

A "ROUPA NOVA" DO FENÔMENO RELIGIOSO

THE "NEW CLOTHES" OF THE RELIGIOUS PHENOMENON

Joel Cezar Bonin¹

Joel Haroldo Baade²

Resumo

Este artigo é uma análise sobre o papel contemporâneo do fenômeno religioso visto sob outro enfoque, a saber, a relação sacralizada entre os objetos e os seres humanos, segundo Theodor Adorno. O ser humano precisa ver-se em algo que o transcenda. No cinema, por exemplo, o personagem que assume o papel de mocinho, que "salva a humanidade" e que assume uma função redentora pulula a cabeça de homens e mulheres em nossa contemporaneidade. A adoração, o seguimento caolho, o fetiche são os novos sagrados. Sendo assim, não há uma diferença entre os tempos antigos e os modernos no que se refere à vida sagrada ou religiosa, o que há é a uma nova manifestação das sacralidades.

Palavras-chave: Fenômeno religioso. Fetichismo. Theodor Adorno.

Abstract

This article presents an analysis of the contemporary role of the religious phenomenon seen from another emphasis, that is, the sacralized relation between objects and human beings, according to Theodor Adorno. The human being needs to see him/herself in something which transcends him/herself. For instance, in the movies, the character who has the role of the good guy, who "saves humanity" and takes on the redeemer's role abounds in the heads of men and women in our contemporaneity. Adoration, the oneeyed following, the fetish are the new sacreds. Thus, there is no difference between the ancient and modern times with regard to sacred or religious life; what there is, is a new manifestation of the sacralities.

Keywords: Religious Phenomenon. Fetishism. Theodor Adorno.

¹ Mestre em Filosofia. Professor e Pesquisador na Universidade Alto Vale do Rio do Peixe – UNIARP, Caçador, SC. Email: joelbonin@yahoo.com.br.

² Doutor em Teologia. Professor e Pesquisador na Universidade Alto Vale do Rio do Peixe – UNIARP, Caçador, SC. Email: baadejoel@gmail.com.

Considerações Iniciais

Atualmente vivemos em um mundo que, paulatinamente, vem tomando distância da religião ou das instituições religiosas propriamente ditas. Há um crescente desinteresse pela “ida aos cultos ou celebrações religiosas”. A motivação ou desmotivação das pessoas, por assim dizer, pode ser justificada por inúmeros fatores, que vão desde a contradição entre “falar e fazer” até as desculpas de que há algo mais importante a se fazer. Contudo, vê-se cada vez mais um deslocamento do interesse metafísico pelo interesse físico, mas que não implica necessariamente em um desvirtuamento de um aspecto religioso.

Ao fazer tal assertiva, parece que há um novo foco no interesse das pessoas pelo mundo religioso. O fetiche, o desejo e a busca por algo que transcenda o habitual, o corriqueiro, continua despertando profunda paixão nas pessoas. A busca por algo que preencha o vazio existencial é uma grande incógnita na vida da maioria dos seres humanos. Pesquisar o porquê disso é algo que fascina, pois quando afirma-se que há um deslocamento de interesse, se quer dizer que o universo propriamente institucional da religião perdeu o seu poder de persuasão, pois verifica-se que, quanto mais as pessoas buscam uma resposta transcendental, mais elas se afastam de respostas pautadas em questões morais universais. Todas elas creem que se deve seguir certos padrões de comportamento, mas isso não quer dizer que elas querem pagar dízimos ou fazer “doações de caridade”.

Ao contrário, vê-se que a busca por algo que preencha esse possível vazio existencial não deve encontrar alento em uma igreja ou clube religioso. Essa resposta não se enreda em uma perspectiva depois da morte, em uma “além-vida”; deve, ao contrário, ser encontrada no aqui e agora, em uma resposta imediata, palpável e concreta e não supranatural. A mitologia, paradoxalmente, ainda desperta em muitos um enorme deslumbramento, mas ela precisa ser apresentada como concreta.

Sendo assim, este artigo é uma análise sobre o papel contemporâneo do fenômeno religioso visto sob outro enfoque, a saber, a relação sacralizada entre os objetos e os seres humanos, segundo Theodor Adorno, que ofereceu importante contribuição a esse respeito em suas investigações.

