessa forma a vê circular agora. Triste condição causadora de enorme mal-estar para os arquitetos que, *fazendo* dentro disso, vêem surgir de maneira cristalina os limites da *supra-estrutura*.

---

<sup>232</sup> DARDOT; LAVAL, A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal, 2009/2015, p. 323-324.

Pois quando o estar fora-de-moda, contra-a-moda ou além-da-moda (como frequentemente se define a classe média do campo arquitetônico) aparece também como uma moda e, portanto, *é* também uma moda, torna sufocante a atuação linguística e, de fato, os limites das transformações do mundo pela atuação na casca da linguagem parecem estreitados - ao contrário do que quer supor um livre arbítrio suspeito, sempre suspeito. E, conquanto os arquitetos sejam, por ofício, levados a pensar no que *deveria* existir (ou seja: "projetar"), hão de se deparar com esse mal-estar, tão logo encarem os limites e a penosa dor das escolhas com, como diz Sérgio Ferro<sup>233</sup>, "a responsabilidade devida". Não nos parece exagero lembrar daquele verso de Brecht: "Aquele que ri é por que ainda não recebeu a terrível notícia"<sup>234</sup>.

Mas talvez ainda haja uma inversão esperançosa nas palavras de Jameson<sup>235</sup> acerca do resgate da validade política do projeto utópico e no sentido que Argan<sup>236</sup> fornece ao *projeto*. **Pois talvez haja menos arbítrio, e mais liberdade, na utopia do que nas inovações estéticas discutidas por Haug<sup>237</sup>.**

No entanto, ao falar sobre embalagem, pele, revestimentos etc., é preciso abrir um parêntese. Temos que evitar um possível embaralho dualista entre "forma" e "conteúdo" na arquitetura. Frequentemente, essa oposição se associa a um moralismo pouco promissor acerca da pele/embalagem serem, pejorativamente dizendo, superficiais em relação a algum "conteúdo" mais nobre, ou ainda se justifica nas discrepantes capacidades e competências individuais daqueles que a projetam. Naturalmente, não estamos criticando a construção de um "conteúdo mais nobre", mas somente os discursos que, em parábola, contam que havia uma boa arquitetura, legítima de conteúdo, mas que, sendo expulsa após comer do fruto proibido, veio a ter sua forma banalizada no mesquinho espaço cotidiano.

Se falamos de estética da mercadoria e, portanto, de encargos do modo de produção e consumo da mercadoria-arquitetura, nos parece que a superficialidade (da embalagem e da pele em sentido concreto) é, parafraseando Ferro<sup>238</sup>, de ordem essencial. Ou seja, lógica, de alguma maneira. Pode ser ilustrativo nos parametrizarmos pelo belo metafísico, o qual nos parece enraizado

---

<sup>233</sup> "Nada mais angustiante e penoso do que a definição e a escolha de caminhos, não só práticos mas, principalmente, teóricos, na arquitetura, quando se encara o problema com a responsabilidade devida". FERRO, Proposta inicial para um debate: possibilidade de atuação, 1963/2006, p. 33.

<sup>234</sup> BRECHT, Aos que vierem depois de nós, déc. 1930/2002, p. 186.

<sup>235</sup> JAMESON, Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio, 1991/2002.

<sup>236</sup> ARGAN, Projeto e destino, 1964/2001.

<sup>237</sup> Menos arbítrio para mais livre arbítrio. A utopia enquanto ficção da realidade e pertencente ao mundo das hipóteses, é sempre mais livre que a realidade (do modo de produção). No entanto, parece curioso que até mesmo em um pensamento utópico a narrativa se engendre por uma lógica ética menos contraditória que a realidade das inovações estéticas. HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>238</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006.

(inconscientemente) no cotidiano. Pois é à margem das leituras que coincidem a beleza à um desvio do caminho mais curto necessário em uma realização (ou seja, que afirmam predomínio da *forma* sobre a *função*), ou mesmo ao desenvolvimento da *forma pela forma* (que exclui da arte qualquer *função/finalidade* que não ela mesmo) enfim, é à margem disso que entendemos o que poderia ser prejudgado como *desvio* (gênio, excentricidade etc.), manifesto concretamente na inovações estéticas e re-codificações da linguagem, como sendo fruto das determinações mais gerais do modo de produção capitalista. Não sendo desvio, portanto, mas sim caminho. Não que por isso a beleza esteja inviabilizada, pelo contrário, o controle na decoração na linguagem faria inveja às correções ópticas das colunas gregas, mas apenas que esta situada *funcionalmente* na luta de classe desenrolada na produção capitalista, ou seja, aparelhada às pautas dessa sociedade.

No entanto, para encerrarmos o parêntese, além dessa tradicional distinção entre *forma* e *conteúdo* ou *forma e função*, é preciso nos situarmos em relação a uma contraposição que acontece amiúde na arquitetura, ao menos na língua portuguesa, entre o que poderia ser chamado de *forma* (geometria: volume e superfície), e *revestimentos*. Nesse sentido, embora o texto nesse tópico possa evidenciar as questões da pele e dos revestimentos, não há um sentido de oposição à forma, ao contrário, o que tratamos acerca da epiderme serve (ou seja, tem a mesma função) para forma. Ou seja, as mesmas características das superfícies servem também para a embalagem geométrica - aspectos inseparáveis na verdade, que apenas são ressaltados aqui devido ao peso e ao significado que essas palavras podem ter na arquitetura. Obviamente isso só é possível de ser feito dada a distância guardada em relação ao objeto. Ainda assim, para podermos fazer isso com tranquilidade, nos apoiamos novamente em Ferro: "Mas é já evidente que os volumes continuam a missão do revestimento: negação do trabalho concreto"<sup>239</sup>.

Fim de parêntese. A crítica estética de Haug<sup>240</sup> coloca as inovações estéticas da embalagem da mercadoria em órbita (como um desvio) ao redor de um *valor de uso* (tão suspeito quanto os desvios). Essa leitura ancora o desenvolvimento da embalagem, de sua pele e revestimentos, como encargos de valorização do capital – o que não significa que este interesse seja traduzido em uma determinação unívoca e diretamente em todos os traços da embalagem, apenas que tais traços se dão nos limites em que são concebidos de uma determinada maneira. Vejamos algumas passagens que permitem afirmar e discutir isto na arquitetura,

---

<sup>239</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006, p. 132.

<sup>240</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

Nenhuma teoria da arquitetura pode ignorar esse problema. Por um lado, temos de aceitar que não haja tradução direta entre função e forma. Sua relação é sempre mediada pelo costume e pela história. A imaginação arquitetônica deve estar livre para fazer sua escolha a partir da causa completa das formas arquitetônicas sem ser restringida por teoria a priori sobre as imposições do espírito de época. Por outro lado, não devemos pensar que essa escolha é ilimitada. A arquitetura tem a origem de seu significado nas circunstâncias de sua criação: e isso implica que o que é externo à arquitetura – o que pode ser, de maneira geral, chamado de seu conjunto de funções – é de vital importância. É ele que fornece o que Pierre Bourdieu chamou de “motor”.<sup>241</sup>

Sobre a perspectiva dessa dissertação, é estranho tanto crédito à “imaginação arquitetônica”, uma vez que *o que* se produz se desdobra a partir de um *como* se produz (de um como se está produzindo). Embora tal crédito possa se justificar na distância com que se observa a arquitetura, uma vez que o “motor” a que ele se refere, esse “conjunto de funções”, poderia ser situado nas disputas de classes que, conforme a perspectiva empregada, podem ser amplas o suficiente para conter ambiguidades e criatividade. Mas, é exatamente essa 'distância do observador' que permite, ao se observar a arquitetura, encontrar em suas formas, mais homogeneidade ou diversidade. Vejamos outra observação desse crítico,

E se as grandes corporações, cada vez mais patronos dos grandes projetos arquitetônicos, seguirem essa mudança da imagem arquitetônica? E se eles a virem meramente como uma mudança de moda que pode ser facilmente acomodada à tecnologia e a restrições orçamentárias? Isso, é claro, foi exatamente o que aconteceu. Os arquitetos que estavam na linha de frente do desenvolvimento dos arranha-céus durante os trinta últimos anos de repente redescobriram que não existe nenhum argumento econômico (isto é, funcional) para uma arquitetura minimalista que extraia sua força expressiva da geometria abstrata e de uma cortina de vidro lisa e uniforme. Dentro de limites razoáveis, é economicamente exequível complicar o perfil de um edifício alto de inúmeras maneiras, inclusive algumas que lembrem vagamente composições clássicas.<sup>242</sup>

Os termos “argumento econômico (isto é, funcional)” e “economicamente exequível” podem ser circunscritos e traduzidos aos nossos objetivos como, **economicamente rentável**. E isso sobre, ou melhor, por meio de um protagonismo das peles e revestimentos. Voltamos ao ponto do qual partia

---

<sup>241</sup> COLQUHOUN, Modernidade e tradição clássica: ensaios sobre arquitetura, 1987/2004, p. 240.

<sup>242</sup> Ibid., p. 380.

Ferro: “todo e qualquer objeto arquitetônico, entre nós, é um dos resultados de valorização do capital”<sup>243</sup>.

Pele de vidro, pele cerâmica, "geometria abstrata", "cortina de vidro lisa e uniforme", "existência brilhante", pavilhão minimalista, galpão torcido, galpão retorcido, galpão histórico, galpão a-histórico, galpão decorado, galpão des-decorado, apartamento decorado etc. Homogeneidade que remete a um cansaço alucinante, numa época em que a essência do fetiche lateja reluzente no "fascínio pelas superfícies"<sup>244</sup>. Homogeneidade às avessas, feita de diferenciação superficial - que, se na melhor das hipóteses não é dessa forma pensado, o é na superfície suprassensível-sensível do mundo, nas fotografias e nas formas que andam por aí assombrando os homens e querendo brilhar mais que a própria realidade. Homogeneidade às avessas, que "na superfície, ao menos, parece que o pós-modernismo procura justamente descobrir maneiras de exprimir essa estética da diversidade"<sup>245</sup>. Mas não se trata de superfície apenas, como se desprende da análise de Sérgio Ferro sobre o pavilhão des-decorado de Mies Van Der Rohe.

Mies Van Der Rohe quando propõe a não especificidade dos espaços, desce à crueza enquanto arquiteto a serviço do capital (quase tautologia). Desenha espaços vendáveis, cumpre sua missão; o que deles é feito não o ocupa. E, por isso, é capaz de passar do monumento (felizmente destruído) a Rosa Luxembourg e Karl Liebknecht ao Seagram's building. É que nele encontramos como que o arquétipo da forma de “tipo-zero”, paralelepípedos anônimos prontos para qualquer – ou nenhum – uso”.<sup>246</sup>

De “paralelepípedos anônimos” até os "paralelepípedos anônimos decorados" – conscientemente, cinicamente, quixotesca ou ideologicamente decorados. Paralelepípedos anônimos decorados, ou simplesmente “galpão decorado”, como descreve o arquiteto norte americano Robert Venturi<sup>247</sup> em sua crítica à linguagem ortodoxa do purismo moderno. Falávamos, seguindo as anotações de Jameson<sup>248</sup>, que no alto de sua utopia a arquitetura moderna intentava resistir a ser consumida (barbaramente) como mercadoria, e também quanto a arte moderna se pautava pela recusa paulatina do cotidiano, senão da vida real. Agora, mudando as coisas para que elas

<sup>243</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006, p. 106.

<sup>244</sup> HARVEY, Condição pós-moderna, 1989/2014, p. 87.

<sup>245</sup> Ibid., p. 76.

<sup>246</sup> FERRO, op. cit., p. 110-111, aspas do autor.

<sup>247</sup> VENTURI, Aprendendo com Las Vegas, 1972/2003; VENTURI, Complexidade e Contradição em Arquitetura, 1966/1995.

<sup>248</sup> JAMESON, Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio, 1991/2002.

permaneçam iguais, essa distinção entre o "pavilhão" (moderno) e "galpão" (mercadológico), demarca uma posição frente ao consumo (banalizado).

Junto de Venturi, é possível alinhar inúmeras críticas pós-modernas. Como por exemplo, a contraposição da rua em relação ao planejamento e ao zoneamento moderno de Jane Jacobs, ou o elogio de Koolhaas ao caos de Nova Iorque. Sem dúvida, seria um equívoco tratar um assunto tão amplo e cheio de nuances, como as distinções entre arquitetura modernista e pós-modernista, em linhas tão gerais. No entanto, destacamos aquilo que falávamos sobre o "poder de crítica reduzido", pois boa parte dessa crítica acabou digerida e subvertida por uma nova agenda (neoliberal), legitimando e fomentando o que muitas vezes se queria denunciar, em uma inversão de propósitos que seria difícil acreditar que esses autores defenderiam<sup>249</sup>.

Não são poucos os casos que ilustrariam essa perversão da crítica ou, pelo menos, sua domesticação frente a dimensões mais estruturais da produção da arquitetura e do território. Mas certamente este não é o caso de Venturi, cuja celebração da realidade (cinicamente diriam alguns) não precisa, naturalmente, de nenhuma domesticação. O que não o exime de algumas contradições e até mesmo complexidades embaraçosas até hoje. Como, por exemplo, o seu populismo, cuja crítica à ética de uma linguagem ortodoxa (moderna), torna-se uma celebração do cotidiano (do mercado e do "comercial") e acaba numa atitude consideravelmente niilista acerca da *escola* em arquitetura – ela que se proclamava sem seguidores.

Crítica a uma linguagem purista (lembrando de sua desavença com Mies) que havia se tornado dogmática. O que, porém, não ocupa a Venturi é quanto de sua busca de liberdade estilística, contra a heteronomia que um estilo (*escola*) pressupõe, o circunscreve em uma curva econômica de liberdade estilística igualmente duvidosa e, como discutiremos no próximo capítulo, mais opressora. Essa curva econômica onde a liberdade borbulha vulcanicamente e se impõe como obrigação, numa obrigação à liberdade que constrói, antes de qualquer coisa, a sensação da liberdade. Como sintetiza Ferro<sup>250</sup>: "Pouco conta a escolha em si mesma: conta a diferenciação. Como acontece com as gírias das gangues, cuja meta é distinguir os que estão por fora - fazendo-se, por isso mesmo, semelhantes a todas as outras."

---

<sup>249</sup> Ao menos é o que supõe Harvey, que diz que, "entretanto, de modo algum está claro que uma simples virada para o populismo seja suficiente para atender às queixas de Jane Jacobs". HARVEY, *Condição pós-moderna*, 1989/2014, p. 78.

<sup>250</sup> FERRO, *O canteiro e o desenho*, 1976/2006, p. 176.

