

# O mito da perfeição como mediador na dialética entre falha e norma

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO

SUBÁREA: MUSICOLOGIA E ESTÉTICA MUSICAL

*Carlos Eduardo Soares (Caeso)*

*Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - caeso.mus@gmail.com*

**Resumo:** Este ensaio visa abordar a ilusória concepção de perfeição que é implicitamente imposta ao indivíduo social com intuítos doutrinários. A normatividade imposta pelos campos de produção cultural visam a formatação do homem/mulher contemporâneo(a) em um indivíduo médio ideal, com hábitos de consumo similares, expondo a contradição entre o discurso de individualidade e a prática da padronização dos gostos e interesses, que por sua vez cerceia a originalidade, e portanto também a perfeição.

**Palavras-chave:** Falha. Norma. Perfeição. Cultura. Doutrinação.

## **The Myth of Perfection as a Mediator in the Dialectics between Failure and Norm**

**Abstract:** This essay seeks to approach the illusory conception of perfection that is implicitly imposed to the social individual with doctrinaire intentions. The normativity imposed by the fields of cultural production seeks to format the contemporary man/woman in an ideal average individual, with similar consuming habits, exposing the contradiction between the speech about individuality and the practical standardization of tastes, which in turns inhibit originality, and therefore also perfection.

**Keywords:** Failure. Norm. Perfection. Culture. Indoctrination.

## **1. Introdução**

A perfeição sempre foi inspiração, a Musa para os artistas, desejo e meta. Meta esta aspirada porém nunca atingida, utópica, e portanto nunca saciada. Uma busca impossível que fomentou a produção artística por séculos, e ainda o faz. Porque então, ao longo de séculos de busca, esta continua tão difícil de ser definida, precisada? A perfeição, pode-se dizer, é atribuída por outros, segundo gostos e valores, levando-nos a crer talvez que a princípio deveria ser inerente ao indivíduo. No entanto, o que se constata é que são as instâncias de legitimação cultural, a Academia, museus, galerias, o sistema de ensino, quem detém o poder de consagrar ou não, que elegem a partir de um repertório as qualidades a serem seguidas, compartilhadas e almejadas pela coletividade (BORDIEU, 1998). Torna-se então contraditório o discurso culturalmente difundido de individualidade de gosto, de desejo, e assinala a hipótese de que é, na verdade, um ideal socialmente construído. Um mito cuja lembrança de fabricação foi a muito perdida - "O mito é uma palavra despolitizada" (BARTHES apud ORTIZ, 1987: 2).

Parte de minha pesquisa de mestrado acerca da falha como matéria-prima criativa na arte, este ensaio visa repensar, com base em autores diversos, a construção de um conceito

cultural de perfeição que media comparativamente uma atribuição de juízos de valor estéticos entre falha e norma à produção cultural. Expondo as contradições entre discursos e práticas diversas, objetiva-se explicar as relações internas aos *campos de produção erudita* e da *indústria cultural*<sup>1</sup> assim como as relações entre os mesmos, seus funcionamentos quanto à produção, difusão e recepção, seus ciclos internos e externos, de modo a fornecer um panorama da produção cultural e das instâncias que as legitimam, desconstruindo o dogmático ideal estético amplamente e impositivamente difundido.

## **2. Formação, Legitimidade e Gosto.**

Aristóteles fazia a distinção entre o belo o útil, atribuindo ao belo e à arte, assim como à filosofia, a característica de ter seus fins em si mesmos. No entanto, este mundo verdadeiro do bom e do belo, ideal, seria restrito a uma elite, estando a maior parte dos homens escravos às necessidades - seriam, por sua vez, luxos (apud MARCUSE, 1997).