Mitologia, transcendência e fetichismo da mercadoria

A mitologia ainda extasia as pessoas, mas elas seguem algo que elas podem imaginar “concretamente”. Ver o Homem-Aranha, o Batman, Neo (da trilogia Matrix) e outros super-heróis, parece ser a concretização de um mito que sempre renasce no imaginário humano: o salvador. O salvador messiânico que acidentalmente (Homem-Aranha) assume um papel salvífico ou que, sendo escolhido, assume tal papel (Neo).

Ler textos sagrados ou estudar a filosofia grega antiga parece ser algo obsoleto na atualidade, mas isso não significa dizer que ela não é apresentada de um outro modo. Sócrates, entre os gregos, foi visto como um homem que foi capaz de dizer não a sua própria vida afim de não negar o seu maior objetivo: ser um difusor do pensamento, do filosofar.

Sendo assim, crê-se que quando Sócrates se põe diante do desafio de morrer por uma causa maior que ele próprio, ele está assumindo um fenômeno que se pode denominar como transcendental. A ideia de transcender aqui não vislumbra um ideário meramente metafísico, mas sim, um critério filosófico-empírico aceitável, a saber, o de ir “além de si mesmo”, o de extrapolar as barreiras do possível.

Nesses termos, considera-se que o exercício de ir além da sua própria realidade, “olhando mais profundamente o seu entorno” é uma prática não muito elaborada ou desenvolvida pelas pessoas de um modo geral. Contudo, dito de outro modo, e em uma análise rápida, verifica-se que as possibilidades de transcendência num plano mais superficial é algo muito propalado nas ações humanas. Alguns exemplos que se pode citar aqui: a paixão desvairada por um time de futebol, a idolatria por um ator de cinema, o fetichismo das mercadorias, o endeusamento de um carro, a veneração por um símbolo e assim por diante.

Quando se cita tais exemplos, tem-se ciência de que, involuntária e inconscientemente, as pessoas praticam tais atos, entretanto, o que chama a atenção é a total imperceptibilidade desses atos, pois tem-se clareza que o abandono do metafísico não implica em um abandono do sagrado, ou seja, na medida em que as pessoas querem manter distância de qualquer contato com o mundo religioso, elas continuam cultuando ou, até mesmo, sacralizando pessoas ou objetos. A principal diferença em nesse modo de pensar é a

de que os indivíduos precisam sensibilizar³ essa aproximação com o transcendente. Elas necessitam de um contato, ao menos, visual e auditivo com esses seres sagrados.

Vive-se hoje em uma época que comercializou e industrializou esse acesso ao sagrado. É preciso adquirir algo que remeta o sujeito o tempo todo à reflexão, à lembrança e à celebração desses ídolos sacros. Theodor Adorno, filósofo alemão, representante da Escola de Frankfurt, é um dos grandes críticos desse fetichismo das mercadorias. Dentre os vários textos que ele escreveu, duas obras corroboram para a nossa assertiva: “A Dialética do Esclarecimento”⁴, escrita juntamente com o filósofo alemão Max Horkheimer; e o texto “Indústria Cultural e Sociedade”⁵, compilado aqui no Brasil por Jorge Mattos Brito de Almeida.

Dito isso, é pertinente abordar a temática do universo religioso por um outro ângulo, a saber, o de refletir sobre uma nova guinada da noção religiosa na vivência humana, pois nos dias atuais muito se debate acerca da finalidade ou importância da vida religiosa ou ainda sobre o sentido de se buscar uma experiência mística religiosa que transcenda o meramente humano. Contudo, o tema aqui abordado tem como finalidade compreender o papel e a importância da migração da vida religiosa transcendental para uma vida religiosa empírica, baseada na interpretação de que as pessoas buscam venerar ou idolatrar entes empíricos, tais como personagens de cinema ou pessoas de grande notoriedade mundial (celebridades). Ao se discorrer sobre esse assunto, a importância do tema recai sobre a valorização invertida da religiosidade, não mais manifestada em uma crença metafísica, mas em uma perspectiva histórica nova, que ressalta o valor do tangível, do experienciável e do concreto. Além disso, por outro lado, a “curtição” do tempo livre ou o aproveitamento do final de semana é carregado para uma ação que antes era destinada exclusivamente ao “momento santo e sagrado”, mas que agora paradoxalmente volta-se para a cultuação de uma nova religiosidade, seja o time de futebol, o personagem em quadrinhos ou a série de TV. O debate sobre a “roupa nova” do fenômeno religioso é a temática que aqui se quer discutir.