Servilidade e celebração perigosas, como de novo encontramos na leitura que o geógrafo David Harvey faz sobre a pós modernidade,

Rowe e Koetter, em *Collagecity* (cujo o título indica simpatia pela tendência pós-moderna), acham estranho o fato de que "os proponentes do populismo arquitetônico sejam a favor da democracia e da liberdade, mas, caracteristicamente, não se disponham a especular sobre os conflitos necessários entre a democracia e a lei, sobre as colisões necessárias entre liberdade e a justiça".<sup>251</sup>

Mas talvez isso esteja ainda mais latente e preciso em sua crítica à perspectiva ingênua de Jencks:

Jencks concede, por exemplo, que o pós-modernismo na arquitetura e no projeto urbano tende a ser desavergonhadamente orientado para o mercado por ser esta a linguagem primária de comunicação de nossa sociedade. Embora a integração ao mercado traga claramente o perigo de atender às necessidades do consumidor rico e privado, e não do consumidor pobre e público, trata-se para Jencks de uma situação que o arquiteto tem possibilidade para mudar.<sup>252</sup>

Sem dúvida a crítica de Venturi permanece embaraçosa às altas (e médias) posições de um campo cultural que sustenta sua riqueza (*capital simbólico*) e sua pretensa autonomia justamente na distância do que esse arquiteto quer celebrar. Porém, na verdade, suas críticas não nos interessam pois, a perturbadora figura do galpão decorado lhe pertence apenas por batismo. Pois, no alvorecer do apetite voraz pela arquitetura, localizado na decoração sobre os paralelepípedos anônimos, a constatação de que no consumo banalizado há a dilatação de uma estética e de uma prática por um lado normalizadora, restritiva e homogeneizante e, por outro, redutora (da crítica, do espaço etc.), é simultânea ao esgarçamento do próprio fenômeno. Sérgio Ferro<sup>253</sup> já observara como os revestimentos eram, por detrás de suas aparências fugazes que forneciam máscaras para os bailes da ostentação, elementos homogeneizantes. Também dizíamos que a estética da mercadoria de Haug<sup>254</sup> é fundada sobre a padronização e a normalização estética. E abolir o ornamento, ou ao menos tentar abolir o ornamento, não adiantou muito, senão apenas tem fornecido novas máscaras para animar o antigo baile<sup>255</sup>.

---

<sup>251</sup> HARVEY, Condição pós-moderna, 1989/2014, p. 78, grifo e aspas do autor.

<sup>252</sup> Ibid., p. 78.

<sup>253</sup> Ibid.

<sup>254</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>255</sup> Sabemos quão grosseiro e nocivo seria reduzir boa parte da arquitetura à condição de galpão decorado. Por detrás das formas e aparências, inúmeros processos que as constituem, que envolvam grandes discussões, podem estar sendo

O que nos interessa nessa camada, talvez de maneira imprecisa chamada de “decorativa”, é a inserção que ela promove da arquitetura (de exteriores e de interiores) no que chamávamos de “mercado das almas”. Ou seja, no jogo comunicativo das representações (de poder) cotidianas, no consumo pautado pela constante castração simbólica, fomentando aquele apetite insaciável cujas consequências nos parecem devastadoras para a construção de *habitat*.

Falamos de “galpão decorado”, nesse fogo amigo (interno) em apologia à profanação do sagrado, pois sabemos que a decoração (“comercial”) é objeto a ser excluído pela porção refinada do campo arquitetônico. Já vimos que, tautologicamente, essa distinção sustenta-se justamente na distância que ela mantém com o que exclui, ou seja, se define principalmente pela exclusão de práticas e discursos<sup>256</sup>. Sendo assim, apesar de aproximarmos a discussão estética à pele e aos revestimentos, o fazemos somente pela facilidade de sua própria evidência pois, como já afirmamos, seu fulcro (econômico, e de tudo o que se desdobra daí) é o mesmo que de uma forma arquitetônica, não havendo (nessa dimensão) dualidade entre ambas; pelo contrário, o que começa nos revestimentos extrapola-se para a forma<sup>257</sup>.

\*

"Tal efeito epidérmico (...) é resultado inevitável: a construção hoje, enfiada em negócios picados, não tem como não andar aos saltos".<sup>258</sup>

Vejamos mais de perto a epiderme *sensível* dessa mercadoria no momento em que os códigos aflorados em sua pele se esgarçam pronta e literalmente em um infinito universo de revestimentos e liberdade negativa. Vejamos como todo esse brilho ocorre ancorado e literalmente sobre a forma manufatureira da produção de edifícios.

Revestir, vestir novamente, sobre-vestir, re-vestir. Ou oposto: não-revestir ou revestir de não-revestimento. Ou a versão turística global do revestir com revestimento invisível - esses que tornam

---

desenvolvidos, quem sabe, com grandes resultados (sociais, culturais, etc.). No entanto, tais processos se tornam, à margem das pesquisas acadêmicas, cada vez mais impenetráveis, justamente por essa espessa camada gritante, que entope os crânios, hipertrofiando a realidade em espetáculo - associada por certo às imagens que a tornam mais brilhantes que a realidade.

<sup>256</sup> BOURDIEU, A distinção: crítica social do julgamento, 1979/2015; BOURDIEU, A economia das trocas simbólicas, s/d/2013.

<sup>257</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1979/2006, p. 132.

<sup>258</sup> Ibid., p. 177.

brilhantes as pedras já puídas pelo tempo. Ou a última tendência dos bancos: a desmaterialização do revestimento, a substituição do espaço pela imagem e pelos pequenos códigos em caixa-alta – as finanças do espaço contabilizado pelos centavos. Pelo hábito e através da promissora construção da ignorância, a intimidade com a palavra “revestimento” é capaz de esconder significados que não devem ser invocados no cotidiano.

Na aproximação desse componente, seguimos (novamente) as anotações feitas por Sérgio Ferro<sup>259</sup>. Em *O canteiro e o desenho* ele destrincha algumas *funções* dos revestimentos na produção manufatureira da arquitetura, a saber: a de ser trabalho produtivo e a de ser "ocultação e segurança" – ocultação do trabalho concreto *para e, portanto*, segurança de uma ordem social. Vejamos nessa ordem, com um parêntese para o papel das inovações estéticas sobre o corpo do trabalhador coletivo manufatureiro.

Primeiro, os revestimentos se tratam de trabalho produtivo, ainda que de *valor de uso* (técnico) escorregadio. Ou seja, sua feitura soma-se como geleia de trabalho no tempo socialmente necessário para construção de novas necessidades – do espírito, que, como sublinhamos, é mais visceral que o estômago.

Já estava contida na estética da mercadoria, desde a contradição de interesses entre o *valor de uso* e o *valor de troca*, a tendência para a criação de variações superficiais na embalagem que direcionariam a mercadoria à tendência da queda da taxa de uso em benefício do protagonismo de seu ineditismo, e de seus aspectos sedutores espetaculares. Ora, se isso é bastante nítido nas mercadorias industrializadas, com sua breve e encurtada expectativa de vida, também o é nos edifícios, que agora devem trocar de roupa muitas vezes antes de serem completamente canibalizados sob o olhar de seus prédios irmãos. Assim, essa parte aflorada da arquitetura se produz e se consome mais vertiginosamente, na sobrevida daquilo que ainda resta de *firmitas*, mas certamente já desvencilhada de parâmetros históricos. Ritmo capaz de derreter, se assim lhe aprover, o que poderia ser uma densa atmosfera ou um símbolo de poder (sagrado ou profano). O que não deve causar espanto, quando tudo que é "sólido se desmancha no ar"<sup>260</sup>.

Observar essa sobreposição de peles no corpo produtivo muscular (de carne e nervos) do trabalhador coletivo manufatureiro da construção civil permite resgatar uma importante observação de Ferro<sup>261</sup> sobre as **funções ativas que as inovações estéticas (e as recodificações)**

<sup>259</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1979/2006.

<sup>260</sup> MARX; ENGELS, Manifesto do partido comunista, 1872/2012.

<sup>261</sup> FERRO, op. cit.

**desempenham na produção material do objeto e, daí, sobre seus trabalhadores.** A saber, as funções que as inovações estéticas, legitimadas por força da lei ou por autoridade do gosto<sup>262</sup>, podem desempenhar na expropriação da força de trabalho, por meio do desprestígio do *saber* daqueles que *fazem* (aquele suposto antigo personagem superado: "operário"). Vejamos a questão a partir do desencantador panorama das formas de produção manufatureira da arquitetura esboçado por Ferro que se mantêm assim, por que:

Em particular, é reserva contra a queda tendencial da taxa de lucro e fonte privilegiada para a acumulação e reprodução (aumentada) do capital – privilégio acentuado pela extrema mobilidade possível para o capital no setor (custo fixo reduzido). Os variados serviços que essa forma de reprodução rende ao capital não estão dissociados entre si, e, principalmente, da luta de classes. Estas determinações gerais encontram, obviamente, formas variadas de manifestação – quase sempre contraditórias. Assim, ainda em esquema:

A. A construção que compõe, de um modo qualquer, parte do capital constante fixo industrial, comercial ou financeiro (galpões, depósitos, estradas, lojas, escritórios etc.) deve ter, comparativamente, baixo valor unitário.

B. Se, no caso anterior, a “representação” ostentatória for procurada (algumas lojas, sedes de bancos ou empresas, por exemplo), há inversão: é favorecido o alto valor unitário, a construção é guardada como reserva aumentada de capital.

C. As construções para habitação remetem a três casos principais:

C.1. Habitação burguesa e de classe média (...).

C.2. Habitação “popular” (operária) em país subdesenvolvido(...).

C.3. Habitação “popular” (operária) em país desenvolvido (...).<sup>263</sup>

Não nos interessa discutir essa categorização esquemática, embora dela não discordemos. O que interessa destacar é que “se as lentas inovações tecnológicas na construção sempre surgem nesse setor [A] exemplos: o ferro e o concreto armado no século XIX, a generalização da pré-fabricação”<sup>264</sup>, a indústria cultural impõe ao setor “B” o giro cíclico das inovações vertiginosas (em tempo cada vez mais acelerado), bem como o descolamento de sua imagem para realidade mais brilhante que a condição material.

Sem dúvida se trata uma sobreposição caprichosa, a dessas inovações sobre o esqueleto da manufatura. Pilares e lajes cobertos por membranas soltas e descartáveis, em sobreposições sobre sobreposições. Mas apesar de Ferro<sup>265</sup> já equacionar setores industrializados inseridos na produção

<sup>262</sup> Força da lei que regula as profissões, força do gosto que regula o legítimo.

<sup>263</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006, p. 139-140.

<sup>264</sup> Ibid., p. 140.

<sup>265</sup> Ibid.

manufatureira da arquitetura, que persiste sem arrefecimento, é notável como a "indústria da pele" se frutifica sobre o corpo de esquelética do trabalhador coletivo da arquitetura.

Eis um quiproquó curioso. Pois, se por um lado não é exagero falarmos de uma hipertrofia da função apontada em "B", pois ela se dilata aos exemplos dados em "A" (note: se dilata a todos os exemplos dados por Ferro), sendo possível e até mesmo cotidiano encontrarmos os "galpões, depósitos, estradas, lojas, escritórios etc." precisados com sufixo *decorado*: galpão decorado, depósito decorado, estrada decorada, lojas decoradas, escritórios decorados, por outro lado, como argumentamos, embora a imagem arquitetura tenha se tornado importante, o mesmo não acontece com seu corpo e, de fato, muitas instituições que apelavam para uma representação arquitetural imponente (os bancos, por exemplo), tiveram boa parte dessa ostentação virtualizadas. As sofisticadas imagens da indústria cultural se sobrepõem de forma bizarra a uma produção em essência manufatureira. A "industrialização" cultural da arquitetura antecede a de seu corpo manufaturado. Aqui o espírito antecede o estomago de maneira zombeteira, e aparentemente sem grandes transtornos, já que a inserção da arquitetura nessa lógica não contradiz a condição em que seu corpo é produzido; senão ao contrário: a produção e sobreposição de peles e de almas externas servem também para sufocar o trabalhador coletivo da manufatura arquitetônica, esse Frankenstein desalmado.

Vejamos como Ferro revela a função que as inovações estéticas, promovidas num modo de produção alicerçado na figura do arquiteto e do desenho<sup>266</sup>, podem exercer na expropriação e dominação do trabalhador (artesão-operário). O que acontece tanto no sentido de sua exploração para extração de mais-valia, como em sua domesticação<sup>267</sup>. A expropriação do saber do artesão pela re-codificação estética da embalagem promovida através do desenho, ele retoma Brunelleschi, na construção da cúpula de Santa Maria del Fiore (Florença)<sup>268</sup>:

Em outras palavras, a volta ao antigo, totalmente despida de pretensões, literárias ou eruditas, é orientada com rigor. Rigor não arqueológico, mas na imposição de seu molde aos trabalhadores acostumados em outra tradição, aberta a variações pessoais, (ver, por exemplo, capitéis românicos e góticos). Dórico, jônico coríntio, pouco importa e em cada caso sua aplicação muda; importa a destruição do saber

---

<sup>266</sup> Por meio do arquiteto e de seu desenho: "de sua obrigatória limitação extrai moralismo hipócrita e claudicante alegoria da razão". FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006, p. 157.

<sup>267</sup> Ou seja, tanto na definição de seu trabalho (produção e remuneração), como no controle de greves, a obediência (ameaçados pelo desemprego).

<sup>268</sup> A razão disso, ele explica: "Manfredo Tafuri, Bruno Zevi, Robert Klein, Nicolaus Pevsner, Pierre Francastel, Erwin Panofsky, Anthony Blunt, quase todos os historiadores da arte são unânimes em situar a cúpula de Santa Maria del Fiori (Florença) como o ponto em que a arquitetura gira na direção que é nossa". FERRO, op. cit., p. 193.

anterior, das normas corporativas. A submissão dos trabalhadores passa por sua decomposição forçada.<sup>269</sup>

Em outras palavras, se trata de alterar a ornamentação e o estilo dos edifícios para depreciar, dominar e explorar a força de trabalho (artesã) que até o momento era dona de *saber* fazer e de um *poder* fazer. Sendo o instrumento disso (e *para* isso) a unidirecionalidade e a legitimidade do arquiteto que desenha (desenho com autoridade "claudicante" de plano racional).

Mas, há mais, e esse movimento não pertence à história. Talvez seja possível traçar uma analogia direta entre esse apontamento de Ferro<sup>270</sup> e processos de colonização cultural, ou seja, a territorialização da cultura como campo de disputa (entre nações, entre *escolas*, entre novas agendas da arquitetura). A leitura da arquitetura como *campo cultural*, como por exemplo a de Gary Stevens<sup>271</sup>, se funda em disputas por legitimidade e depreciações de formas estéticas e pautas programáticas. Nos parece igualmente relevante acrescentar sobre isso, o que Zizek<sup>272</sup>, argumentando com Jameson<sup>273</sup>, aponta sobre as formas de exploração do capital sobre o trabalho<sup>274</sup>.

[...] os explorados não são apenas os que produzem ou "criam", mas também (e até mais) os que estão condenados a não criar. [...]  
Tudo gira em torno do fato de que a totalidade da produção capitalista não apenas precisa de trabalhadores, mas também produz o "exército de reserva" daqueles que não conseguem encontrar trabalho: estes não estão simplesmente fora da circulação do capital, eles são ativamente produzidos como não trabalhadores por essa mesma circulação.<sup>275</sup>

Assim nos parece que inovações estéticas no capitalismo, para aquém do seu desdobramento na *supra-estrutura*, tiveram (e têm) funções produtivas bastante ortodoxas. Como, por exemplo, essa referida *operarização* da força de trabalho. Processo crescente e expansivo, e à margem do cotidiano que naturaliza e torna distante a essência de algumas relações sociais. Lembramos que

<sup>269</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006, p. 194.

<sup>270</sup> Ibid.

<sup>271</sup> STEVENS, O círculo privilegiado: fundamentos sociais da distinção arquitetônica, 1998/2003.

<sup>272</sup> ZIZEK, Problema no Paraíso do fim da história ao fim do capitalismo, 2014/2015.

<sup>273</sup> JAMESON, Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio, 1991/2002.

<sup>274</sup> Talvez seja interessante demonstrar esse fato com a pressão dos arquitetos a ocuparem sub-empregos em lojas de acabamentos. Ou a própria construção do curso de Design de Interiores (como talvez defenderia Garry Stevens) e a figura do decorador. Há um estudo recente do IAB (instituto de Arquitetos do Brasil) que mostra os arquitetos que trabalham com interiores como os mais mal remunerados da classe.