Somente com a moral burguesa essa situação se altera, com o surgimento da tese da universalidade e da validade geral da cultura. Todos os homens devem partilhar dos valores do necessário e do belo, uma vez que são todos compradores e vendedores de mão de obra. Na tese de que "[a] cultura fornece alma à 'civilização'" (MARCUSE, 1997: 95), temos, na verdade, uma estratégia de doutrinação que reduz o homem a suas relações sociais, subordinando-o a esses valores culturais de acordo com interesses dessa burguesia que havia promovido a libertação dos antigos valores, mas percebeu que essa independência, que torna o indivíduo senhor de suas necessidades, possibilitando uma nova felicidade, não lhe convém - "[a] cultura reafirma e oculta as novas condições de vida" (idem: 96). É essa a cultura afirmativa, que aliena o indivíduo na busca de um ideal cultural, de uma vida mais feliz, em um plano estranho à sua realidade cotidiana.

Em sua orientação idealista, a filosofia se tornou progressivamente mais desconfiada em relação à felicidade; e a religião lhe concederia um espaço apenas no além. A beleza ideal constituía a forma em que se poderia expressar o anseio e fruir a felicidade; assim a arte se tornaria um mensageiro que anuncia uma verdade possível (MARCUSE, 1997: 116).

Se tomarmos a afirmação de Nietzsche "Cultura: dominação da arte sobre a vida" (apud MARCUSE, 1997: 116), podemos entender, além da conotação de submissão do indivíduo aos valores da coletividade, também a necessidade existente de se perpetuar o efêmero instante da felicidade, do belo, de modo a tornar tolerável a existência, mesmo que ilusória, num esforço de educar que torne tolerável a contradição entre os valores da alma, do

humanitarismo, e a realidade cotidiana de exploração, humilhação e irracionalidade (idem, 1997: 120). O belo seria a fuga a esse mundo ideal. O campo dos valores da alma, inerentes ao indivíduo, passam a ser seu espaço mais liberto, única propriedade seguramente sua; contudo, não são "a fonte da conquista, mas da renúncia" (idem, 1997: 122).

O sistema de ensino impõe a "semissistematização" e a "semiteorização". Comanda-se a prática a nível inconsciente, através do *habitus* cultivado, e também consciente, através da obediência a modelos explícitos (BORDIEU, 1999: 125). Cabe às instâncias de ensino, assim como a museus e instituições similares, assegurar a conservação e consagração do capital de bens simbólicos, construindo uma legitimidade de sua autoridade cultural, que por sua vez media as relações entre agentes de produção, reprodução e difusão. É através de taxinomias escolares, onde define-se o que é legítimo ou não de ser estudado, e portanto o que entende-se como essencial à alma, que se funda a base de um campo que tende a fechar-se em si mesmo, onde todas as instâncias da cadeia produtiva coexistem nesse chamado campo de produção erudita (BORDIEU, 1998).

Da mesma forma, a crítica às instâncias de consagração cultural, e da concorrência inerente à legitimidade em legitimar, em especial com relação ao *cultural lag*<sup>2</sup>, apenas reforçam a legitimidade das mesmas (ADORNO, 2002). Os bens da formação cultural perdem força por ter seu conteúdo como verdade, abstraindo o fato de que a suposta verdade não é atemporal, mas sim relativa ao contexto histórico-social em que se insere, tal qual o próprio indivíduo. O sistema de ensino impõe o reconhecimento dessa lei cultural e de sua arbitrariedade, através de sanções materiais ou simbólicas, como a ridicularização do que foge à norma. Como afirma Bordieu, "O sentimento de estar excluído da cultura legítima é a expressão mais sutil da dependência e da vassalagem" (1998: 132), defendendo, ainda, que:

[...] uma cultura dominante deve o essencial de suas características e de suas funções sociais de legitimação simbólica da dominação ao fato de que é desconhecida como tal, e por isso reconhecida como legítima (idem: 142).