³ O verbo sensibilizar aqui se refere ao despertar dos 5 sentidos.

⁴ HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

⁵ ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

Tempo Livre, Ócio e Culto

Em “Indústria Cultural e Sociedade”, há um capítulo dedicado ao tema do “Tempo Livre”, no qual questiona-se a ideia de que as pessoas no seu tempo “ocioso” não realizam efetivamente o que elas gostariam de fazer, mas ao invés, são impelidas a fazer coisas das quais talvez não gostariam de realizar. Se outrora os seres humanos eram impingidos a frequentarem os espaços religiosos propriamente ditos, eles são incitados a frequentar centros de entretenimento que simulam espaços de convivência coletiva, tais como os “shoppings” e cinemas:

O tempo livre é acorrentado ao seu oposto. Esta oposição, a relação em que ela se apresenta, imprime-lhe traços essenciais. Além do mais, muito mais fundamentalmente, o tempo livre dependerá da situação geral da sociedade. Mas esta, agora como antes, mantém as pessoas sob um fascínio. Nem em seu trabalho, nem em sua consciência dispõem de si mesmas com real liberdade.⁶

O texto de Adorno confirma a ideia já apresentada, a saber, a de que as pessoas não são tão livres quanto imaginam, quando se “desvencilham” das correntes do mundo religioso institucional. A vida do trabalhador, por exemplo, que outrora, era marcada pelo trabalho semanal e a religiosidade no sábado ou domingo, agora é determinada pelo final de semana orientado para as compras ou para o cinema. A mudança de lugar não resulta em uma mudança de atitude ou uma alteração no modo de ver o mundo e as coisas. O foco da sacralização de algo continua sendo o mesmo.

Não há, como afirma Adorno, uma real liberdade, pois não há uma mudança de entendimento do que seja realmente fundamental na vida das pessoas. Outrossim, elas ainda estão à procura de um preenchimento diante do niilismo que a vida proporciona.

O tempo livre é algo tão estranho quanto a própria ideia de liberdade. Vive-se sob um regime de controle do tempo: ir contra o tempo, não matar tempo, aproveitar o tempo são máximas sempre repetidas no dia-a-dia. O tempo livre se tornou negócio, como afirma Adorno:

A própria ironia da expressão *negócios do tempo livre* [*Freizeitgeschäft*] está tão profundamente esquecida quanto se leva a sério o “show business”. É bem conhecido, e nem por isso menos verdadeiro, que os fenômenos específicos do tempo livre como o turismo e o “camping” são acionados e organizados em função do lucro. Simultaneamente, a distinção entre trabalho e tempo livre foi incutida

⁶ ADORNO, 2002, p. 112.

como norma à consciência e inconsciência das pessoas. Como, segundo a moral do trabalho vigente, o tempo em que se está livre do trabalho tem por função restaurar a força do trabalho [...].⁷

A dimensão que se quer evidenciar aqui é a de que não se pode esquecer que o abandono do aspecto religioso se confunde com a disciplinarização do corpo humano para uma vida de trabalho. Os dias inúteis são fundamentais para os dias úteis. A inutilidade do tempo livre só tem um telos: os dias de trabalho. Essa educação corporal sacraliza o corpo para a atividade laboral, porém, não se pode ser ingênuo de pensar que a burguesia paga o descanso semanal remunerado por mero diletantismo moral. É necessário compreender que a vida deve assumir um único ritmo: o ritmo do trabalho.

Contudo, esse trabalho não tem mais um aspecto divino, ou seja, o trabalho não tem mais a função de tornar o ser humano “semelhante a Deus”, mas de usurpá-lo, expropriá-lo e escravizá-lo. A desculpa do final de semana é o “calcanhar de Aquiles” do sistema capitalista, pois ao mesmo tempo em que a produtividade acontece intensamente de segunda a sexta-feira, a pausa do final de semana precisa ser preenchida com atividades que “descansem e relaxem” o indivíduo.

Nesse caso, volta-se ao ponto inicial do texto, pois é fundamental que as pessoas desenvolvam atividades que, ao dessacralizarem o trabalho, reinventem o sagrado sob uma “roupa nova”, isto é, uma configuração formatada para que o ser humano se encontre, se preencha e se conforme com o seu “ser-no-mundo”, como diria Heidegger.