<sup>275</sup> ZIZEK, op. cit, p. 32-33.

Pedro Arantes<sup>276</sup> encontra esse processo em curso próprio no corpo do arquiteto. Dentro do desenho digital, da maquete virtual, da linguagem representacional abstrata, localiza-se o mesmo apagamento da mão que *faz*. De forma semelhante à figura do azulejista descrita por Ferro<sup>277</sup>, como aquele que apaga todos os traços dos trabalhos que lhe antecederam e até o seu próprio. O desenho digital não expressa a mão: ao contrário, as arestas são apagadas pela homogeneização. No desenho digital, sobre esses softwares indispensáveis na produção, a necessidade de tais ferramentas é sua própria expropriação<sup>278</sup>. Curiosamente, mesmo expropriado (ou desempregado), o arquiteto, essa “figurinha do capital”<sup>279</sup>, pulando do renascimento ao neoliberalismo, parece ir de artista à empresário, sem nunca ter sido operário.

---

<sup>276</sup> ARANTES, Arquitetura na era digital-financeira: desenho, canteiro e renda da forma, 2010.

<sup>277</sup> FERRO, O canteiro e o desenho, 1976/2006.

<sup>278</sup> Como descreve Haug: “Na peça A importância de estar de acordo, de Brecht, examina-se se o homem ajuda o homem. O terceiro exame – um número com palhaços – mostra o que ocorre quando o capitalismo ajuda o homem. Servir aqui significa amputar. Quem se senta, talvez nunca mais se levante. Ajudar significa criar dependências (e aproveitar a valer). É essa a dinâmica da produção de mercadorias no capitalismo avançado. Primeiramente, facilita-se a ação necessária; depois, a ação necessária perde a facilidade e torna-se muito difícil, e não se pode mais fazer o necessário sem comprar mercadorias”. HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997, p. 79.

<sup>279</sup> FERRO, op. cit., p. 195.

o sepulcro caído



Canto XIX, Purgatório.

À hora da noite em que o calor do dia já não é suficiente para vencer o frio sobre a Terra, ou que desce da Lua – momento em que os astrólogos podem observar surgirem as constelações dos Peixes e do Aquário a precederem a alva – foi mostrada a mim, em sonho, uma mulher; ela gaguejava, era vesga, era torta no caminhar, suas mãos eram deformadas e sua tez macilenta. Fitava-a, e assim como o Sol aquece os membros que pela noite o frio agrava, sob o efeito do meu olhar ela movia a língua, alçava o corpo e já no lívido, desbotado semblante surgiam cores agradáveis, como o quer o amor.

Tendo, pois, libertado o seu falar, principiou a entoar tão doce e inebriante canto que muito me custou desviar dele a atenção. “Sou”, dizia, “a sereia insinuante. Nos mares desgarro os navegantes, tamanha sedução se desprende do meu canto. Cantando seduzi Ulisses. Do enlevo a que conduz este cantar, poucos logram escapar!” Não havia cerrado os lábios quando, ao seu lado, a confundi-la com o olhar, surgiu dama celestial. “Ó Virgílio, ó Virgílio!”, imprecou, severa, “quem é esta?” Acorreu o meu guia, respeitoso ante senhora de tão celeste aspecto, a qual, tolhendo as mãos da funesta sereia, rasgou-lhe as vestes, pondo-lhe o ventre a descoberto. Para acordar-me, o fedor que dali saía foi o bastante. Abri os olhos e ouvi o mestre dizer: “Três vezes pelo menos te chamei. Eia, ergue-te, sigamos procurando abertura por onde possas subir”. Ergui-me pronto. Já os picos do sacro monte estavam iluminados pelo dia. Às nossas costas nascia o sol. Acompanhando o guia, eu tinha baixa a frente, como quem leva a mente ao peso de dúvidas, curvando qual o meio arco de uma ponte, quando ouvi esta voz: “Vinde, por aqui se pode subir”, modulava em tom assim suave e benigno como igual não se ouve em nosso mundo. Tendidas as asas, iguais as de cisne em alvura, quem nos falara indicava passagem entre alcantis. Moveu em seguida as penas, agitando o ar em nosso redor e clamando: “Venturosos os que choram, pois aqui terão a alma repleta de consolação!”

Passando o lugar onde o anjo pousara, o mestre perguntou-me: “Por que olhas somente para a terra?” Respondi: “Temor é que me mantém assim. Em sonho apareceu-me Figura por tal forma estranha que inda agora sua impressão não se desvaneceu”. Tornou: “Viste aquela antiquíssima feiticeira, razão dos males que no círculo acima são purgados. Verás como o homem dela se liberta. Basta desse cogitar, acelera o passo e fixa os olhos nesse céu que Deus criou quase como um convite para mirar”.<sup>281</sup>

Essa assombrosa passagem da Divina Comédia contém um ponto implícito à nossa discussão: a beleza está nos olhos de quem vê. Porém, em se tratando de uma discussão estética que se pretende materialista, ela deve estar acompanhada da prerrogativa fundamental do olho “ter se tornado olho *humano*”; e de, portanto, o “olhar” ser historicamente e materialmente construído, como se subentende na determinação da consciência pelo ser-social e não o contrário. Pois, de

<sup>280</sup> Figura: GOYA, Francisco José de, Saturno devorando um filho, 1823.

<sup>281</sup> ALIGHERI, A divina comédia, 1304/2003, p. 222-223.

fato, é provável que, em sua realidade empírica, os homens individualizados e imersos em seu cotidiano não testemunhem a manifestação dessa prerrogativa em suas experiências estéticas; na verdade, é até mesmo comum que essas experiências manifestem às suas consciências uma explicação contrária daquela prerrogativa – quando, por exemplo, a discordância quanto a uma beleza (ainda que aquecida pelo olhar) lhe reforça a sensação da individualidade ante uma subjetividade social ou, no outro extremo, quando a concordância acerca da beleza de uma sereia parece estar bem explicada pela rendição dos olhos diante de uma beleza universal.

A despeito do tempo histórico daquela prerrogativa materialista não coincidir com o ciclo das vidas individuais, nos é evidente que mesmo essas duas sensações, essas duas explicações do mundo sensível, tanto quanto qualquer outra, hão de estar circunscritas, ainda que a contra-gosto, dentro das possibilidades do momento histórico que a re-produz, onde devem assumir alguma serventia. De forma que, como sugeria Brecht, tanto essa referida individualidade suspeita quanto o Belo universal, mas não apenas eles, devem ser postos em desconfiança frente aos seus possíveis compromissos econômicos e sua funcionalidade ideológica, ao menos quando se pretende, como é o caso dessa dissertação, endossar a denúncia da assunção ideológica da estética dentro de uma determinada ordem social, ou seja, de sua existência como discurso.

Mas por certo é curiosa a contrariedade entre a prerrogativa materialista do olhar ser materialmente construído e a experiência cotidiana, pois que há muito a desconfiança crescente frente à efemeridade funcional da ‘última moda’ já tenha se consolidado como certeza da volatilidade e da padronização do gosto. De toda sorte, não é sem propósito e sem esforço que o acelerado tempo capitalista envolve os homens em uma ideologia relativista, que os faz crer mais livres do que realmente o são; esse acelerado tempo precisa ser dessubstancializado de ser vivido como um tempo histórico e social, o que continua lhe sendo tão perigoso quanto sempre foi. Evidentemente que esse propósito será tanto maior quanto mais essa suposta liberdade se tornar um pilar legitimador da ordem social, quanto mais a dominação dever se tornar pacífica e compulsória aos dominados. Lição levada muito a sério pela cultura neoliberal, como revelam a futilidade bárbara que persiste em animar as (novas) liberdades das (novas) bugigangas, ou a já condenada programação televisa de recreio ou jornalística (incluindo-se agora os canais “democráticos” da internet), ou mesmo os novos velhos filmes de Hollywood que, ainda com certo sucesso, inculcam agora até mesmo a ladainha de sua pautada auto-crítica. Enfim, em todo o ciclo vertiginoso das inovações e das modas que insistem em afirmar uma liberdade que a sua própria existência e funcionalidade negam.

É importante firmarmos um ponto quanto a isso, pois poderíamos ser julgados desatualizados por essa abordagem. Contrariamente ao argumento de que hoje todos já sabem disso (da ideologia acima exposta), e que, portanto, o pensamento marxista do século XXI não deveria tratar de *revelar* a “essência” escondida pela “aparência”, repetindo assim a velha vinheta de denunciar uma verdade ocultada e invisível aos homens, enfim, frente a isso, insistimos que (um) talvez as pessoas não saibam o que o marxismo acha que elas sabem, e (dois) que o saber dito pela boca não reflete necessariamente um “saber visceral”; como dizia Lacan: “os não-tolos também erram”. Assim, tanto quanto as críticas poderem ser feitas de portas abertas<sup>282</sup>, o fato dos desejos cínicos e das perversões poderem aparecer claros e obscenos sob luz do dia, afirmando que “sabem e desejam isso”, não se revela, em nossa opinião, como fruto de uma decisão emancipada em relação à lógica da indústria cultural e daquilo que definimos como mercado de almas. Esforçamo-nos em demonstrar que a lógica da castração, imprescindível para indústria cultural, cumpre o encargo de sujeitar os que se julgam (e talvez sejam) não-tolos. Já foi argumentado que não é apenas pelo deslumbramento ingênuo que o mercado de almas subjuga seus participantes, mas a questão pode ser levada um pouco mais ao subterrâneo. Como esclarece a leitura que Zizek faz de Lacan<sup>283</sup> (e que Lacan faz de Freud), a filha de Freud se torna uma “gostadora de tortas de morango” tão logo percebe gostarem dela comendo tortas de morango, sendo que essa fantasia (de alguém que gosta muito de tortas de morango) é o meio com que ela se relaciona com o olhar do *outro* – como a farda do alferes. Isso equivale a dizer que a realidade, mesmo aquela esclarecida realidade de um não-tolo, é constituída a partir e inseparavelmente das fantasias: seja a de gostadora de tortas de morango, seja aquela advinda do feitiço das mercadorias. Dada a realidade das fantasias, é possível afirmar que, de fato, não se trata de revelar algo ocultado por detrás das coisas, como foi argumentado no segundo capítulo; as imagens feitichizadas das almas externas, esse meio comunicacional da reificação, são uma face da própria coisa, tão inseparável dela quanto duas faces atadas numa fita de Möbius.

Tanto quanto a beleza estar nos olhos de quem a vê, a realidade do fetiche das mercadorias coisificadas na substancialidade das almas externas está fiada nos olhos do ser-social vivente no modo de produção capitalista. Com a naturalidade com que se respira é isso que se enxerga. Como diz Mészáros, “o valor é uma dimensão inseparável da realidade”<sup>284</sup>, e os valores dos olhares no

---

<sup>282</sup> Questão que também precisa ser mais bem ponderada, pois que não há razão (teórica ou empírica) para se negar a iminência de um regresso a um estado violento e visivelmente autoritário, onde essas portas poderiam ser fechadas pela força.

<sup>283</sup> ZIZEK, Como ler Lacan, 2006/2010.

<sup>284</sup> Ibid.

capitalismo estão edificados sobre o caráter fetichista das mercadorias, de sua propriedade privada e sua representação no hieróglifo social (cujo ordenamento lhe antecede) como observava Marx no século XIX. Da mesma forma que Dante não consegue se desvencilhar do feitiço da beleza por ele animada no corpo da sereia, sendo-lhe necessário a Providência, como foram as correntes para Ulisses e a cera amolecida no ouvido de seus homens, também o burguês<sup>285</sup> encontra-se quanto a isso nos apuros de "um feiticeiro já incapaz de dominar os poderes subterrâneos que ele próprio conjurou"<sup>286</sup>. Feiticeiro há muito dominado pelo feitiço. Imerso no redemoinho mais ou menos dialético da existência estética da ordem social que se volta à ordem social, *por ela e para ela*. O fetiche, emanado da forma de produção de suas próprias mercadorias, não é, portanto, aparência, mas a realidade emergida dos valores grafados, quase que biologicamente, em seus olhos. Seu olhar (ouvir, tocar etc.) emerge de um "contexto semântico" e de uma "axiologia de valores"<sup>287</sup>, tão enraizada e participante quanto as lacunas positivas de uma hemiopia de nascença. Se o pecado só existe com o livre arbítrio, então não foi apenas Lutero, mas também Dante quem deslocou o burguês do inferno para o purgatório.

Contudo está além de nossos propósitos (e de nossa competência) uma discussão ontológica sobre o "olhar". Intentávamos nos parágrafos precedentes apenas sublinhar que, como diz Pierre Bourdieu, "o olho é um produto da história reproduzido pela educação"<sup>288</sup>. O "olho" que assim nos interessa esses é esse que, tanto quanto a Medusa está fadada a ver apenas pedras em sua frente, há de ver diante de si apenas mercadorias. Ainda que, por ventura, elas não sejam a rigor produzidas economicamente enquanto tais acabar-se-ão por certo petrificadas nessa forma tão logo esse olho as percebam. No mundo que é e aparece como uma "enorme coleção de mercadorias"<sup>289</sup>, o olhar deve ser "imediatamente em sua *práxis*" um privatizador inveterado<sup>290</sup>.

Diante desse olho, as relações coisificadas na estética das mercadorias se estabelecem como uma linguagem, tão natural e compulsória que amiúde passa despercebida, é quase de se supor que não existe dolosamente. Isso é o que possibilita e torna necessária uma estética das almas externas, das qualidades sensíveis do suprassensível – cuja potência e funcionalidade se alicerçam na castração, tentou-se esboçar no segundo capítulo desta dissertação. Frente às características que apontávamos lá, mas não só elas, pode-se dizer que a linguagem da mercadoria-arquitetura tem a

---

<sup>285</sup> Consciência burguesa, ou seja, tanto proletário quanto donos dos meios de produção.

<sup>286</sup> MARX; ENGELS, Manifesto do partido comunista, 1872/2012, p. 50.

<sup>287</sup> Os termos são de Sartre, mas um pouco deslocados do contexto original.

<sup>288</sup> BOURDIEU, A distinção: crítica social do julgamento 1979/2015, p. 10.

<sup>289</sup> MARX, O capital: Crítica da economia política, Livro I, 1867/2013, p. 113.

<sup>290</sup> Que deve apropriar do objeto nem que seja pela fotografia dele (re)tirada.

qualidade ética e forma estética de ser tal qual um sepulcro caído, ou um cavalo de Tróia, como explica Zizek.

Para Lacan, a linguagem é um presente tão perigoso para humanidade quanto o cavalo o foi para os troianos: ela se oferece para nosso uso gratuitamente, mas, depois que a aceitamos ela nos coloniza.<sup>291</sup>

Esse famoso cavalo de madeira revela o sintoma da estética das almas externas da mercadoria. Sua aparência mágica foi capaz de dissimular a intenção humana que o recheava, as características divinas a ele atribuídas foi o que permitiu o feito perverso. Tal como a mesa de Marx, as tábuas de seu corpo não teriam metafísica suficiente para assustar o troiano mais tolo, mas tão logo surgiram no horizonte sob a forma fetichizada de cavalo mágico, como coisa “sensível suprassensível”, pôde assombrar os homens até a sua ruína. O espetáculo de sua aparência permitiu atravessar a barreira antes intransponível e, por dentro, dominar seu inimigo. Evidentemente que o modo de produção capitalista não detém lucidamente a capacidade de tal projeto, a figura do feiticeiro subjugado pelo feitiço é aqui mais verossímil que a conspiração de uma mente astuta. Mas devemos destacar que o herói idealizador dessa façanha estética não foi ninguém menos que o famigerado Ulisses, aquele a quem Kafka dizia ser uma raposa ladina no jogo das aparências e a quem Adorno e Horkheimer estendem a subjetividade burguesa. Como esses escrevem, “as ideologias mais recentes são apenas reprises das mais antigas”<sup>292</sup>, e se isto foi antes uma tragédia agora é quase uma farsa<sup>293</sup>.