O proletariado, por sua vez, não dispõe de ferramentas que lhe permitam o acesso a essa cultura, para ele nova, e portanto surgem movimentos de simplificação da produção erudita em adaptações que visam facilitar seu consumo, socializando a semicultura e também a semiformação que esta engendra no indivíduo. Desta forma, tem-se a confortante ilusão de estar tendo uma experiência estética verdadeira que, como coloca Adorno, estabelece a semiformação como o "espírito conquistado pelo caráter de fetiche da mercadoria" (1972-80: 6). A mensagem enrijece-se como signo em uma cultura que converte-se em valor. Só se

entende uma metáfora se esta remeter à memória de metáforas análogas. A ambiguidade poética perde espaço para a redundância inequívoca (ECO, 1993) que remete sempre a um campo de referências comuns de amplo domínio (BORDIEU, 1998). O contexto em que uma mensagem se insere tende sempre a ser o mais generalizado possível em uma cultura média que define-se sempre em comparação à cultura legítima.

É essa a estratégia da semiformação, da semicultura. A indústria cultural, ao contrário do campo de produção erudita, seguindo critérios externos ao campo em si, manipula a opinião pública e define o bom e o ruim, padroniza o indivíduo de modo a padronizar também o consumo, maximizando seu mercado, e portanto seu lucro (ADORNO, 2002). Ao invés de haver valor de troca e valor de uso, o segundo é substituído quase em sua totalidade pelo primeiro, mascarando-o como objeto de prazer (ADORNO, 2002). A indústria cultural reforça seus interesses através de esforços propagandísticos, que criam o desejo e o senso comum, segundo a lógica do positivismo objetivista que o capitalismo passa e a indústria cultural, em especial a publicidade, mecenas desta indústria, reproduz. A lógica da qualidade da produção é substituída pelo status de consumo de um produto amplamente desejado, onde arquétipos evoluem através de sua massificação a estereótipos a partir de um poder cultural situado entre o burocrático e o técnico (ORTIZ, 1998). A exemplo da música e sua relação social, Adorno coloca:

Quanto menos a música é, para eles, uma linguagem *sui generis*, tanto mais ela se institucionaliza como receptáculo. A autonomia da música é substituída por uma simples função sociopsicológica. Em grande parte, a música é, hoje, um cimento social (ADORNO, 1994: 138).

A individualidade inovadora torna-se um atestado de exclusão por não aceitar "as regras do jogo", enquanto a indústria cultural veicula a imagem da pseudo individualização do gosto e da liberdade de escolha. O novo ligado ao esquema antigo apenas reforça a autoridade do velho, como uma promessa não cumprida, uma vez que oferece e nega o objeto de desejo simultaneamente. Os agentes da indústria cultural defendem-se sob o argumento de que estão dando às massas o que elas querem, mas omitem o fato de que essa consciência das massas é facilmente moldável. A produção para as massas é guiada pela lógica de "atender ao desejo", o entretenimento que afasta da realidade sem que para isso seja requerida atenção. Valoriza-se a média: atrofia-se o genial e purifica-se o grosseiro, chegando a um meio termo. É mais interessante à Indústria Cultural produzir para esse público médio do que expor-se a veredictos imprevisíveis de anônimos, uma vez que esta obedece exclusivamente às leis de concorrência e interesses específicos de alguns produtores desse campo.

Em contraposição, o campo de produção erudita, por sua vez, esforça-se em separar o intelectual do vulgo, de modo a legitimar um mercado e afirmar a autonomia do criador e também do suposto receptor ideal. Um campo autônomo, que produz suas próprias normas e critérios de avaliação, tendo em seus pares clientes e concorrentes. Essa autonomia pode ser medida pelo poder de atribuir tais definições minimizando ao máximo as influências externas, onde "a intervenção do público chega a ameaçar a pretensão do campo ao monopólio da consagração cultural" (BORDIEU, 1998: 107).

A hierarquia cultural se estabelece, por sua vez, entre os dois sistemas. As obras que pertencem à esfera legítima requerem disposição devota, cerimonial e ritualizada. Já às obras de arte média em vias de consagração, somente alguns assumem tal postura, uma vez que tal arte não é proposta nem legitimada pelo ensino e também porque não constitui o objeto de sanções materiais e simbólicas (BORDIEU, 1998: 148). O indivíduo semiformado culturalmente tende sempre a colocar-se no mesmo grupo daqueles no poder, de modo a legitimar sua escolha e seu gosto, e condenar os que de si divergem (ADORNO, 2002: 10).