Aliás, o ser humano precisa ver-se em algo que o transcenda. O personagem que assume o papel de mocinho, que “salva a humanidade” e que assume uma função redentora pulula a cabeça de homens e mulheres na contemporaneidade. A adoração, o seguimento caolho, o fetiche são os novos sagrados. O que se quer dizer é que não há mudança ou diferença entre os tempos antigos e os modernos quando no que se refere à vida sagrada ou religiosa, o que há, de fato, é a uma nova manifestação dessas sacralidades.

A priori, tem-se a ideia de que esse desejo de transcendência baseado em super-heróis (ou heróis de carne e osso, como os jogadores de futebol, por exemplo) é algo infante-juvenil, é algo para mancebos. Contudo, pesquisas e reportagens mostram que isso é um equívoco:

⁷ ADORNO, 2002, p. 116, grifos no original.

Aos 61 anos de idade, Luzia Pigo ainda se diverte com as boas histórias contadas por Maurício de Sousa nas pequenas páginas dos gibis da “Turma da Mônica”. Todas as noites, a dona de casa santa-cruzensense mergulha no mundo da fantasia e lê ao menos uma revistinha antes de pegar no sono. Assim como Luzia, outros milhares de brasileiros ainda mantêm o hábito de ler as velhas tirinhas. Devido à popularização dos contos, a Associação de Cartunistas de São Paulo instituiu 30 de janeiro como Dia Nacional das Histórias em Quadrinhos (HQ), data em que se publicou pela primeira vez uma HQ brasileira. [...] ⁸

A ideia de fantasiar ou de esquecer o mundo como ele realmente é, parece ser algo muito forte no imaginário das pessoas, o que as leva a ler, assistir ou adquirir produtos que tenham algum caráter mitológico. Essa busca pelo fascínio e pelo imaginário humano é a antítese mais direta de um grande monstro: o tédio. Viver uma vida enfadonha, fastidiosa ou tediosa é algo que assusta qualquer um. Viver sob a égide da novidade, do sensacional e do extraordinário parece ser algo que desperta em todos profundo prazer. Contudo, como afirma Adorno, quase sempre esse extraordinário “não consegue escapar do sempre-igual”⁹. Sobre o tédio, Adorno cita Schopenhauer: “de acordo com o seu pessimismo [...], ele ensinava que, ou as pessoas sofrem pelo apetite insatisfeito de sua cega vontade, ou se entediam tão pronto aquele esteja satisfeito”¹⁰.

Nesse sentido, Adorno escreve em “Dialética do Esclarecimento” uma ideia que parece salutar reproduzir aqui, pois está de acordo com este modo de pensar, denunciando a falsa noção de que tempo livre e liberdade são coisas que se harmonizam:

Na opinião dos sociólogos, a perda do apoio que a religião objetiva fornecia, a dissolução dos últimos resíduos pré-capitalistas, a diferenciação técnica e social e a extrema especialização levaram a um caos cultural. Ora, essa opinião encontra a cada dia um novo desmentido. [...] Os projetos de urbanização que, em pequenos apartamentos higiênicos, destinam-se a perpetuar o indivíduo como se ele fosse independente, submetem-no ainda mais profundamente a seu adversário, o poder absoluto do capital. Do mesmo modo que os moradores são enviados para os centros, como produtores e consumidores, em busca de trabalho e diversão, assim também as células habitacionais cristalizam-se em complexos densos e bem organizados. A unidade evidente do macrocosmo e do microcosmo demonstra para os homens o modelo de sua cultura: a falsa identidade do universal e do particular. [Assim sendo,] o cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles [os empresários] a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de

⁸ Histórias em quadrinhos fascinam jovens e adultos. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/debate/1608/cidade/cidade06.htm>>. Acesso em: 25 jul. 2014.

⁹ ADORNO, 2002, p. 118.