Talvez seja possível que, de alguma forma e em alguma medida, toda existência careça de ser vista, de ter uma “existência estética”. Atribui-se ao diabo verde a ameaça de “o que não está escrito não existe”. É preciso existir, é preciso, pois, existir esteticamente. Parece ser com essa sentença que tal diabo atormenta os sujeitos dizendo-lhes que não existem se não forem escritos. Como dizia Machado de Assis, é preciso as duas metades da laranja para se existir plenamente: a alma externa e a alma interna. Mas o que é singular no mercado de almas, cujo ápice é, até o momento, a vida performática do neoliberalismo, é a constante e estrutural ameaça que paira sobre os seus sujeitos; ameaça de reprovação de sua existência senão até de uma não-existência. Nesse novo (mais ou menos novo) tempo-espaço, o que não está on-line não existe.

<sup>291</sup> ZIZEK, Como ler Lacan, 2006/2010.

<sup>292</sup> ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006, p.53

<sup>293</sup> “A história se repete, a primeira vez como tragédia e a segunda como farsa”. Usada aqui em contexto diverso do original. MARX, Dezoito de Brumário de Luiz Bonaparte, 1852/2011.

Tanto quanto era sensível a qualidade divina daquele cavalo de madeira, as mercadorias ostentam sua mágica na vida cotidiana dos homens. Mas sabemos que, como diz o poeta, “os Deuses vendem quando dão”<sup>294</sup>, e essas divindades, como qualquer entidade celestial que se preste, são boas negociantes. Dão aos homens o que eles mesmo produziram, mas caiado por um revestimento metafísico; e o sensível desse supersensível constitui-se como uma linguagem que parece ser, como diria Lacan, um presente perigoso. Pois que a estética das almas externas se estabelece na vida cotidiana como uma linguagem insuspeita e natural, astutamente se apresenta como um apêndice circunstancial aos corpos que os suportam. Mas não a observamos desse modo, pois não se trata do rebatimento estético da ordem social de um modo de produção, mas de um princípio de sua própria coesão.

O caráter fetichista da mercadoria se desdobra do modo de sua produção capitalista e, portanto, haveremos de encontrá-la em todo lugar onde esse reinar; mas, também parece verdadeiro que a linguagem performática das relações reificadas foi potencializada e pulverizada no tecido ideológico da cultura neoliberal, até o cume da “eclosão do homem-ator de sua vida” como descrevem Dardot e Laval. Aí, tudo aquilo que se diz do mercado de almas está, literalmente, a flor da pele. Para esse sujeito ator de si mesmo, o caráter comunicativo das mercadorias é objeto de grande investimento emocional e financeiro, o “orgulho de pobre” das exéquias de Caterina é seu calvário diário. Como um ator, ele “deve controlar a própria comunicação”, sua ênfase é dada ao domínio da ‘comunicação’<sup>295</sup>. Mas dominar a comunicação, ou melhor, ter-que dominar a comunicação significa aqui ser dominado pela comunicação, ser governado por ela. Tornados atores de si, expropriados de suas almas internas, impulsionados pela criminalização das representações de suas classes econômicas produtivas, os sujeitos são fadados a vestir suas fardas para existir (esteticamente), como no sacrifício do alferes. Devem vestir suas fantasias falsamente individualizadas e falsamente coletivizadas.

A estética não é, para nós, apenas a expressão de uma ordem econômica e social, mais que isso ela é um instrumento de sua própria manutenção. Na verdade, ela é um importante segmento da “fábrica do sujeito”, um modo de governo da “gestão moderna [que] tenta ‘aliciar subjetividades’”<sup>296</sup>. E no que diz respeito a arquitetura, da cortina de um apartamento decorado de alto padrão econômico, até o piso falsamente enobrecido das casas populares, da grande metrópole até as

---

<sup>294</sup> Fernando Pessoa: Os Deuses vendem quando dão. / Compra-se a glória com desgraça. / Ai dos felizes, porque são / Só o que passa! PESSOA, Os deuses vendem quando dão, 1934/2010.

<sup>295</sup> DARDOT; LAVAL, A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal, 2009/2016, p. 338-340.

<sup>296</sup> Ibid., p. 338, grifo do autor.

idades periféricas, tanto pavilhões, galpões ou mesmo aquelas resistentes pedras empilhadas com tanto suor no passado, encontram-se agora igualmente caídas por essa pele mística.

## o habitat caído .

Canto IV, Inferno.

Prestei atenção: não mais havia choro lastimoso, só suspiros, que murmuravam, ecoando suavemente por todo o espaço. Tais suspiros nasciam de um sofrimento sem martírio, (...).

Somos torturados com o castigo de ter nossos desejos para sempre frustrados.<sup>297</sup>

Em todos os seus detalhes, agora o habitat é feito para o *outro*. Para um *outro* tornado um leitor compulsivo das revistas de decoração, pertençam elas ao sagrado campo arquitetônico ou sejam as revistas por esse condenadas. A referência estilística desse *outro*, a qual supomos ser nossa, varia entre as linhas horizontais alongadas dos sofás ou no estampado das lâminas de madeira industrializadas; pode-se escolher na mesa de centro entre o pé-palito ou o pé torneado. A *caiação almática* do espaço, e dos objetos nele suspensos, tinge até os parafusos que seguram o vaso sanitário do lavabo de visita, raramente visitado por um vivo, mas usado ininterruptamente pelo *outro*. O homem tornado ator de si mesmo, o anunciado homem-empresa do capitalismo tardio, nascido de revés no regurgito do processo de “operarização” da força de trabalho, tem-que controlar todo o cenário de seu palco diante de seu público tão inefável quanto exigente.

Não se intenta neste texto uma análise empírica de um determinado espaço, no entanto a imagem de um apartamento decorado parece ser emblemática da condição de sepulcro do *habitat* desse sujeito, desse homem em vias de se tornar pura embalagem. Por isso pode ser útil tê-lo eventualmente como ponto de referência, mas sem prejuízo da casa, do escritório, do café, da rua, do parque, das estradas, etc. A imposição econômica do modo de produção capitalista, traduzida no imperativo das inovações estéticas e na lógica da constante castração simbólica, cristaliza-se esteticamente nesse habitat feito para o mal-estar e demarcado pelo desejo insaciável. Essa é qualidade essencial do espaço produzido dentro daquilo que foi poeticamente acordado como mercado de almas. É possível que a vida nesse espaço seja quase parecida como a morte vivida no primeiro círculo do inferno de Dante, onde não se padece de punições no corpo, apenas na alma.

---

<sup>297</sup> Virgílio explicando para Dante o castigo no primeiro círculo do inferno: o Limbo. ALIGHIERI, A divina comédia, 1304/2003, p. 22.

Quase parecida, pois, como demonstrado anteriormente, as feridas da alma costumam vir a ser fenomênicas e se territorializar pelo corpo, como no triste caso de Gregor Sansa. Esse habitat tem uma literalidade diabólica em relação ao inferno “entre quatro paredes” de Sartre. Evidentemente que isso não faz dos arquitetos um Mefistófeles trapaceando seus clientes, ao menos não obrigatoriamente. O “aliciamento das subjetividades”, a gestão do medo e a domesticação da mente não estão restritos ao espaço construído<sup>298</sup> – na verdade sua denúncia é relativamente escassa nesse âmbito.

Certamente seria uma injustiça negligenciar a origem e a validade maior ou menor dos fenômenos estéticos. Não negamos que existam grandes diferenças entre o projeto do pé-palito da mobília modernista e o desenho deselegante de um neófito, entre os objetivos da Bauhaus e o *design* funcional ostentado nas mostras de cozinhas planejadas, entre habitar uma atmosfera proporcionada por uma casa de Corbusier<sup>299</sup> e uma casa saída de um catálogo de decoração para ser transplantada diretamente à realidade. A luz de outros objetivos e análises, tais expressões poderiam de fato assumir as posições antagônicas com que foram acima listados. Não duvidamos que as intenções e os compromissos éticos e estéticos podem delinear grandes fronteiras entre os objetos que estão postos hoje lado-a-lado, reduzidos pela suposta liberdade do *gosto* – mais do que nossa dissertação o faz, a própria ideologia desse gosto aniquila tais diferenças. Qualquer conhecedor da *práxis* do campo cultural arquitetônico<sup>300</sup>, inclusive os mais críticos, sabem da grosseria que seria reduzir todos os fenômenos invocados na construção do espaço à mesma coisa. Em face dessa perspectiva, essa dissertação é confessadamente grosseira, pois se situa em um lugar onde os limites estabelecidos pelas regras internas do referido campo cultural não a diferenciam do fenômeno por nós investigado. O caiado do mercado de almas nivela, em sua *práxis estética*, essas coisas. Para evitar mal entendidos, alertamos também que não tratamos aqui do que entenderíamos como *obra de arte*, cuja fronteira não é à borda da produção do campo cultural, nem mesmo de sua alta hierarquia. Tais objetos, que poderiam sublimar a miséria aqui descrita e cumprir a *função* de *eleva*r o homem<sup>301</sup>, ainda que caiados, precisariam de um marco teórico mais refinado do que dispomos hoje.

---

<sup>298</sup> DARDOT; LAVAL, A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal, 2009/2016.

<sup>299</sup> O racionalismo defendido em seus textos, exaustivamente criticado, não se verifica em grande parte de sua arquitetura. Caso contrário, isto é, caso o racionalismo de seu texto seja o que ele edificou, então teríamos que assumir que talvez ele tenha sido tão mal lido tanto por seus discípulos quanto por seus críticos.

<sup>300</sup> BOURDIEU, A distinção: crítica social do julgamento, 1979/2015; BOURDIEU, A economia das trocas simbólicas, s/d/2013.

<sup>301</sup> ADORNO, O belo autônomo: textos clássicos de estética, 1970/2015; ADORNO, Funcionalismo hoje, 1965/2017.

Tampouco as fronteiras econômicas são relevantes. Seria de supor felizardos aqueles que não habitam tais sepulcros caiados, ou que não trabalham em tais sepulcros. Que não andam em ruas caiadas de cidades caiadas. Que não se reúnem para se divertir e celebrar dentro de sepulcros caiados. Que não viajam para os países caiados para visitar pontos turísticos caiados. Mas a caiação não se reduz ao entretenimento de sujeitos caprichosos, já dissemos que a fruição das almas externas não é posterior ao estômago entediado. A vida nesse sepulcro independe da posse (real ou potencial) dos objetos caiados. A eficácia dessa ideologia, do mercado de almas, transcende a propriedade de suas mercadorias, pois está naquela parte do objeto que existe para fora dele – como Machado de Assis explica: da alma externa que existe de dentro para fora. A qualidade de suas imagens, ao contrário de quase tudo o mais, ainda que atrelada à esfera dos prazeres exclusivamente privados e egoístas, está em sua capacidade de *coisificar* as relações sociais, de existir para um *outro* que as reconheçam.

Contudo não se trata apenas da construção do desejo de consumo de tais mercadorias, mas de organização e enquadramento social. Já explicamos que nem mesmo os excluídos enquanto consumidores deixam de participar do mercado de almas. Isso não apenas por que eles, os dominados, têm o desejo do dominante e a isso se subordinam, insistindo “obstinadamente na ideologia que os escraviza”<sup>302</sup>. Mas, ainda que isso seja o principal, é imaginável, ao menos hipoteticamente, que não esteja ainda nas preocupações de boa parte da força de trabalho a transformação de seu espaço numa decoração cenográfica, tanto quanto a gourmetização de suas refeições; é possível ela julgue não compreender e/ou até mesmo se desagrade diante daquilo que lhe poderia parecer uma sofisticação banal de espíritos despreocupados com problemas mais sérios – como os problemas do estômago. Mas supomos que não seja bem assim, pois não é preciso desejar ou entender tais fenômenos para participar deles; ainda que se testemunhe vez por outra pequenos episódios embaraçosos (que acabam por ser posteriormente confessados junto de um sorriso amarelo diante da ignorância que se tinha<sup>303</sup>), todos compreendem perfeitamente o que devem entender. Tal como a indústria cultural cinematográfica ensina através das pauladas dadas

---

<sup>302</sup> ADORNO; HORKHEIMER, *Dialética do esclarecimento*, 1944/2006.

<sup>303</sup> Os pequenos embaraços frutos de uma ignorância honesta, como o desconhecer algum ritual ou gesto necessário para ocasião, costumam ser segredados com humor e graça posteriormente, da mesma forma como poderiam brindar quando Jacobina vestiu a farda de alferes. Porém é preciso destacar que a *petulância* costuma ser mais grave e menos perdoável do que a lei define como crime. Há poucos anos, a partir de uma operação policial, foi exposta a casa de um dos chefes do crime organizado e do narcotráfico no Brasil. A casa ficava em uma favela no Rio de Janeiro, e o que parece ter causado maior espanto da mídia era o fato dela estar decorada e do traficante possuir inúmeros “artigos de luxo” em sua casa (televisores de telas grandes, piscinas e outras bugigangas). Contudo, o que nos parece mais curioso no ocorrido é que a comoção da “opinião pública” era menos por ele ter a posse de tais objetos com dinheiro ilícito, do que a petulância dele ter o desejo por tais coisas. Entre o ladrão Barrábas e a petulância do homem que se dizia filho de Deus, nos parece que essa opinião pública novamente condenaria Cristo primeiro.

no Pato Donald, a classe trabalhadora a suportar sua surra diária<sup>304</sup>, também a estética das almas estéticas, culminadas no “estilo de vida”, põe cada um obedientemente em seu lugar. Dizíamos que seria de supor felizardos aqueles que não habitam tais sepulcros caiados, mas não estão a salvo nem aqueles que não podem ou que imaginam não habitar tais sepulcros. Nem mesmo o remédio de Ulisses parece ser possível, não há cera grossa suficiente para tampar os ouvidos da melodia entoada pelo sepulcro caiado. É de se desconfiar se até mesmo a carência do estômago é capaz de privar os ouvidos de ouvir, embora não partilhemos de nenhuma nostalgia romântica que queira incumbir à pobreza a tarefa de excluir tais felizardos. Os rotineiros pedidos de desculpas feitos à visita ainda no capacho da porta são tão sinceros quanto o *tour* guiado por um anfitrião orgulhoso, e ambos não são apenas a repetição de um gesto vazio.

