

Crítica sociológica frankfurtiana: fetichismo, cosificación y deshumanización en *O ovo apunhalado*, de Caio Fernando Abreu*

*Lizandro Carlos Calegari***

Resumen

*El propósito de este trabajo es demostrar la viabilidad de la utilización de las teorías de la crítica cultural, de la modernidad, marxistas y frankfurtianas para la interpretación de textos literarios. Se pretende, en este artículo, analizar dos cuentos de Caio Fernando Abreu extraídos del libro *O ovo apunhalado* [El huevo apuñalado] (1975), considerando los conceptos de fetichismo y cosificación. Tanto en “Gravata” [Corbata] como en “A margarida enlatada” [La margarita enlatada], textos que constituyen el corpus de este ensayo, tales categorías permiten que se evalúe al sujeto de la modernidad como alienado, masificado, melancólico, destituido de sentido crítico, en fin, deshumanizado. Para la fundamentación de los argumentos, se buscó respaldo en autores como Karl Marx, Georg Lukács, Theodor Adorno y Max Horkheimer.*

Palabras clave

Fetichismo, cosificación, deshumanización, Caio Fernando Abreu.

Resumo

*O propósito deste trabalho é demonstrar a viabilidade da utilização das teorias da crítica cultural, da modernidade, marxistas e frankfurtianas para a interpretação de textos literários. Pretende-se, neste artigo, analisar dois contos de Caio Fernando Abreu extraídos do livro *O ovo apunhalado* (1975), considerando os conceitos de fetichismo e reificação. Tanto em “Gravata” quanto em “A margarida enlatada”, textos que constituem o corpus deste ensaio, tais categorias permitem que se avalie o sujeito da modernidade como alienado, massificado, melancólico, destituído de senso crítico, enfim, desumanizado. Para a fundamentação dos argumentos, buscou-se respaldo em autores como Karl Marx, Georg Lukács, Theodor Adorno e Max Horkheimer.*

Palavras-chave

Fetichismo; reificação; desumanização; Caio Fernando Abreu.

* Artículo recibido el 27/04/2011 y aprobado el 17/07/2011.

** Doctor en Letras por la Universidad Federal de Santa María (UFSM). Profesor titular de Literatura vinculado al Departamento de Lingüística, Letras y Artes de la Universidad Regional Integrada del Alto Uruguay y de las Misiones (URI), campus de Federico Westphalen, actuando en los programas de Graduación y Maestría en Letras.

El hombre natural se destruye sin realizarse, un yo ficticio se va formando poco a poco y sustituye nuestro verdadero yo.

ROUSSEAU

LA EPÍGRAFE, EXTRAÍDA DE *EL CONTRATO SOCIAL* (2006), de Jean-Jacques Rousseau, contemporáneo a los filósofos iluministas, reserva una crítica a la sociedad civilizada, ya que esta, en vez de emancipar al hombre, se prestó para rechazarlo, inspirándole una existencia que es al mismo tiempo artificial y pervertida. Ese ser artificial del que habla el autor es aquel que nutre amor propio, negando al otro en pro de una proyección jerárquica superior y legitimada de sí mismo. En otro libro, *Discurso sobre el origen y los fundamentos de la desigualdad entre los hombres* (2005), el mismo Rousseau alerta para el instinto destructivo del ser humano. Según él, los hombres reaccionan violentamente cuando son amenazados debido a sus impulsos de crueldad. De tales ideas se concluye que existe una relación establecida entre conflictos humanos y sentimientos de odio, codicia y envidia.

Las cuestiones relativas a la naturaleza humana no son exclusivas de Rousseau – ni de otro filósofo en particular-, probablemente, ellas sean tan antiguas como la propia humanidad. Sin embargo, si fuese posible designar una fecha, se volvería a Sócrates, en la antigua Grecia, momento en el que la filosofía abandona las indagaciones cosmológicas y coloca su atención en el hombre. Sin embargo, cuando el asunto es al respecto del individualismo y las consecuencias del mismos, los últimos siglos de la historia de la humanidad parecen ser los más ejemplares. La Revolución Industrial iniciada en los países europeos en el siglo XVIII desencadenó mudanzas estructurales fundamentales en la sociedad y fue decisiva para la afirmación de nuevos contratos entre los hombres. Karl Marx fue uno de los principales pensadores que reflexionó al respecto del capitalismo originado de esos acontecimientos y sobre dos de sus principales efectos: la cosificación y el fetichismo.

Un profundo análisis del capitalismo llevó a Marx a afirmar que, en esta nueva etapa del desarrollo de la historia, diferentemente de lo que había sido observado antes durante la Antigüedad y la Edad Media, con el esclavismo y el feudalismo, respectivamente, la mercancía pasó a administrar a los hombres, y no estos a regir a aquella. El autor explica que un producto, al salir de las manos de un trabajador, no encuentra otro local para realizarse sino en la condición de mercancía. En ese proceso, la fuerza de

trabajo del operario sería transferida al objeto de modo que este ganaría vida y pasaría a determinar la conducta de su productor. Además de esto, en el mercado, debido a la constante necesidad de la obtención de lucro, el valor de uso de los bienes se convertiría en valor de cambio.