¹⁰ Apud ADORNO, 2002, p. 119.

seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade real dos seus produtos.¹¹

E como afirma Robinson dos Santos, em seu artigo “Indústria Cultural: astúcia e triunfo”, “a sensação frustrante do vazio é a única verdade e, só ela, indicia e abre caminho para desfazer a crença na mentira de que se é livre e feliz”¹². Aliás, Santos faz uma interessante comparação entre religião e futebol nesse mesmo artigo, abordando a equiparação de ambos:

Seria literalmente “chover no molhado” afirmar, pura e simplesmente, que o futebol é o substituto atual quase perfeito da religião e que, com isso, é o novo “ópio do povo”. De fato, ambos são mesmo muito parecidos e não fica difícil estabelecer uma comparação entre os dois. A legião de fiéis, o ritual formalmente hierarquizado, a presença de elementos metafísicos como a crença em forças do além que podem ser invocadas em benefício de quem participa, a expulsão de demônios, os gritos em forma de prece ou as preces expressas através de gritos se consomem no êxtase e na purificação da alma ao se constatar que o contato com o além é real, que o mesmo intervém e opera de forma eficaz em nossa realidade. Quem se nega a participar do ritual é visto com olhar suspeito ou, até mesmo, censurado. Um esquema pré-fabricado serve para classificar as pessoas. Os fiéis se perguntam como é possível que alguém não queira participar ou que, simplesmente, não consiga gostar de algo tão apreciado por milhões e milhões de pessoas. O próprio dogmatismo, fundamento da crença, não raro, incita ao combate contra os outros credos, isto é, leva ao fanatismo e à violência. Enfim, sem que fosse necessária uma lista muito grande de semelhanças e exemplos o quadro já estaria analisado.¹³

Nessa mesma linha de raciocínio, é essencial compreender a noção defendida por Adorno e Horkheimer de que a comparação entre religião/futebol e espetáculo é bem afinada, mas que mesmo assim é fundamental o raciocínio de que a jura de satisfação não rompe os limites do almejavél.

A indústria cultural não cessa de lograr seus consumidores quanto àquilo que está continuamente a lhes prometer. A promissória sobre o prazer, emitida pelo enredo e pela encenação é prorrogada indefinidamente: maldosamente, a promessa a que afinal se reduz o espetáculo significa que jamais chegaremos à coisa mesma, que o convidado deve se contentar com a leitura do cardápio.¹⁴

¹¹ ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 113-114.

¹² SANTOS, Robinson dos. Indústria Cultural: astúcia e triunfo. *Revista Espaço acadêmico*, Maringá, n. 63, p. 1, ago. 2006. p. 1.

¹³ SANTOS, 2006.

¹⁴ ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 130-131.

Promessas e Dicotomia

A promessa nunca cumprida ou ápice desejado, mas que nunca será alcançado, é algo recorrente no mundo consumista. Contudo, esse afã não é esquecido, não é substituído por outros critérios. A necessidade da obtenção de uma novidade constantemente contrasta com a ausência de sua execução. Almejar, desejar, aspirar são anseios legitimamente humanos, entretanto, o telos desses anseios é muito quimérico. Contudo, não se vê as consequências dessas práticas no nosso cotidiano. A ideia de ler o cardápio e se alegrar com essa leitura é algo sumariamente negativo, pois há um adestramento de compreensão do mundo com base em uma satisfação imediata que denota uma possível obsolescência/substituição de nossos desejos. O que se pode almejar? O que se pode? Só aquilo que é possível compreender a partir do momento presente. “O futuro não é mais como era antigamente”. Essa metáfora denota a incapacidade de vislumbrar o que virá amanhã e da anulação do senso crítico diante do mundo, pois tal constatação é consequência da cegueira diante do futuro e a lei do eterno retorno parece ser um corolário dessa afirmativa.

A ideia de futuro, de um ponto de vista real, é um termo muito indefinido conceitualmente, pois é sempre complexa a “previsão” sobre o que acontecerá amanhã. Por isso mesmo, tornou-se muito comum a ideia de que as atividades que desenvolvidas como trabalhadores, professores ou intelectuais são tão repetitivas que sempre serão realizadas do mesmo modo e seguindo o mesmo método. Agir fora dos padrões é algo que não pode ser considerado como normal ou como aceitável. A ideia de ser um outsider não combina com a marcha do progresso do trabalho ou até mesmo do entretenimento. Deve-se desejar sempre as mesmas mixarias ou as mesmas bagatelas que o mundo do consumo oferta. Nesse caso, os princípios de bom e mau são fundamentais na hermenêutica dos vários mitos que as pessoas seguem atualmente.