O caráter performático implícito na qualidade estética-coisificadora das mercadorias avança sobre novos territórios como o cavalo de madeira de Ulisses atravessava as muralhas de Tróia. A antiga cerca que protegia a aldeia do exterior tem hoje portão aberto; espíritos malignos assombam os homens no interior de suas casas. A ameaça inculcada introjeta-se nos olhos. Como os gregos projetavam suas divindades nos lugares, esses homens são afrontados até pela estupidez da largura do rejunte que liga as assépticas placas cerâmicas. Como maestro, tais homens têm-que controlar a sinfonia dos objetos que compõem seu cenário, até a perfeição. Até o momento, essa *cenarização* é a apoteose do espaço construído pelo mercado de almas. Sentado em sua sala, aquilo que se crê ser sua intimidade se esvai em tantas superfícies novas, brilhantes e reflexivas como espelhos. Fossem velhas e opacas continuariam sendo refratárias de suas almas externas, embora talvez haja de fato uma questão sintomática em tantos espelhos. Pode-se crer que o aumento das superfícies espelhadas seja uma compensação à paulatina redução quantitativa da mercadoria espaço. Mas além dessa pequena trapaça, parece haver atualmente um capricho mórbido nesse gosto. Supomos que se aproxima mais das estratégias empregada em algumas vitrines, onde o reflexo próprio no espelho colocado ao lado do manequim serve como alerta para nossa vergonha. Tal como para o alferes no conto de Machado de Assis, os espelhos personificam a presença do *outro*, permanentemente. Elas fornecem ao sujeito a visão de um *outro lugar*, de um *outro* ponto de vista; uma visão dessa visita exigente e necessária para conferir sentido às fardas externas. É possível ele assistir a si e ao seu cenário em tais superfícies reflexivas, como se fosse um *outro* – é consideravelmente possível que desse momento em diante esse sujeito chegue até mesmo a emprestar gestos apreendidos em algum filme; numa dimensão mais profunda que o enredo. Os

---

<sup>304</sup> ADORNO; HORKHEIMER, *Dialética do esclarecimento*, 1944/2006.

espectadores levam para casa a presença da câmera cinematográfica, que ao por o sujeito na posição do *outro*, não apenas aumenta a hipótese de sua presença, como o ensina a se portar diante dela: a sofrer sozinho, beber sozinho, trabalhar sozinho, enxugar-se sozinho, etc. Suspeitamos que a função de refletir dos espelhos foi redimensionada no mercado de almas, seu papel é o de consagrar ao habitat o estatuto de um palco ininterrupto, o que não deveria causar espantos à sociedade habituada às câmeras panópticas dos “*realitys*” shows, sem dúvida mais reais do que essa mesma sociedade gostaria de admitir, possivelmente só suportadas por ela quando entendidas como um “jogo”. Tais espelhos fazem à vez do carrasco ou do bajulador, diante deles os sujeitos são inquiridos, ameaçados ou enlevados em suas fardas simbólicas, tal como o foi Jacobina e o Alferes. Como no conto, o espelho garante o rito e o santuário, e por ele vê a opção compulsória do sacrifício. Ainda que seja bastante antiga a paranoia das conspirações feitas às escondidas atrás dos espelhos, o terror aqui especulado é diferente: não é apenas a possibilidade de tais conspirações serem reais, mas de serem, além de reais, a parte estrutural do sistema – a parte que torna constante a lógica da castração. Remetem a tragédia e ao sacrifício de Senhor K.<sup>305</sup> quando esse percebe que não é vítima de uma exceção, mas parte da regra que é preciso aceitar<sup>306</sup>.

Há uma especulação subjacente a essa “perda de intimidade” que parece ser importante. Evidentemente que a prerrogativa materialista do ser-social definir a consciência (e a *subjetividade social*) e, portanto, aquilo que dela se desdobra, já põe em suspeita a palavra intimidade. E as paredes da sala certamente não são menos porosas que a parede do crânio. No entanto, a rigor, careceria de sentido afirmar uma diminuição ou mesmo a não existência de intimidade no mercado de almas, uma vez que (um) as próprias definições de “intimidade” são voláteis em suas construções historicamente determinadas, e (dois) a constituição do sujeito a partir do *outro* não implica, obviamente, em sua absoluta não-existência, mas sim em uma existência peculiar (historicamente determinada...). Portanto, se apontamos que a “intimidade” do sujeito-alferes se esvai pelas superfícies e pelas almas externas dos objetos que o vigiam no interior de sua casa, o fazemos circunscritos em relação ao que imaginamos que essa própria sociedade supõe ou deseja como íntimo, como o espaço doméstico privado, por exemplo. Ou seja, dentro da larga lacuna do prometido e não cumprido. Assim, é de fato curioso que no próprio núcleo dessa dita sociedade egoísta, composta de sujeitos individualistas, privados e privatizadores – e não discordamos disso –, vê-se que a intimidade deles parece ser tão sólida quanto uma neblina; o que por certo pode ser

---

<sup>305</sup> KAFKA, O processo, 1925/2005.

<sup>306</sup> Essa leitura do romance de Kafka é bastante defendida por Slavoj Zizek. ZIZEK, Menos que nada: Hegel e a sombra do materialismo dialético, 2012/2013.

uma das razões para a vontade de tais sujeitos em afirmá-la. Especulamos nisso que a insistente presença desse *outro-esteta*, fiscalizador de largura de rejunte e da cor dos cadarços, represa-se como violência nos sujeitos; tanto quanto que a autoritária tipificação do sonho modernista-corbusiano do *modulor*, a qual hoje se está mais disposta a ser assumida como violenta. A constante indagação castradora desse *outro “líquido”* torna os sujeitos violentos, afinal, alertava Brecht, “também o ódio contra a baixeza endurece a voz”<sup>307</sup>. Retornando ao próprio *outro*, essa violência pode, com maior ou menor horror e obscenidade, ser canalizada e corporificada em um *outro*, agora inimigo e, quem sabe, despojado da possibilidade de empatia; variando na intensidade das pequenas censuras do estilo fora do lugar, até o extremo dos lugares mais sombrios da história. No fundo do abismo é cultivada uma boca grotesca, com dentes sempre afiados, que permanece insaciada em seu apetite por *nomes*, pelos nomes dados à carne. Diante disso, apesar da distância do holocausto, não guardamos menos pessimismo do que a escola de Frankfurt quanto à indústria cultural. Na mesquinhez a que o mercado de almas há de reduzir os homens, pela ininterrupta violência feita à sua alma, vê-se alimentar uma boca fascista. O perigo implícito em seu desenvolvimento não está somente no autoritarismo de uma linguagem que impõe seus limites como realidade dada aos sujeitos, nem na potência da reprodução de sua voz nos amplificadores<sup>308</sup>, mas no fascismo gerado no interior de seu próprio funcionamento. No alvorecer de “novos” *apartheid*, não deve causar espanto o piso polido na casa dos belos homens e das belas mulheres siliconados e envelopados em suas embalagens de carne.

A liberdade da atual estilização da vida e da super-decoração respirada no capitalismo tardio é uma nova curva da “dialética do esclarecimento”<sup>309</sup> na história das lutas de classe. Do sonho do homem geométrico e planejado, assumido hoje como castrado de autonomia por sua tipificação, para a embalagem reluzente do *sujeito espetáculo* que, crendo-se “empresário de si” supõe-se autônomo em suas vontades, pode ser lido como versão nova da velha “parada do velho-novo”<sup>310</sup>. Da tipografia austera do jornal impresso até as letras coloridas e as animações alegres do *Google*, se reproduz e se legitima a dominação com a promessa de seu arrefecimento: cheio de promessas, novidades e *invenções*, ele se “arrastava em novas muletas que ninguém antes havia visto, e exalava novos odores de putrefação, que ninguém antes havia cheirado”<sup>311</sup>. A atual *estilização* é entendida

---

<sup>307</sup> BRECHT, Aos que vierem depois de nós, década de 1930/2002.

<sup>308</sup> Metáfora de Adorno e Horkheimer. ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006.

<sup>309</sup> Discutimos no capítulo 01 que “todo progresso da civilização tem renovado, ao mesmo tempo, a dominação e a perspectiva de seu abrandamento”. Ibid.

<sup>310</sup> BRECHT, A parada do velho novo, 1938-1941/2012, p. 217.

<sup>311</sup> Ibid., p. 217.

aqui como imperativo derivado da superposição ideológica do mercado de almas. Em muitos lugares, o que se verifica é o contrário do alardeado: da rigidez do zoneamento moderno e de seu desenho autoritário e massificado, hoje violento diante da necessária diversidade do *gosto* do sujeito-empresário<sup>312</sup>, até os bairros desenhados e produzidos fragmentadamente e devidamente embalados por nomes e estilos de vida estrangeiros ou de sucesso, o que se observa é, ao mesmo tempo, o aumento da homogeneização e a crescente mesquinhez e violência estética. Das bajulações narcisistas até os golpes de terror, o sujeito-ator tem-que afirmar *enfaticamente* sua existência estética através das hipertrofiadas e pretensamente individualizadas almas externas<sup>313</sup>. Mesmo na precária paisagem da periferia atrasada, como a que se vê saindo um palmo da estrada decorada, onde o mato lindeiro, com sua feiúra e indiferença proletária, ameaça profanar as edificações pobrememente construídas, que ainda assim insistem em existir dentro de um referencial deslocado (senão tresloucado), com cerâmicas imitando mármore travertino, frontões bizarros ou, quem sabe, com a pretensa tecnologia asséptica de placas de alumínio. Talvez não seja tão grande a distância desse grito existencial para aquilo que anima as colunas sociais dos jornais e de programas televisivos, ou mesmo para a lógica do *capital simbólico* de Bourdieu, cujo funcionamento também não pode abrir mão da lógica da castração. O nome gravado em caixa-alto nos prédios tanto quanto os subtítulos das fotografias parecem revelar que o “CNPJ”, que é próprio “CPF” no homem-empresa, não é apenas um meio de existir além da própria morte, mas um meio de sobreviver à própria vida.

Não é novidade o grito dado pelas construções isoladas em seus lotes privados, que precisam afirmar o poder e existência de seus donos, tratem-se tais construções de empresas ou sujeitos-empresas, pouco importa. Na última tendência de elevar o sujeito de sua pobre condição de *vendedor da força de trabalho* para estatuto de um autônomo *empresário de si*, era de se esperar que seu habitat virasse uma embalagem tão refinada quanto a que se espera da arquitetura de um escritório, cujo espaço deve ser um sorriso de trinta e dois dentes, todos muito brancos e capazes tanto de encantarem quanto de intimidarem, conforme a ocasião das circunstâncias. Além da

---

<sup>312</sup> Como observa Sérgio Ferro, “o gosto está morto hoje, não há mais subjetividade solta que o sustente”\*, pois a subjetividade social, reprodutora de uma ordem social, se esgarça sobre todo sensível. Mas se por um lado o gosto está morto pela ausência de subjetividade, por outro está bem vivo em suas funções ideológicas. Em tempos de “inflação cultural”\*\* o gosto é peça fundamental, tem função ideológica homóloga ao salário do trabalhador que livremente vende sua força de trabalho: trabalho livre/salário e gosto livre/grupo de status. O gosto está morto hoje, concordamos com Ferro, mas é verdade também que o gosto, o gosto livre, está vivo em suas funções ideológicas. \* FERRO, O Canteiro e o Desenho, 1976/2006; \*\* JAMESON, Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio, 1991/2002.

<sup>313</sup> Tal sobreposição ideológica não pode ser tributada a lacuna de um mal-estar gerado pelo sacrifício do indivíduo pela vida em sociedade, em um retorno da singularidade recalcada pela vida em coletivo, mas sim, a sobreposição historicamente determinada do que foi discutido como um mercado de almas.

precarização dos marcos trabalhistas entre capital e trabalho, o atual *home-office* é um exemplo pujante do caráter publicitário performático impregnado na habitação, e possivelmente guarda intenções éticas um pouco distintas da *cenarização industrial dos lofts*. A desejada autonomia para se trabalhar de pijama, possivelmente romanceada em algum filme, é animada com a escolha de *gadgets* decorativos. A fé no *capital simbólico* parece conseguir remendar os buracos do *capital* no sustento dessa vida mais livre e autônoma – e a figura do arquiteto que, como dissemos, conseguiu passar de artista à empresário (sem ter sido jamais operário), é um exemplo constrangedor. Na outra ponta, mas derivando-se do mesmo imperativo, é possível encontrar o escritório tentando despojar-se de sua seriedade para se aproximar do ambiente de lazer ou da atmosfera doméstica. Nesse mundo melhor, é quase de se crer que o trabalho está deixando de ser trabalho, como imaginaria Tom Sawyer.

\*

(Come chocolates, pequena;  
 Come chocolates!  
 Olha que não há mais metafísica no mundo senão chocolates.  
 Olha que as religiões todas não ensinam mais que a confeitaria.  
 Come, pequena suja, come!  
 Pudesse eu comer chocolates com a mesma verdade com que comes!<sup>314</sup>

A *cenarização* do espaço é imprescindível para quem tem-que controlar a comunicação em busca de alguma perfeição. E a vasta fauna das mercadorias-caiadas que povoam o cotidiano no capitalismo tardio é o que nos faz falar em *cenarização* ao invés de *espetáculo*, embora ela seja apenas a derivação nascida da pulverização dele. Este termo nos parece mais adequado para explicar a atmosfera do mercado de almas, pois a ideia de *espetáculo* remete a uma concentração, enquanto a *cenarização* espalha-se, como um *big-bang*. As espécies desta rica e distinta fauna mágica alastram-se para cada assunto da vida do sujeito; suas roupas, carro, óculos, penteado, até sua comida é como um sepulcro caiado, e certamente com uma literalidade tão grande quanto a hipocrisia obscena dos fariseus. Não somente pela atual pandemia da *gourmetização* do paladar, irmã da *cenarização* do espaço, em que se vê a qualidade sensível (estética) do alimento sucumbir à sua qualidade suprassensível, tornando a degustação consideravelmente inferior à comunicação

---

<sup>314</sup> PESSOA, Tabacaria e outros poemas, 1928/1996.

performática nela implícita. Embora depois seja possível observar dois fenômenos supostamente contraditórios, mas que parecem conviver bem; de um lado o juízo estético que se pretende mais puro do que realmente é; e do outro, essa *gourmetização/cenarização* vem travestida de liberdade para se imiscuir com oportunismo a sensação de uma educação estética. Mas, além do cume da qualidade suprassensível das papilas gustativas *gourmetizadas*, outras coisas podem ser ditas sobre os alimentos caiados. Levantando do sofá novo, ou com ares de novo, saindo da sala decorada em direção à cozinha planejada, encontraremos a geladeira do alferes, que é como um microcosmo de sua sala de jantar, que por sua vez é um microcosmo de sua cidade e assim por diante. Toda metafísica de seu mundo encantado pode ser encontrada em seu refrigerador, como em um chocolate segundo o escritor.

Em sua geladeira (decorada) constataremos não apenas que a imagem do pudim em pó substitui o pudim real, como escrevia Adorno e Horkheimer em 1947<sup>315</sup>, como o próprio pudim real-em-pó faz mal a saúde; a saúde do organismo-Jacobina e da alma-Alferes. Alimentar a força de trabalho não é apenas uma responsabilidade que o capital não pode negligenciar, como deve lhe ser uma tarefa economicamente lucrativa e socialmente ideológica. O consolo dos prazeres metafísicos encontrados em uma barra de chocolate pode ser tão suspeito quanto qualquer religião – não é somente a fé que se parece com os encantos da confeitaria (como se sabe), mas a própria confeitaria também guarda semelhanças com a religião. E o pote de margarina na geladeira decorada pode revelar mais da vida no sepulcro caiado do que afirma a mentira estampada em sua embalagem. Guardando algumas diferenças das graxas negras usadas nas engrenagens das máquinas, a margarina tinha o encargo de, além de reduzir o custo da alimentação, alegrar os olhos e o estômago da força de trabalho – embora algumas experiências empíricas afirmem que ela é repulsiva até mesmo para Gregor Sansa<sup>316</sup>. Essa massa hidrogenada, plástica e amorfa, junto com outras iguarias semelhantes como o glúten e o quase supra-real fermento em pó instantâneo, possibilitam suntuosas formas barrocas ostentadas nas prateleiras de qualquer padaria; a maleabilidade material permite apetitosos galpões decorados, muito brilhantes e muito encantadores por fora, mas perversos por dentro.