[...] estratégias inconscientes ou semiconscientes em meio a um jogo cujo alvo é a conquista da legitimidade cultural, ou melhor, do monopólio da produção, da reprodução e da manipulação legítimas dos bens simbólicos e do poder correlato de violência simbólica legítima [...] Não há tomada de posição cultural que não seja passível de uma dupla leitura na medida em que se encontra situada ao mesmo tempo no campo propriamente cultural e em um campo que se pode designar 'político' (BORDIEU, 1998: 169).

### **3. Conclusão**

O mito da perfeição surge como uma estratégia de doutrinação e domesticação das massas, estabelecendo gostos e desejos a serem seguidos. A perfeição é, então, esse padrão criado como arquétipo a ser seguido e que, pela massificação, como já dito, torna-se estereótipo. O indivíduo adapta-se a ele como pode e esconde, aos olhos da sociedade, aquilo em sua vida que não se adequa a essas diretrizes, aceitando e legitimando dessa forma tais leis, uma vez que essa realidade se aplica a todos. Somos todos 3 em 1: a persona da vida pública, a da vida privada e ainda aquela que confinamos internamente a nós mesmos, reprimida diante da inadequação aos modelos socialmente aceitos. Como o American Dream, amplamente difundido na década de 50 pelos Estados Unidos, estabelece os padrões a serem almejados por todos, e rechaça aqueles que dele destoam.

Sim, modelos, no plural, pois a perfeição almejada não é um conjunto de parâmetros hermeticamente definidos, e é exatamente por isso que é aceita amplamente. Passa-se por natural, tolerante e inclusiva - por vezes até subjetiva em alguns aspectos, mas

ainda assim impositiva. A perfeição - e portanto gosto, desejo, valores - é discutida, defendida, difundida e imposta. É, portanto, de natureza coletiva, socialmente construída e amplamente compartilhada. Construída segundo os conceitos de seu tempo, que por sua vez são fruto da legitimidade defendida pelas instâncias de consagração cultural, do campo de produção erudita e das academias, do ensino tradicional, mas também do campo de produção de massa, da indústria cultural, do mercado e da publicidade. Estabelece dessa forma os parâmetros que distinguem o belo, o autêntico, o perfeito, e com isso o status a ele atribuídos. Status e qualidades estes sempre atribuídos após a consolidação de uma tendência artística, uma vez que parâmetros para uma análise crítica só podem existir se houver um repertório a ser analisado e comparado.

Só pode existir o bom se houver o ruim, assim como só pode existir o certo se houver o errado - é nessa dicotomia que constrói-se a dialética da cultura afirmativa. Dessa forma, a originalidade torna-se referência, e portanto perfeição, uma vez consagrada. Não faz sentido portanto tratar de certo ou errado, falha e norma, dentro do campo da indústria cultural, pois estes podem ser reduzidos a sucesso ou fracasso comercial. Indo mais a fundo nesse caso, podemos ainda dizer que os padrões seguidos nesse campo, a produção de massa, são aqueles legitimados pelo campo de produção erudita que são apropriados, com o devido cultural lag, e adaptados segundo os padrões de sucesso já experimentados e confirmados como standards, protegidos pela imunidade da grandeza que os torna à prova de erro, e ostenta o glamour do amplamente conhecido e aceito (ADORNO, 1994: 122).

A contradição habita exatamente no fato de que enquanto convém difundir a ilusão do livre arbítrio na vida em sociedade, da individualidade, dos gostos e desejos de cada um, temos conceitos muito específicos de falha e norma amplamente compartilhados. Falha e norma que por sua vez são conceitos atribuídos mediante comparação a esses arquétipos perfeitos que nos são pré-definidos segundo contextos histórico-sociais, relativos a espaço e tempo determinados, que são constantemente suprimidos. O processo de globalização, onde o imperialismo cultural se mostra extremamente presente, acelera e massifica essa realidade. A mídia e a reprodutibilidade técnica, e também sua dinâmica e volatilidade, destacam a obra de arte de seu contexto e consagram sua adaptação corrompida com o intuito de massificá-la. As instâncias de consagração cultural, por sua vez, em seu atraso em reconhecer as práticas contemporâneas a si mesmas, em sua incapacidade de manterem-se atualizadas, acabam por continuar impondo uma prática legitimada fora de contexto, resultando numa “esquizofrenia” que condena a prática de seu próprio tempo e se esforça por formatar a originalidade, e dessa forma cerceá-la. A tendência de um campo fechado em si mesmo é a de estagnar, uma vez