Nesse caso, é salutar lembrar que os mitos são essenciais para qualquer povo ou civilização, entretanto, é comum o esquecimento de que não passam de mitos. Há sentido ou lógica no seguimento de determinados mitos na vida humana? É evidente que sim, mas quando eles começam a ruir, isso também significa que certos paradigmas exegéticos devem ser alterados. A crença aristotélica de que o homem é um ser dotado de razão talvez seja o maior de todos os mitos. Sabe-se que a emoção e o sentimento possuem uma disposição de

destrutividade muito grande, pois mesmo na medida em que se crê na razão, comete-se muitos erros com base na emoção. Essa constante dualidade, por vezes, é olvidada. Basta ver as manchetes de jornal que estampam crimes violentos e atrocidades todos os dias.

Nesse sentido, se faz assaz necessário citar um filme da indústria hollywoodiana que retrata muito bem a contradição entre a razão “controladora” e a emoção “destrutiva”: *Wachtmen*. Esse filme revela com grande perfeição a noção de que o “super-herói” pode ser concomitantemente bom e mau, mocinho e vilão. Essa contradição inerente e presente em todos os seres humanos, muitas vezes, é esquecida, pois acostumou-se a ver o mundo de modo maniqueísta. Analisar esse paradoxo entre bondade e maldade parece, num primeiro momento, algo muito fácil, mas em uma análise mais enfática, torna-se indiscutível a ideia mitológica adjacente ao tema. Ao mesmo tempo, a história em quadrinhos que envolve a trama do filme é bem interessante, pois visa demonstrar dentro do contexto hodierno o caráter utilitário-pragmatista que envolve o capitalismo. Uma das frases que impressionam, corresponde ao critério do consequencialismo (de que vale mais a consequência da ação do que a ação em si mesma): “varrer do mapa a cidade de Nova York é um pequeno prejuízo se levarmos em conta a salvação de todo o restante da humanidade”. Além disso, a pergunta “Quem vigia os vigias?”, presente no filme e nas histórias em quadrinhos, é essencial na compreensão da análise crítica da realidade pseudo-metafísica.

Nessa ausência de valores ou de orientações claras sobre as quais se deve seguir, verifica-se que, seja na vida real ou ficcional, a mitologia permeia a vida das pessoas. Quando afirma-se que “Deus é Brasileiro” ou que o “Brasil é o país do futuro”, nota-se que há uma grande dicotomia entre o mito e a realidade, mas também não percebe-se que o mito pode ser uma chave de leitura, um *keyword* da realidade. Se há uma convivência com esse modo de interpretação da realidade, há também uma inserção em um universo de verdades que se configuram como reais, concretas e não-metafísicas.

Um bom exemplo dessa ideia, que já fora apresentada anteriormente, é a da análise acerca do gerenciamento do tempo livre, pois faz-se necessário uma verificação fundamental do modo de aproveitamento do tempo livre nos finais de semana. Sobre isso, escreve Adorno:

Sob as condições vigentes, seria inoportuno e insensato esperar ou exigir das pessoas que realizem algo produtivo em seu tempo livre, uma vez que se destruiu

nelas justamente a produtividade, a capacidade criativa. Aquilo que produzem no tempo livre, na melhor das hipóteses, nem é muito melhor que o ominoso hobby.¹⁵

Essa ausência de sentido, essa carcomida vontade de preenchimento do fim de semana, esse desejo de algo mais que pode ser vulgarmente denominado como hobby ou como atividade de relaxamento não passa de uma operação de reprodutividade da vida do trabalho que se expande também para o fim de semana.

Herbert Viana, compositor e vocalista da banda nacional “Os Paralamas do Sucesso”, assim afirma em uma de suas músicas mais contundentes:

Da cama pro banho, do banho pra sala
 O sono persiste, o sol não tarda
 A vida insiste em servir um velho ritual
 Que sempre serve a tantos outros
 O mesmo pão comido aos poucos
 Se senta e abre o jornal
 Tudo parece normal
 Um dia a menos, um crime a mais
 No fundo, no fundo, no fundo tanto faz
 Já é hora de vestir o velho paletó surrado
 E caminhar sobre o caminho pisado
 Que o conduz rumo à batalha que inicia cada dia
 Conseguir um lugar pra sentar e sonhar no lotação
 E é tudo igual, igual, igual, igual...
 No fim dos dias úteis há dias inúteis
 Que não bastam pra lembrar ou pra esquecer de quem se é
 O ar pesado nesse bairro pesado em plena barra pesada
 A mão pesada vem oferecer
 E conta os trocados contando vantagem
 E toma uma bola, começa a viagem
 E enquanto não chegar a velha hora
 Que inicia cada dia
 Em várias partes da cidade, por lazer ou rebeldia
 A mão pesada se abrirá
 Oferecendo a garantia barata de que tudo vai mudar
 E é tudo igual, igual, igual...¹⁶