Fosse possível estar impresso junto da “composição química” anunciada nos rótulos das guloseimas todo o “segredo da mercadoria”, pouco mudaria. A realidade da fantasia está no olhar, no *olhar* materialmente produzido e não no rótulo da margarina. As almas externas não derreteriam a luz

---

<sup>315</sup> ADORNO; HORKHEIMER, *Dialética do esclarecimento*, 1944/2006.

<sup>316</sup> Alguns pesquisadores da área alegam que nem mesmo baratas e formigas comem margarina.

desse esclarecimento, pelo contrário, há uma característica curiosa na eventual pretensão por transparência encontrada nas mercadorias atualmente. A perspectiva de sujeitos mais livres e de um mundo melhor não está somente no sorriso estampado na embalagem, mas também no honesto alerta publicitário que lhe acompanha: “não contém glúten” (“não contém conservantes, gorduras-trans, etc.”). Ao assumir um ou mais elementos como prejudiciais, a mercadoria se passa por um negociante justo, sensível aos interesses de seus consumidores: “é possível que ainda assim ela contenha algumas coisas para serem adequadas, mas que ainda não foram possíveis etc.”. No vocabulário de Zizek, trata-se de uma aparente *dessubstancialização* do elemento nocivo da mercadoria para a satisfação de um consumo esclarecido-desmistificado e desenfreado – o chamado “consumo-consciente” –, como ele mesmo cita o café descafeinado, que “não contém cafeína”<sup>317</sup>. Na medida em que se *dessubstancializam* as substâncias o que permanece é *invólucro* e *imagem*. Não resta senão isso, *invólucro* e *imagem*, em um vinho “sem uva” e “sem álcool” produzido para *pets*, ou seja, para esses cachorros que também não são mais bichos. A transformação dos animais domésticos (dos escravos, das crianças etc.) em consumidores, bem como sua inserção fetichizada, *antropomorfizada* de corpo e alma, no mercado de almas constitui na verdade o próspero ramo da *petichização*, e certamente escreve uma página curiosa na relação milenar dos homens e seus bichos. Essa *dessubstancialização* hipertrofia a metafísica das embalagens contradizendo o esclarecimento que pretende anunciar. A suposta honestidade e a promessa de uma vida *liberta* de seus elementos nocivos é um atributo digno de um sepulcro caído, presente em um amplo leque de mercadorias, inclusive no espaço construído no mercado de almas – que agora pode estar até mesmo certificada ambientalmente. É possível observar essa qualidade corporificada na *mercadoria-arquitetura*, seja na cortina de um apartamento ou na paisagem urbana; sua envergadura vai de um *design* supostamente industrial da luminária sobre a mesa de jantar até a inserção de monumentos históricos no turismo globalizado.

A refinada e individualizada linguagem da sala de estar poderia estar tarjada: “não contém representação de classe social-econômica” (principalmente a operária), apenas *estilo de vida* livremente escolhido. Ou pode ser encontrada nos atuais condomínios fechados que, se pretendendo *dessubstancializados* dos conflitos da urbanidade e da diversidade social, tarjados como nocivos, não fazem outra coisa senão fomentar aquilo que se teme: a violência de um *outro*. Dentro do muro, no retorno daquilo que ele recalcou, a perda do espaço *cívil*<sup>318</sup> da diversidade

<sup>317</sup> ZIZEK, Como ler Lacan, 2006/2010.

<sup>318</sup> Atribuímos o alerta da perda do espaço cívil, e não apenas do espaço público, a Zigmunt Baumam. BAUMAN, Modernidade Líquida, 2000/2001.

pode retornar em uma intolerância hipertrofiada. No que diz respeito ao sucesso do muro em represar a violência para fora dele, este deve ser ponderado frente ao fracasso histórico aos quais os muros costumam estar fadados. A sombra do mesmo guarda-chuva pode cobrir tanto as ideologias sanitaristas quanto a *dessubstancialização* esclarecida do elemento nocivo; do açúcar indesejado à limpeza dos inimigos agitadores e contraventores da ordem. Se a voz que do alto-falante comanda o holocausto é a mesma voz que a coordena compra de bugigangas<sup>319</sup>, também é ela quem pode condenar a cafeína, o jeans ou os movimentos sociais. Como em um rótulo de mercadoria, é possível encontrar a *dessubstancialização* da cidade na imagem-da-cidade, o que parece ser a última moda do planejamento, o “planejamento estratégico” descrito por Vainer<sup>320</sup>. O que testemunha a complacência da vida diante das imagens e atesta a *realidade* de seu poder ideológico. Como o vinho (que não é vinho) feito para cachorro (que não é bicho) a cidade que é imagem deve ser pensada para pessoas que não são cidadãos, mas empresas. O que já estava devidamente contido na discussão trazida de Mészáros, quanto à alienação das necessidades *humanas* em direção das necessidades de *mercado*. Mas talvez pareça demasiadamente exagerado transpor o funcionamento do mercado de almas externas bem como a violência da castração simbólica a ele inerente para a dinâmica do espaço urbano, onde a concretude dos muros são esteticamente *sensíveis*, e ainda é possível verificar a violência pouco refinada da segregação sócio-espacial das infra-estruturas urbanas; ambos, porém, mais inculcados como legítimos do que gostariam os urbanistas. No entanto, a despeito da obscenidade com que inúmeras formas de ideologia, controle e violência possam estar territorializados no solo urbano, alertamos para importância da *segregação estética*, no sentido até agora discutido, no que ela poderia colaborar para uma compreensão melhor dimensionada da relação entre o *sujeito* e o *espaço*. Como por exemplo, a participação nessa mediação de um sentimento *estruturado-estruturante*<sup>321</sup> e de uma violência, feita na forma da *vergonha*, que costuma ser engolida em silêncio, com a docilidade de Gregor Sansa – possivelmente mais observável nos lugares onde *orgulho de pobre* deve se transformar na tentativa de afirmar esteticamente a não-pobreza.

Voltemos ao cenário do hipotético apartamento aqui abordado. No bojo de seu interior, seguindo o fluxo heterônomo e vertiginoso das *inovações estéticas*, presente no tecido da cortina e no desenho da luminária, vê-se que, como escreve Haug, “todo componente funcional de um cômodo,

---

<sup>319</sup> ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006.

<sup>320</sup> VAINER, Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano, 1999/2013.

<sup>321</sup> Cujá potência tentamos argumentar no segundo capítulo desta dissertação.

de uma moradia, é atingido pelo "*design*" inflando e colorindo a sua superfície (...). A moradia torna-se então "paisagem"<sup>322</sup>. É possível especular que, em relação ao que poderia ser o espaço fenomenológico, o fenômeno da *cenarização* é o *lugar dessubstancializado* da própria *vida*. Apesar de guardarmos algumas ressalvas quanto ao uso do termo "paisagem" para ilustrar a relação do sujeito com o espaço, a observação de Haug é precisa, pois no que respeita à *cenarização* implicada na ascensão do estilo-de-vida como condição da existência, o estilo antecede a própria vida. Como se observa no gosto asséptico dos ambientes decorados *dessubstancializados* da desordem habitual do cotidiano, impedidos de envelhecer com suas estantes *dessubstancializadas* de poeiras e suas mesas *dessubstancializadas* de marcas e arranhados; ou no suposto contrário, na sala caiada com falsas pátinas do tempo, nos ambientes *dessubstancializados* do tempo, quando até as marcas da idade são estampadas na fábrica, trazendo um (falso) *novo* se fingindo de (falso) velho – a penumbra do pastiche histórico não destoa do falso bronzeamento da pele e das refeições em pó instantâneo com aroma de lentos confitados. Até a eventual rusticidade de uma parede de tijolo aparente ou de concreto bruto é mediada pela *cenarização* e, portanto, despojada da honestidade que sua aparência gostaria de afirmar – e a raiz do problema não está no empobrecimento da percepção tátil do espaço, como alerta o teórico fenomenológico Juhani Pallasmaa, em sua *práxis a percepção é "teorética"*<sup>323</sup> e tanto o *olhar* quanto o *tato* estão igualmente caiados<sup>324</sup>.

Diante dos *cenarizados* estilos-de-vida, diria Machado de Assis que o *estilo* está para o Alferes – ou seja, a alma externa que vive de dentro para fora –, como a *vida* está para Jacobina, sobrevivendo como alma interna à procura de *sua* alma exterior. E tanto o sofrimento quanto as dívidas feitas pelo sujeito-ator no mercado das *cenarizações* revelam que o estilo de vida aí encenado, não liberta, mas escraviza. No mercado de almas, as almas se sobrepõem ao estômago, o *suprassensível* das mercadorias se sobrepõe ao *sensível* e o estilo se sobrepõe ao que talvez fosse desejado ser a vida (no sentido que Mészáros a discute, sem cerimônias e relativismo). Neste sentido, a *cenarização* é, como dizíamos, o *lugar dessubstancializado* de vida. No mercado de almas, no espaço reluzente recém amputado de um catálogo de decoração ou mesmo de um manual academicamente consagrado, o sujeito-ator tem sua subjetividade aliciada numa dimensão que talvez viesse a causar horror ao homem-sombra da modernidade – se a subjetividade do *modulor*

<sup>322</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997, p. 127, aspas e grifo do autor.

<sup>323</sup> MÉSZÁROS, A teoria da alienação em Marx, 1970/2016.

<sup>324</sup> Embora certamente partilhemos, com entusiasmo, do desejo de que a arquitetura seja menos pensada *com* e *para* a "visão focada", segundo seu próprio termo. PALLASMAA, Os olhos da pele: a arquitetura e os sentidos, 2005/2011.

era castrada a golpes nítidos de subtração, ele (imagina-se) poderia talvez vir a acrescentar algum traço individual, ainda que fosse apenas um mostrar a língua para o seu arquiteto.

Na *cenarização*, o cano industrial é cano no *estilo* industrial. É cano decorado. Mesmo a flexibilidade desejada para a adaptabilidade das construções, já que há muito se assumiu que uso tanto faz<sup>325</sup>, é fundamentalmente flexibilização para *cenarização*; como revelam o desenvolvimento da indústria do gesso e a enorme quantidade de forros empregados nas edificações, devidamente acompanhados da possibilidade da teatralidade da iluminação do palco do sujeito-ator. É isso que torna o galpão decorado de Venturi tão paradigmático, embora nele a celebração do sintoma da *cenarização* traga aquilo que refutamos: a crença em uma democratização e liberdade, ainda que às vezes pareça estar escondida por um cinismo pretensiosamente *não-tolo*. A *cenarização*, assim como a *gourmetização*, pode ser confundida com e celebrada como uma educação estética, qual se acontece é, diante de uma investigação crítica, de ordem seguramente secundária.

Mas, é importante relativizar a afirmação de uma “dessubstancialização da vida”, pois isso poderia induzir ao mesmo equívoco que o termo “*paisagem*”, empregado por Haug<sup>326327</sup>. Evitamos o emprego deste termo, pois, talvez, ele tenha uma carga semântica que poderia remeter a uma idéia de *passividade* do sujeito diante do objeto, de simples espectador; o que seria avesso à lógica do mercado de almas, aonde é pressuposto uma participação de ordem visceral do sujeito com o espaço, tal como a interação de Jacobina com o Alferes. Pois que não é como se o sujeito estivesse morto ou hipnotizado por algum espetáculo deslumbrante. Ele não tropeçou dentro dele próprio para assistir inerte e embasbacado a *paisagem* diante da janela de seus olhos. O mercado de almas, como qualquer bom inferno, não abre mão das almas de seus membros, e todas devem estar, de algum modo, vivas. Ainda que como um fungo brotado, é possível encontrar vida dentro de um sepulcro. Não entendemos, pois, o sujeito como um ser errante, no duplo sentido da palavra: que anda e anda errando continuamente. O que seria, na linguagem do Sartre marxista, um materialismo idealista<sup>328</sup>. Seria um erro histórico supor uma passividade que retirasse dos homens a responsabilidade por seu destino. O *sujeito-errante*, espectador dos objetos, seria um equívoco tão grande quanto o *sujeito-acertante*, que dentro do sopro de sua vida julga-se senhor emancipado em suas vontades, gostos e prazeres. A estética que pretendemos discutir está certamente um pouco mais no subsolo do sujeito, do que gostaria esse. A questão está mais

---

<sup>325</sup> FERRO, O Canteiro e o Desenho, 1976/2006.

<sup>326</sup> Embora a responsabilidade por esse eventual equívoco de maneira alguma caberia a este autor.

<sup>327</sup> HAUG, Crítica da estética da mercadoria, 1972/1997.

<sup>328</sup> SARTRE, O que é a subjetividade?, 1961/2015.

próxima da *base* (econômica) que o produz, naquilo que foi denominado como uma *subjetividade social* historicamente determinada. A questão está no *olhar* do ser-social, ou melhor, na raiz do *olhar* que aquece a beleza da Sereia, tal como Dante pôde testemunhar.

\*

[...] rasgou-lhe as vestes, pondo-lhe o ventre a descoberto. Para acordar-me, o fedor que dali saía foi o bastante [...].<sup>329</sup>

Falou-se em algum lugar dessa dissertação sobre o caráter polimórfico das almas externas, ou seja, sua capacidade de estabelecer possessões sobre diferentes corpos. Atribuímos a metafísica ostentada nesse fenômeno à reverberação das projeções de *sujeitos mistificadores*, uma vez que para, fins científicos, foi desconsiderada a atuação de outros tipos de *entidades*, tanto quanto qualquer forma ou qualidade de imanência mágica dos objetos – supomos que nada possa emanar do objeto senão o que nele foi antes depositado; nem sua *utilidade* nem seu *sentido*. Dada a qualidade plasmática desse olhar, essas projeções podem penetrar no âmago de qualquer conteúdo e material, para depois, reverberando em todas as moléculas desse objeto, superficializar-se como revestimentos postos à frente do material penetrado, na forma suprassensível de almas externas. Esta é a percepção estética “teorética” fetichizada tratada nesta dissertação. Assim como acontece com o *valor de troca*, tal mercadoria poderia ter suas tripas expostas diante desse olhar, como pretende um prédio brutalista, que essa magia não seria encontrada e, segundo Marx, muito menos extinta<sup>330</sup>. Pelo contrário, é possível que cada víscera exposta, tão logo apareça e ande por aí assombrando os homens, venha a ser possuída e inserida no mercado de almas. A partição, a fragmentação e a multiplicação lhe são como filhos e ele, assim como Cronos, os devora. Embora, diferentemente de Cronos, esta insólita refeição seja, antes, fruto de um apetite insaciável e voraz do que de um projeto conscientemente arquitetado diante do medo de ser destronado por alguma cria. E até o momento não se tem evidências das embalagens do mercado de almas terem tanto poder quanto Zeus.

---

<sup>329</sup> ALIGHERI, A divina comédia, 1304/2003.

<sup>330</sup> O que não implica na impossibilidade de transformação, mas apenas a limitação desta. A origem do fenômeno e, portanto, a possibilidade de sua transformação radical está, segundo a teoria marxista, no fim da propriedade privada dos meios de produção.