que um sistema que não sofre influência externa tende a chegar em um equilíbrio - e portanto a perda da originalidade. A criação, a originalidade, não pode ser falha. A falha nunca é criativa, pois deixa então de ser falha. A falha criativa é repetição, é Kitsch, é falha dentro de padrões pré-estabelecidos, mas não criação. A criação autêntica nunca é falha, pois ela é original, e, portanto, cria os padrões a serem seguidos. A falha é sempre imperfeita, e portanto autêntica, e portanto perfeita, logo, não mais falha.

### Referências:

- ADORNO, Theodor - O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição. Trad. Luiz João Baraúna. In: *Os Pensadores - Adorno*. Consultoria de Paulo Eduardo Arantes. São Paulo: Nova Cultura, 1996. p. 65-108.
- ADORNO, Theodor. O iluminismo como mistificação das massas. Trad. Juba Elizabeth Levy. In: ALMEIDA, Jorge M. B de (Org.). *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 5-44.
- ADORNO, Theodor. *Teoria da Semicultura*. Trad. Newton Ramos-de-Oliveira, Bruno Pucci e Cláudia B. M. de Abreu. Revista Educação e Sociedade, n 56, ano XVII, dezembro, p. 388-411, 1996. Disponível em: <<http://adorno.planetaclix.pt/tadorno.htm>>. Acesso em 03 abr. 2016.
- ADORNO, Theodor; SIMPSON, George. Sobre Música Popular. Trad. Flávio Kothe. (1941). In: COHN, Gabriel (Org.). *Theodor W. Adorno - Sociologia*. São Paulo: Ática, 1994. p. 115-146.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica: Primeira versão. Trad. Sergio Paulo Rouanet. In: *Magia e Técnica, Arte e Política: Histórias sobre literatura e história da cultura*. 3ª Ed. São Paulo: Brasiliense. p. 165-196
- BORDIEU, Pierre. O Mercado de Bens Simbólicos. Trad. Sergio Miceli. In: MICELI, Sergio (Org.). *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1998. p. 99-178
- ECO, Umberto. A estrutura do mau gosto. In: *Apocalípticos e Integrados*. Trad. Pérola de Carvalho. 5ª Ed. São Paulo: Perspectiva, 1993. p. 69-128.
- MARCUSE, Herbert. Sobre o Caráter Afirmativo da Cultura. Trad. Wolfgang Leo Maar. In: *Cultura e Sociedade Vol. I*. São Paulo: Paz e Terra, 1997. p. 89-136.
- MORIN, Edgar - *Cultura de Massas no Século XX. O Espírito do Tempo - I. Neurose*. Trad. Maura Ribeiro Sardinha. 9ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. p. 13-52.
- ORTIZ, Renato - O popular e o nacional. In: *A Moderna Tradição Brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural*. Disponível em <<https://textosdaeco.wordpress.com/2014/05/03/o-popular-e-o-nacional/>>. Acesso em 3 nov. 2015.

---

<sup>1</sup> *Champ de production restreinte e Champ de grande production*, respectivamente, no original BORDIEU, Pierre. Le Marché des biens symboliques. In: *L'Année Sociologique* 22, 1971. p. 49-126. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/61261815/bourdieu-le-marche-des-biens-symboliques>>. Acesso em 3 abr. 2016.

<sup>2</sup> Expressão utilizada por Adorno (1996) para tratar do atraso das superestruturas em reconhecer e assimilar as práticas artísticas contemporâneas e em manter-se atualizada.