Nessa letra, vê-se claramente dois pontos muito interessantes. O primeiro se refere à rotina do dia-a-dia. O desempenho que cada trabalhador precisa efetuar para conseguir o pão diário. É preciso seguir uma rotina, uma atividade fastidiosa que leva o sujeito todos os dias a uma reprodutibilidade técnica do trabalho, a ponto de perder a aura de si em substituição da aura da mercadoria. É preciso desenvolver uma atividade cansativa, extenuante que o torne escravo do sistema de fabricação de coisas que, ao fim e ao cabo,

¹⁵ ADORNO, 2002, p. 111.

¹⁶ OS PARALAMAS DO SUCESSO. Caminho Pisado. *Nove Luas*. Brasil: EMI, 1996. CD.

não o tornam um sujeito mais feliz ou realizado, mas ao contrário, o transformam em uma reificação. No segundo ponto, vê-se o fim de semana: a chegada dos dias inúteis. Mas assim como nos dias úteis, a vida se reproduz sempre do mesmo modo: é tudo igual, igual... Não há outra alternativa ou escapatória. As atividades são sempre as mesmas. Não há caminho que torne o descanso algo recompensador, pois o caminho pisado já foi iniciado.

Ainda, nesse sentido, é bom verificar que as atividades voltadas ao final de semana sempre estão direta ou indiretamente ligadas ao esporte e, segundo Adorno, até mesmo esse propósito tem uma finalidade capitalista:

Ainda faz falta uma penetrante sociologia do esporte, sobretudo do espectador esportivo. Todavia, parece evidente a hipótese, entre outras, de que, mediante os esforços requeridos pelo esporte, mediante a funcionalização do corpo no *team*, que se realiza precisamente nos esportes prediletos, as pessoas adestram-se sem sabê-lo para as formas de comportamento mais ou menos sublimadas que delas se espera no processo do trabalho. A velha argumentação de que se pratica esporte para permanecer *fit* é falsa só pelo fato de colocar a *fitness* como fim em si; *fitness* para o trabalho é contudo uma das finalidades secretas do esporte.¹⁷

Adorno reafirma tal ideia em *Dialética do Esclarecimento*, dizendo que “na indústria, o indivíduo é ilusório não apenas por causa da padronização do modo de produção. Ele só é tolerado na medida em que sua identidade incondicional com o universal está fora de questão.”¹⁸ Em outras palavras, isso quer dizer que o indivíduo só pode ser aceito se estiver em uníssono com as ideias aceitas por todos os outros indivíduos. Se comportar fora dos padrões aceitos ou exigidos é algo intolerável. Outrossim, enquadrar-se e esquadrihar-se dentro dos modelos sociais já estipulados é fundamental para que não haja exclusão da própria pseudoindividualidade.

Voltando a esse ponto, pode-se ver que na busca por uma certa transcendência, os seres humanos acabam se submetendo a muitas ideias que não são pessoais ou individuais, contudo esse afã de preenchimento perpassa muitas situações que envolvem coletividades ou universalidades que, paradoxal e concomitantemente, não são criações de algo ou alguém especificamente. Nesse sentido, não há uma produtividade horizontal das coisas, mas ao contrário, elas são verticalizadas impositivamente.

¹⁷ ADORNO, 2002, p. 113-114, grifos no original.

¹⁸ ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 144.

Viver juntos na mesma morada

Já é sabido que a associação entre indústria e cultura é algo novo historicamente falando, pois essa associação é fruto das grandes revoluções do fim da Idade Moderna (Industrial e Francesa).

Sendo assim, a “Indústria Cultural” é uma clara manifestação de uma cultura de massa. A urbanização e o advento do cinema, por exemplo, são invenções recentes para essa grande massa urbanizada. O apego coletivo à metafísica das ações é algo igualmente novo. Seguir um ídolo, seguir um ator ou um jogador de futebol, destacar-se por ser um colecionador ou um fã (inscrito em um fã-clube, preferencialmente) é algo muito novo também. Todas essas novidades habitam uma mesma morada.