Na verdade, além do sentido original, dado por Cristo à hipocrisia dos fariseus, a caiação do sepulcro ostenta agora uma morbidez consideravelmente desconcertante; é, pois, como se os fariseus pudessem prescindir da compostura de outrora para falar abertamente o que suas palavras tentariam esconder. Como foi discutido no terceiro capítulo, há uma *obscenidade* mortificante nas atuais embalagens da arquitetura, em nossos atuais galpões decorados: na transformação do brutalismo em artigo de luxo, *dessubstancializado* do “poder de crítica”; no minimalismo decorativo, *dessubstancializado* de possibilidade da introspecção causada pela ausência; na sustentabilidade insustentável de uma agenda ecológica *dessubstancializada* da agenda social, quando não *dessubstancializada* de seus próprios compromissos<sup>331</sup>; etc. Em sua morbidez atual, o sepulcro é capaz de simular aquilo que poderia supor ter que estar escondido. Com desfaçatez, algum revestimento cerâmico ou algum papel de parede pretende simular em sua estampa o desenho dos tijolos e do trabalho humano que ele cuida de encobrir. À mão desgraçada do azulejista, fadada, como observa Ferro<sup>332</sup>, a apagar os traços de sua própria existência e de todo o trabalho que lhe antecedeu, pode ser feito mais esse embaraço – e a transformação da obediência em consentimento e orgulho apenas lhe aumenta a tragédia e explica-se por ele também habitar um mesmo sepulcro (apenas mais pobre). O que de toda sorte não deve causar espanto, pois certamente não seria apenas o arquiteto a sentir orgulho na construção de um sepulcro caiado, embora a esse ainda reste o consolo das migalhas de um *capital simbólico*<sup>333</sup> ostentado nas páginas de alguma revista ou coluna social.

Mas esse flerte mórbido não se restringe às texturas que podem por ventura simular aquilo que encobrem. Como anteriormente discutido, o revestimento físico e *sensível* é prescindível. A caiação do mercado de almas é de uma substancialidade invisível, embora *sensível*. A parede em concreto bruto aparente, o reboco rústico pouco alisado, a superfície de madeira reaproveitada que traz o resquício da tinta antiga, o assentamento imperfeito de tijolos etc., até as valiosas marcas deixadas pelo trabalho operário podem ser expostas nas paredes externas do sepulcro. Essas supostas subversões sucumbem diante da capacidade digestiva do mercado de almas. Suas paredes poderiam ter de grandes planos de vidros e seu interior poderia encontrar-se exposto como em uma vitrine. Apesar da exaustiva e impregnante ideologia de super-heróis justiceiros, as *vestes sensíveis* da Sereia podem ser rasgadas e seu ventre apodrecido trazido à vista; a substancialidade

---

<sup>331</sup> Como em revestimentos produzidos com metade da emissão de carbono que os anteriores, mas substituídos em períodos cada vez menores, dada uma obsolescência estética cada vez mais acirrada.

<sup>332</sup> FERRO, O Canteiro e o Desenho, 1976/2006.

<sup>333</sup> BOURDIEU, A distinção: crítica social do julgamento, 1979/2015.

do cenário é desimportante na *cenarização*, por isso o sepulcro pode ter vestes sensíveis supostamente subversivas. Não é preciso ocultar o trabalho morto, diante da *cenarização*, ele pode estar descoberto e exalar seu cheiro putrefato sem que o feitiço seja arrefecido<sup>334</sup>. Senão vê-se o contrário, o próprio feitiço tornando-se fortalecido e engrandecido com sua aparência de honestidade e transparência. O sepulcro caiado, não sendo sempre branco e sedutor, mas permitindo outras palavras de serem proferidas, esvaziadas e *dessubstancializadas* de poder de crítica<sup>335</sup>, dá impulso novo aos giros da dialética do esclarecimento e ao caminhar do velho-novo de Brecht, com a sustentação da dominação pela sensação de seu arrefecimento<sup>336</sup>.

O cenário é desimportante diante da *cenarização*. Sua substancialidade e concretude atingem o nível do circunstancial e são estranguladas pela sua imagem hipertrofiada. A cor e a textura do casaco do Alferes são de ordem secundária na construção de seu *sentido*. No mercado de almas, a decoração-sensível do galpão decorado é suporte para a alma, tal como a utilidade da mercadoria diante de seu *valor*. Diziam os teóricos de Frankfurt que a imagem do pudim substitui o pudim real<sup>337</sup>. E isso pode ser verificado até mesmo num edifício secular, à revelia do tempo. Pois que a *cenarizada* Catedral de Notre-Dame se sobrepõe à concretude de suas pedras. Não é apenas a religiosidade petrificada em tal igreja que pode desmanchar-se no ar, mas todas suas pedras podem estar *dessubstancializadas* de seu peso. No mercado de almas, as mercadorias podem ser *dessubstancializadas* de seus elementos nocivos e a crítica pode tomar corpo sensível. O valor de uso pode ser *dessubstancializado* de sua *utilitas*, e sobre o valor de troca pode porventura ser negociado algum prejuízo econômico. Os *fins* podem ser *dessubstancializados* dos frente ao que gostaríamos que fosse a *ética*. Mesmo aquilo que chamamos de *razão* pode ser *dessubstancializada*. A substância pode ser *dessubstancializada* e o *gosto* pode ser *dessubstancializado* do sensível. Mas há, no entanto, um elemento que não poderia ser *dessubstancializado*: as almas externas – seja qual for sua aparência sensível. A estas vestes o mercado de almas não poderia dar-se a possibilidade de rasgar, sem a destruição de sua própria existência; sem elas ele sofreria o dano que inflige aos seus, sem o *fetichismo* das almas externas ele

---

<sup>334</sup> Frisamos há pouco que seria um equívoco reduzir a condição do sujeito à um “ser-errante” e anunciar com isso a morte da capacidade da arquitetura elevar o homem; ela pode prover inúmeras ações e reflexões capazes de tornar a existência mais (ou menos) digna. Mas certamente tais possibilidades estão aquém das questões abordadas neste trabalho.

<sup>335</sup> ARANTES, Arquitetura Nova, 2002/2011.

<sup>336</sup> ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006.

<sup>337</sup> Ibid.

derreterea como boneco de neve ao sol de Zizek. A castração é imprescindível ao capitalismo, como afirmam os teóricos de Frankfurt, e é através dessas almas que ele opera.

Estas são as vestes não rasgáveis do sepulcro. Suas fardas estão, pois, na dimensão do suprassensível, o que não significa que não sejam *reais*. Como discutimos, é bem ao contrário disto. Na estética do mercado de almas, o espírito antecede ao estômago e o suprassensível sobrepõe-se ao sensível. Circunscrito na estética desdobra no modo de produção capitalista, o *sentido* da realidade *sensível* é forjado por uma *percepção teórica* em que estão inculcados e biologizados os *valores* fundamentados deste modo de produção<sup>338</sup>; é o olhar do ser-social que determina o do sujeito e não o contrário<sup>339</sup>. E este *olhar teórico* traz, impregnado em sua retina, o sintoma do fetiche da mercadoria e da existência estética do hieróglifo social derivado da propriedade privada dos meios de produção e, portanto, da desigualdade econômica por ele desdobrada. São estes olhos que agasalham e aquecem a tez macilenta da Sereia, que já pode até ter falecido há muito tempo, a despeito de suas vestes continuarem desfilando e assombrando os homens por aí.

Sob o efeito de tais olhos tudo o que é visto transforma-se em mercadoria e alma externa, tanto quanto os olhos da Medusa estavam condenados a ver apenas pedras. Diante deste olhar *privatizador* e *mistificador* nem mesmo as pedras mortas de Notre-Dame podem oferecer resistência, são ressuscitadas, tal como Lázaro não pôde senão obedecer a ordem dada por Cristo de voltar do mundo dos mortos.

E, tendo dito isso, clamou em alta voz:

- Lázaro, venha para fora!

Saiu o que estivera morto. Os seus pés e as suas mãos estavam enfaixados com tiras de pano, e o seu rosto estava enrolado com um pano. Então Jesus disse:

- Desenrolem as faixas e deixem que ele vá.<sup>340</sup>

Ressuscitada de outros tempos, em traduções que são sempre imperfeitas, ela acorda na condição de *galpão-decorado-histórico-cenarizado*. Também a arquitetura do passado "tão logo aparece como mercadoria"<sup>341 342</sup>, há de tornar-se mística e assombradora, embora seja verdade que as pedras da Notre-Dame sempre almejavam ter uma existência que estivesse além de sua própria

<sup>338</sup> Esta síntese está bastante clara em Mészáros, embora todos autores marxistas discutidos partam evidentemente deste ponto. MÉSZÁROS, A teoria da alienação em Marx, 1970/2016.

<sup>339</sup> Como já foi discutido, se o ser-social é quem determina o ser, é, pois ele quem lhe dá seus olhos.

<sup>340</sup> SAGRADA, João: 11. 38, s/d/2000.

<sup>341</sup> MARX, O capital: Crítica da economia política, Livro I, 2013, p. 146.

<sup>342</sup> E seja devidamente inserida economicamente, como é o caso da Notre-Dame; embora ainda que por sorte do acaso não esteja, numa rara exceção arqueológica, os olhos capitalistas assim a verão.

materialidade – como já foi sublinhado, o fetichismo não é exclusividade do capitalismo; o fetiche capitalista se sobrepõe a outros fetiches, as imagens se sucedem na manutenção da dominação, “as ideologias mais recentes são apenas reprises das mais antigas”<sup>343</sup>, e por certo poderíamos remontar até às pedras do sepulcro de algum Faraó.

Em sua atual pós-ressurreição, uma nova veste vem se antepor às suas pedras, a camada fina de um caiado suprassensível, como um revestimento invisível, lhe é posto desde sua alma interna até a sua frente. No despertar dentro do mercado de almas, ela se vê mediada, em uma relação sujeito-objeto que a *tem* como um *cenário*. A *cenarizada* Catedral de Notre-Dame substitui a Catedral de Notre-Dame. Diante dela o sujeito-ator precisa atuar, ela lhe é, assim, um *palco*. E, quem sabe, assim como na tez macilenta da Sereia “surgiam cores agradáveis, como quer o amor”<sup>344</sup>, é possível que sua atuação possa vir a descambar em algum sentimento, talvez um prazer tal como poderia relatar Jacobina ao olhar-se no espelho e ver-se fardado. Tanto quanto o fetiche, o santuário para o sacrifício diante do *outro* não é uma invenção recente, mas certamente o palco composto pelo conjunto de sua praça e da frontalidade imponente de sua fachada não poderia prever a peça que nele se desdobra agora, bem diante de seu rosácea.

A relação estética que os sujeitos mantêm com esse tipo de objeto caiado atinge um novo patamar de imagem fetichizada – que se não é inédito, ao menos se torna tão mais constrangedor quanto mais esses sujeitos se supõem esclarecidos. Neste *palco*, o sujeito-ator, posto alerta com a comunicação que de si emana, tem que atuar diante de um *outro* cuja presença se lhe surge reificada nas performáticas relações das redes virtuais. E o *atuar* aqui deve ser entendido como vestir a farda: como um consumo, uma celebração e um sacrifício. É preciso ir a Notre-Dame, com sorte para vê-la, pois talvez não nos seja mais permitido ver sua *matéria*. É preciso ir a Notre-Dame para *tê-la*, é preciso *vesti-la* como uma alma externa. Talvez não haja exagero em retomar a afirmação de Sérgio Ferro, de que “o gosto está morto hoje, não há mais subjetividade solta que o sustente”<sup>345</sup>, quando a verdadeira fruição da Notre-Dame é mediada não apenas pela máquina fotográfica, mas pela *selfie* e pelo compartilhamento instantaneamente nas redes sociais, ou seja, com o sujeito de costas para ela, mas de frente para o *outro* virtualizado e conectado. O salto das relações sociais reificadas para o espaço virtual das redes sociais, dá impulso para o sujeito-ator viver, ou melhor, ter-que existir esteticamente no hieróglifo social. As relações performáticas agora virtualizadas e potencializadas, dão uma literalidade macabra à transformação do sujeito em um

<sup>343</sup> ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006, p. 53.

<sup>344</sup> ALIGHERI, A divina comédia, 1304/2003, p. 222.

<sup>345</sup> FERRO, O Canteiro e o Desenho, 1976/2006.

sujeito-vitrine, e tanto ele quanto o espaço ao seu redor tornam-se paulatinamente um lugar intangível.

Dizem que Lázaro não passava muito bem depois de sua volta dos mortos, e não surpreenderia se as pedras, podendo falar, respondessem a velha questão tal como Dickens:

A mesma velha pergunta:

- Você gostou de ser chamado de volta a vida?

- E a mesma velha resposta:

- Não sei.<sup>346</sup>

\*

Seria possível argumentar que a substituição do pudim-real pela imagem do pudim<sup>347</sup> enganaria apenas aos tolos atualmente; somente eles acreditariam que “Imagem não é nada, sede é tudo”<sup>348</sup>. É imaginável que apenas os tolos acreditariam realmente na incorporação por mimetismo e osmose da felicidade da família estampada no pote de margarina, nos folders publicitários dos empreendimentos imobiliários ou nas fotos ostentadas nas redes sociais. Já os demais, os não-tolos, sabem muito bem da puerilidade delas, e conquanto aceitem e até mesmo desejam tal universo fantasmagórico, teríamos que deslocar o sintoma da ideologia para patologia do cinismo<sup>349</sup>, embora a mesquinhez construída no mercado de almas possa ser entendida como uma forma de ignorância (da alma) – seja como for, tal cinismo, tanto quanto a alegria ou o sofrimento do alferes, está longe de revelar qualquer traço de emancipação daquilo que chamamos de mercado de almas. Apenas um tolo acreditaria que a dessubstancialização da gordura-trans nos levaria de fato a um mundo melhor e mais saudável; embora uma escavação sobre a suspeita disso se tratar de uma farsa talvez revele uma fagulha maior de uma crença esperançosa do que de uma desconfiança, não surpreenderia se por debaixo do ceticismo da boca, antes se encontrasse alguma outra alma externa (uma farda cética) do que uma reflexão das vísceras. Não há, mas ainda que houvesse tal reflexão, pouco mudaria para o mercado (de almas); como estava claramente frisado por Marx em sua descrição do fetiche da mercadoria.

---

<sup>346</sup> DICKENS, Um Conto de Duas Cidades, 1859/2002.

<sup>347</sup> ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006.

<sup>348</sup> Slogan do refrigerante Sprite da década de 1990.

<sup>349</sup> Ou seja, do “não saber e mesmo assim fazer” para o “saber e ainda assim fazer”.

A *cenarização* não é uma farsa e o mercado de almas não se sustenta, em sua regra, sobre mentiras. A *cenarização* não é o lugar de uma ficção; o cenário em que tais sujeitos vivem não é uma falsidade, a despeito de suas falsas texturas e bizarros simulacros, a *cenarização* é uma *realidade histórica*. Não lhe é, pois, adequado o termo “propaganda enganosa”<sup>350</sup>, ainda que a honestidade também não lhe seja obrigatória – como atestam grandes consensos árduos de serem desmistificados, do qual poderia, por exemplo, testemunhar inúmeras críticas feitas ao planejamento urbano. É possível que com relativa tranquilidade ele pudesse abrir mão da mentira amiúde encontrada. A verdadeira proeza do mercado de almas externas não é exatamente a trapaça, por exemplo, com imagens, porventura resistíveis. Sua façanha não está em esconder algo do sujeito por meio de um jogo de aparências mentirosas; argumentamos insistentemente sobre a potente realidade de tais aparências no capítulo dois desta dissertação. A despeito da ignorância e do parco esclarecimento verificável empiricamente, supomos que não é preciso haver uma verdade imprescindível e dolosamente ocultada aos sujeitos. Não é preciso uma fraude para que a farda do alferes imponha sua qualidade metafísica suprassensível como realidade. Ela pode prescindir de quaisquer segredos no desempenho de sua função social e ideológica. Imaginamos que até se passe o contrário o contrário, que a ideia de um revelar algo oculto lhe seja ocasionalmente útil, na medida em que enquanto existir a ideia de um oculto, isso não permite o sujeito se depara com a realidade ausente do fetiche. Se há uma fraude social deflagrada nas almas externas, posto que haja uma divisão injusta da riqueza, esta pertence aos fundamentos desta organização social, e não nasce por geração espontânea na estética do sensível e do suprassensível. Portanto, a astúcia do mercado de almas não está em ludibriar os sujeitos, mas em fazer com que eles, inclusive os não-tolos, ingressem compulsoriamente em uma vida tão real quanto a ostentada pela família de atores estampada na embalagem de margarina (que sem dúvida é uma realidade); o que sustenta o mercado de almas não é uma farsa feita para seus sujeitos, mas a participação compulsória e naturalizada destes sob uma pulsão de vida e de sacrifício para essa farsa: qual, portanto, não é farsa, mas o *cotidiano*.