Mas que morada é essa? O habitar aqui não quer dizer especificamente uma moradia, uma casa em si mesma, mas outrossim, representa a ideia de conviver com um grupo seleto de pessoas. Ser um colecionador das figurinhas dos jogadores de futebol da Copa do Mundo 2014 é fazer parte de um grupo, é habitar a morada desse grupo, por exemplo. Ser um fã e colecionador dos “Vingadores” ou da trilogia do “Senhor dos Anéis” ou possuir todos os objetos comercializados sobre “Harry Potter” ou ser um “frequentador” do estilo Cosplay, ou ainda ser um otaku (seguidor dos mangás e animes japoneses) são outros exemplos tangíveis dessa assertiva.

Nesse sentido, o intuito aqui é clarificar a noção de que estar em uma morada significa também estar protegido, estar sob um mesmo teto. Essa metáfora nos reporta ao pertencimento de uma comunidade, termo tão usado atualmente nas redes sociais. Outrossim, o contexto metafísico-religioso de comunidade foi substituído por uma ideia de comunidade “empírica” que liga-interliga cada participante a um ideal de comunicação intersubjetiva. Nesse caso, existem regras, valores e princípios norteadores da vida em comum. Entretanto, não há um desejo claro de salvação nessa pertença, mas quiçá há o de redenção. Há uma migração das ideias de atribuição do fenômeno religioso, mas isso não quer dizer que tudo está perdido pelo fato das pessoas não almejarem algo suprassensível. Ao invés, é preciso compreender, não obstante, o motivo da busca das pessoas pelo constantemente palatável, insaciavelmente presente e irremediavelmente tangível.

Uma possível réplica, talvez, possa repousar na noção de que os seres humanos, em geral, estão mais moldados ao hábito da resposta pronta do que a elaboração da pergunta investigativa. Porém, tal questão quer-se deixar em aberto para os debates que virão.

Considerações Finais

O texto redigido aqui teve por objetivo analisar o fenômeno religioso em nossa contemporaneidade e sua migração para o campo do empírico. Nossa intenção foi a de analisar o quanto as pessoas ainda almejam ou anseiam por uma resposta para as suas dificuldades ou tribulações existenciais. É muito claro, contudo, a valorização e o destaque do encontro de uma resposta tangível e empírica para tudo.

Se há tempos atrás as pessoas se contentavam com respostas fugidias ou metafísicas, o momento presente mostra por meio do cinema, por exemplo, que a assertiva precisa achar uma correspondência imediata e concreta. Não há mais espaço para os grandes discursos, só há lugar para a concretude do real.

O novo super-herói precisa ser alguém que mostre resultados e não estimativas possíveis. A fugacidade da vida demonstra que é preciso encontrar novas sensações ou experiências durante a vida e não após. Viver em uma comunidade real ou virtual não importa tanto, desde que o sujeito se sinta partícipe de algo que “faça a diferença”, apesar de não haver uma ideia clara do que significa ser diferente individualmente, já que ser totalmente diferente não é uma boa ideia.

É preciso “ser um e igual aos outros”. Ser um na medida da ilusória escolha do pertencimento a um grupo, mas igual na medida que precisa se sentir “como os outros”. Seja no esporte, na fábrica, no entretenimento ou no dia-a-dia, Adorno denuncia que vive-se anestesiado por uma falsa ideia de “irmandade” ou comunidade. Sentir-se só é coisa do passado, a moda é estar acomunado.

Outrossim, a ida às igrejas e as celebrações comunitárias igualmente se apresentam como atividades superadas ou démodé. A vida comunitária religiosa mantém a sua vela em um estado constantemente bruxuleante. Contudo, antagonicamente, o anseio pelo “novo em comum” permanece vivo e claramente esfuziante.

Referências

ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

Histórias em quadrinhos fascinam jovens e adultos. Disponível em:
<<http://www2.uol.com.br/debate/1608/cidade/cidade06.htm>>. Acesso em: 25 jul. 2014.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

OS PARALAMAS DO SUCESSO. Caminho Pisado. *Nove Luas*. Brasil: EMI, 1996. CD.

SANTOS, Robinson dos. Indústria Cultural: astúcia e triunfo. *Revista Espaço acadêmico*, Maringá, n. 63, p. 1, ago. 2006. Disponível em:
<<http://www.espacoacademico.com.br/063/63santos.htm>>. Acesso em: 23 jul. 2014.