Talvez a dimensão mais aterrorizadora na realidade dessa aparência não seja a hipótese de se viver uma fantasia, de se habitar o sonho e o espaço do *outro*, mas o eventual lapso de consciência que deve sucumbir diante daquilo que é entendido como as regras e os objetivos do jogo. No entremeio de sua batalha, o velho pescador de Ernest Hemingway revela a importância da filosofia ceder ao

---

<sup>350</sup> Posto ao contrário, o termo “propaganda enganosa” acaba por afirmar a “propaganda verdadeira”, ou seja, da imagem da mercadoria dessubstancializada de mentira: o que é mais mentiroso do que a mentira aventada em muita publicidade.

hábito<sup>351</sup>: “‘Talvez eu não devesse ter escolhido a vida de pescador’, pensou o velho. ‘Mas foi para isso que nasci. Não posso esquecer-me de comer a albacora logo que amanhecer.’”<sup>352</sup>. Deve-se, pois, retornar com segurança dos devaneios ensejados durante a jornada. Se as almas externas escondem alguma coisa, o que resta ocultado não é uma mentira, mas a rasura da verdade. Não surpreenderia se um deparar-se com um ‘não-haver’ mentira no mercado de almas, fosse mais doloroso do que as castrações nele sofridas. Tanto quanto os pecados, com sua culpa e punições, podem ser mais suportáveis do que o não-sentido deixado por sua ausência. No mercado de almas, no retorno resiliente das reflexões do pobre pescador à seu albacora, a tristeza talvez não seria descobrir que somos enganados pelas almas externas, mas que não somos. Pois, pensamos, o apuro para elas seria a descoberta de sua materialidade, que elas não existem além do sentido que lhe são conferidos historicamente, esse retorno materialista poderia lhe ser tanto mais perigoso quanto mais pusesse em evidência a necessidade de uma ação diante dessa história, que poderia ser outra.

Evidentemente que não se trata de confundir essas almas externas, tal como rascunhadas neste trabalho, como necessidade para própria sobrevivência do sujeito, pois em hipótese alguma se pretende relativizar, legitimar ou justificar as almas externas e o fetichismo da mercadoria como necessidade humana. Pelo contrário, isso apenas deflagra as dimensões do obscurantismo no atual esclarecimento<sup>353</sup>, onde a mercadoria devidamente caiada ostenta o gene e potência socialmente estruturante de uma magia primitiva, confundi-se com uma divindade necessária para conferir sentido à realidade e nela se territorializar. Em outras palavras, a talvez necessária simbolização da realidade, para que o real tenha sentido e seja suportável, não deve ser entendida como a necessidade de um mercado de almas; neste, o sentido da realidade, estabelecido pela axiologia de valores inculcada, é atrelado à manutenção de uma existência estética desdobrada e sustentadora de um hieróglifo social, desigual e injusto, originado segundo se sabe, na propriedade privada dos meios de produção. Ainda que não seja imaginável, o mercado de almas poderia não existir – bastando às almas e as aparências perderem essa funcionalidade material e heteronimamente determinada. Ainda que não seja *esteticamente* imaginável, como em “luzes da cidade” de Chaplin, onde filme tem que ser interrompido quando aquela que estivera cega volta a ver e percebe seu benfeitor, o operário.

---

<sup>351</sup> Do contrário encontramos jovem Raskolnikov, pré-crime, redesenhando em seus pensamentos como o mundo deveria ser, perdido em seu pequeno projeto utópico.

<sup>352</sup> HEMINGWAY, O velho e o mar, 1952/2016, p. 54.

<sup>353</sup> ADORNO; HORKHEIMER, Dialética do esclarecimento, 1944/2006.

Dentro dessas margens, é evidente que a arquitetura militante pode operar com toda liberdade e conseguir, vez por outra, sublimar-se. Não negamos que a arquitetura caiada e desmaterializada, ainda que reduzida a pensamento, pode, porventura, sustentar-se enquanto projeto e utopia e esboçar fragmentos de uma validade política. Como também pode, eventualmente, reverter à falta de gravidade das *super-superfícies* e das imagens, pode adensar-se em um corpo arquitetônico e acender uma fagulha nos olhos do sujeito que, como se suspeita, não está morto.

# referências

Ao sistema de citações e referências foi acrescentado o título e a data original das obras seguindo a ordem: “data original/data da referência”. Porém, nem todas as datas originais foram encontradas, estas se apresentam com “s/d”.

ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1944/2006.

ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund. **Funcionalismo hoje**. Tradução: Silke Kapp. 1965/2017. Disponível em < <http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/babel/textos/adorno-funcionalismo.pdf> >. Acesso em 22 jan 2017.

ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund. **Teoria estética**. In: O belo autônomo: Textos clássicos de estética. Organizador Rodrigo Duarte. 3 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

ALIGHERI, Dante. **A divina comédia**. Tradução Fábio M. Alberti. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1304/2003.

ARANTES, Pedro Fiori. **Arquitetura na era digital-financeira: desenho, canteiro e renda da forma**. São Paulo: FAUSP, 2010. Tese (Doutorado em Arquitetura). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo, 2010. Disponível em < [file:///D:/Documents/Downloads/PedroArantes\\_72dpi.pdf](file:///D:/Documents/Downloads/PedroArantes_72dpi.pdf) > Acesso em: 10 jul. 2015.

ARANTES, Pedro Fiori. **Arquitetura Nova**. 3 ed. São Paulo: Editora 34, 2002/2011.

ARANTES, Otília Beatriz Fiori. **O lugar da arquitetura depois dos modernos**. São Paulo: Edusp, 1993/2000.

ARGAN, Giulio Carlo. **Projeto e destino**. Tradução Marcos Bagno. 1 ed. São Paulo: Ática, 1964/2001.

ASSIS, Machado de Assis. **O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana**. In: Obra Completa. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1882/1994. Disponível em: < <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bv000240.pdf> >. Acesso em: 12 ago. 2016.

**A ÚLTIMA GARGALHADA**. Produção de Friedrich Wilhelm Murnau, Alemanha, 1924.

GOGH, Vincent Willem van, **O par de sapatos**, 1885. Disponível em: < <http://stylus-etc.blogspot.com.br/2010/10/filosofia-de-um-par-de-botas.html> >. Acesso em: 05 jul. 2017.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2000/2001.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Tradução Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. 2 ed. Porto Alegre: Zouk, 1979/2015.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Introdução, organização e seleção Sergio Micelli. São Paulo: Perspectiva, s/d/2013.

BRECHT, Bertold. **Aos que vierem depois de nós**. Tradução Manuel Bandeira. Década de 1930/2002. Disponível em: < [http://www.releituras.com/bbrecht\\_aosquevierem.asp](http://www.releituras.com/bbrecht_aosquevierem.asp) >. Acesso em: 04 jul. 2016.

BRECHT, Bertold. **Aos que hesitam**. In: Bertold Brecht Poemas 1913-1956. 5 ed. São Paulo: Editora 34, 1933-1938/2012.

BRECHT, Bertold. **A parada do velho novo**. In: Bertold Brecht Poemas 1913-1956. 5 ed. São Paulo: Editora 34, 1938-1941/2012.

BRECHT, Bertold. In: **Poemas**. Lisboa: Editorial Presença, s/d/1973.

COLQUHOUN, Alan. **Modernidade e tradição clássica: ensaios sobre arquitetura**. Tradução Christiane Brito. São Paulo: Cosac Naify, 1987/2004.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. Tradução Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2009/2016.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Projeto Periferia. 1967/2003. Disponível em: < <http://www.geocities.com/projetoperiferia> >. Acesso em: 2013.

DICKENS, Charles. **Um Conto de Duas Cidades**. Tradução Sandra Luzia Couto. São Paulo: Nova Cultural, 1859/2002.

DOSTOIÉVSKI, Fiódor. **Crime e castigo**. Tradução, prefácio e notas de Paulo Bezerra. 7 ed. São Paulo: Editora 34, 1866/2016.

DOSTOIÉVSKI, Fiódor. **O sonho de um homem ridículo**, In: Duas narrativas fantásticas. Tradução de Vadim Nikitin. 3 ed. Editora 34, 1876/2011.

FERRO, Sérgio. **O Canteiro e o Desenho**. In: Arquitetura e trabalho livre. São Paulo: Cosac Naify, 1976/2006.

FERRO, Sérgio. **Proposta inicial para um debate**: possibilidade de atuação. In: Arquitetura e trabalho livre. São Paulo: Cosac Naify, 1963/2006.

FLAUBERT, Gustave. **Madame Bovary**: costumes de província. Tradução de Mario Laranjeira. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 1856/2001.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização**. Tradução Paulo César de Souza. São Paulo: Penguin Companhia das Letras, 1929/2011.

**GERMINAL**. Produção de Claude Berri e Bodo Scriba. França, 1993.

GOYA, Francisco José de. **Saturno devorando um filho**. 1823. Disponível em: < <http://caffetteria.dellemore.forumcommunity.net/?t=46105036> >. Acesso em: 05 jul. 2017.

GRIS, Charles Edouard Jeanneret. **O modulator**. s/d. Disponível em: < <http://www.sacred-geometry.es/?q=en/content/phi-human-body> >. Acesso em: 07 jul. 2017.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. Tradução Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. 25 ed. São Paulo: Edições Loyola, 1989/2014.

HARVEY, David. **Para entender o capital**, Livro I. Tradução Rubens Enderle. 1 ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2010/2013.

HAUG, Wolfgang Fritz. **Crítica da estética da mercadoria**. Tradução Erlon José paschoal e colaboração Jael Glauce da Fonseca. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1972/1997.

HAUG, Wolfgang Fritz. **Considerações extemporâneas sobre o Manifesto Comunista**. Estudos Avançados, s/d/1998.

HOMERO. **Odisséia**. Tradução Antônio Pinto de Carvalho. São Paulo: Abril S. A. Cultural e Industrial, séc. VIII a.C./1979.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. Tradução Maria Elisa Cevalco. 2 ed. São Paulo: Ática, 1991/2002.

KAFKA, Franz. **O processo**. Tradução Torrieri Guimarães. São Paulo: Martin Claret, 1925/2005.

MARX, Karl. **Dezoito de Brumário de Luiz Bonaparte**. Tradução e notas Nélcio Schneider; prólogo Herbert Marcuse. São Paulo: Boitempo Editorial, 1852/2011.

MARX, Karl; ENGELS, Frederic. **Manifesto do partido comunista**. Tradução Sergio Tellaroli. 1 ed. São Paulo: Penguin Classics/Companhia das Letras, 1872/2012.

MARX, Karl. **O capital**: Crítica da economia política, Livro I. Tradução Rubens Enderle. 1 ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 1867/2013.

MARX, Karl. **Para a crítica da economia política**. Salário, preço e lucro. O rendimento e suas fontes. São Paulo: Abril Cultural, s/d/1982.

MÉSZÁROS, István. **A teoria da alienação em Marx**. Tradução Nélcio Schneider. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 1970/2016.

**MEU TIO**, Produção de Jacques Tati. França, 1958.

MUMFORD, Lewis. **A cidade na história**: suas origens, transformações e perspectivas. Tradução Neil R. da Silva. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1961/1998.

NETTO, José Paulo; BRAZ, Marcelo. **Economia política**: uma introdução crítica. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2006/2012.

**O GAROTO**. Produção de Charlie Chaplin. Estados Unidos: First Nacional, 1921.

**O GRANDE DITADOR**. Produção de Charlie Chaplin. Estados Unidos, 1940.

**OS INVASORES DE CORPOS**. Produção de Philip Kaufman. Estados Unidos, Warner Home Video, 1978.

PALLASMAA, Juhani. **Os olhos da pele**: a arquitetura e os sentidos. Tradução Alexandre Salvaterra. Porto Alegre: Bookman, 2005/2011.

PESSOA, Fernando. **Os deuses vendem quando dão**. In: Mensagem. 1934/2010. Disponível em: <<http://ruadaspretas.blogspot.com.br/2010/09/fernando-pessoa-os-deuses-vendem-quando.html>>. Acesso em: 17 out. 2016.

PESSOA, Fernando. **Tabacaria e outros poemas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1928/1996.

SAGRADA, Bíblia. **Bíblia sagrada**: Nova tradução na linguagem de hoje. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, s/d/2000.

SARTRE, Jean-Paul. **Entre quatro paredes**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1944/2005.

SARTRE, Jean-Paul. **O que é a subjetividade?** Tradução Estela dos Santos Abreu. 1 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1961/2015.

SCHOPENHAUER, Arthur. **Metafísica do Belo**. Tradução Jair Barboza. São Paulo: Editora UNESP, 1820/2003.

STEVENS, Garry. **O círculo privilegiado**: fundamentos sociais da distinção arquitetônica. Tradução Lenise Garcia Corrêa Barbosa. Brasília: UNB, 1998/2003.

TWAIN, Mark. **As aventuras de Tom Sawyer**. Tradução de Alexandre Sanches Camacho; ilustrações de True Williams. São Paulo: Via Leitura, 1884/2016.

VAINER, Carlos B.. **Pátria, empresa e mercadoria**: Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 1999/2013.

VENTURI, Robert. **Aprendendo com Las Vegas**. Tradução Pedro Maia Soares. São Paulo. Cosac Naify, 1972/2003.

VENTURI, Robert. **Complexidade e Contradição em Arquitetura**. Martins Fontes, 1966/1995.

VENTURI, Robert; BROWN, Scott. s/d. Disponível em: < <http://www.nybooks.com/daily/2010/03/24/the-worlds-foremost-female-architect/> >. Acesso em: 06 jul. 2017.

WILDE, Oscar. **O retrato de Dorian Gray**. Tradução e notas de Doris Goettems. São Paulo: Editora Landmark, 1890/2016.

WILSON, Edmund. **Rumo à estação Finlândia**: escritores e autores da história. Tradução Paulo Henrique Britto. São Paulo: Companhia das Letras, 1938/1986.

ZIZEK, Slavoj. **Como ler Lacan**. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges; revisão técnica Marco Antonio Coutinho Jorge. Rio de Janeiro: Zahar, 2006/2010.

ZIZEK, Slavoj. **Problema no Paraíso** do fim da história ao fim do capitalismo. Tradução Carlos Alberto Medeiros. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2014/2015.

ZIZEK, Slavoj. **Menos que nada**: Hegel e a sombra do materialismo dialético. Tradução Rogério Bettoni. São Paulo: Boitempo, 2012/2013.

ZUMTHOR, Peter. **Atmosferas**. Barcelona, Gustavo Gili, 1988-2004/2009.

ZUMTHOR, Peter. **Pensar a arquitetura**. Barcelona, Gustavo Gili, 1998/2009.