En su clásico estudio *Fetichismo de la mercancía*, Marx desarrolla la premisa de que la "el carácter misterioso de la forma mercancía estriba, por tanto, pura y simplemente, en que proyecta ante los hombres el carácter social del trabajo de estos como si fuese un carácter material de los propios productos de su trabajo" (1988, p.160). Poco después, afirma: "una relación social definida, establecida entre los hombres, asume la forma fantasmagórica de una relación entre cosas" (MARX, 1988, p.160-161). De acuerdo con el filósofo alemán, por lo tanto, las relaciones sociales establecidas entre los productores aparecen como relaciones materiales entre personas, "y no como relaciones sociales directas entre individuos en sus trabajos" (MARX, 1988, p. 161)

Considerándose tales observaciones, la cosificación consistiría básicamente en la transformación de los seres humanos en seres semejantes a cosas, de modo que la relación entre los individuos pasa a pautarse de acuerdo con las leyes del mundo de las cosas, culminando, en última instancia, en la alineación moderna. Dentro de la sociedad capitalista, cuya principal característica es la obtención de lucro, los productos son marcados por ser efímeros, por la rápida conversión de lo nuevo en viejo. Así, los consumidores, ofuscados por las ideologías dominantes (aquí conviene recordar la interpretación propuesta por Adorno y Horkheimer [1985] acerca de la clásica escena de Ulises atado al mástil de su navío oyendo el canto de las sirenas), acaban comprando bienes no por la necesidad de uso (valor de uso), sino justamente para atender las demandas de ese mercado (valor de cambio). En ese esquema, cuando ocurre una superposición del valor de cambio sobre el valor de uso, se consigue observar el fetichismo de la mercancía.

El fetichismo, tal como lo aborda Marx en un pequeño capítulo de *El capital* (1983), tuvo gran fortuna, habido sido desarrollado por autores como Georg Lukács, Theodor Adorno, Max Horkheimer y Fredric Jameson. Como complementa Flavio Kothe (2002, p.306), "con la industrialización, hubo cada vez más un proceso de cosificación, las cosas como que pasaron a tener vida propia. La versión que las máquinas se humanizan mientras los hombres se transforman en máquinas tiende a ser, sin embargo, reaccionaria". Dicho en otros términos, el hombre se transformó en esclavo de lo que el mismo generó. Si es válida aquí una referencia a Georg W. Hegel (2001a, b), mientras

en la fenomenología del espíritu el sujeto se lanza en lo real y, contraponiéndose a la objetividad, acaba recuperándose a sí mismo en ese proceso, en la cosificación, quien tiene el control son las condiciones sociales objetivas que se imponen a la subjetividad.

La categoría de la cosificación y del fetiche se va haciendo valer como una metodología productiva de análisis. En *Historia y conciencia de clase*, Lukács reserva una parte de su libro para tratar del fenómeno de la cosificación en la conciencia del proletario. En cierta altura de sus reflexiones, él afirma que “la estructura de la cosificación, en el curso del desarrollo capitalista, penetra en la conciencia de los hombres de manera cada vez más profunda, fatal y definitiva” (2003, p.211). Partiendo de constataciones marxistas, el autor húngaro explica que la técnica de producción moderna se caracterizó por ser in-interrumpida, fija y acabada, de modo que el operario, transformado en engranaje automático de un trabajo fragmentado, se transformó en un ser atrofiado, un fantoche, incapaz de reflexión auténtica, en fin, se tiene ahora “un trabajo *racionalmente mecanizado*” (LUKÁCS, 2003, p. 206). Como bien observa el pensador, ese trabajo, racionalizado y mecanizado, genera la falta de voluntad, ya que la actividad del trabajador pierde su carácter activo para transformarse en una “actitud *contemplativa*”. (LUKÁCS, 2003, p. 204).

Lukács ve en la profesión del periodista algunas características que ayudan a entender el mecanismo de la cosificación, ya que, en esta ocupación, ella operaría en la imposición de la *espectacularización* del día a día a través de noticias selectivamente recortadas –asaltos, robos, masacres, asesinatos, etc.- que culminan en la *brutalización* del ser humano. Así escribe el autor:

Esa estructura [facultad objetivada y cosificada] se muestra en sus trazos más grotescos en el periodismo, en el que justamente la propia subjetividad, el saber, el temperamento y la facultad de expresión se hacen un mecanismo abstracto, independiente tanto de la personalidad del “propietario” como de la esencia material y concreta de los objetos en cuestión, y que es colocado en movimiento según leyes propias. La “ausencia de convicción” de los periodistas, la prostitución de sus experiencias y convicciones solo pueden ser comprendidas como punto culminante de la cosificación capitalista. (LUKÁCS, 2003, p. 222)

Según Lukács, el oficio de periodista es afecto a la producción cultural, ya que la función de ese profesional consiste básicamente en transmitirle al lector una visión estandarizada o uniformizada de la sociedad y del mundo. Como resultado, ese individuo es moldado, incluso en sus facultades psíquicas y sensoriales. Ese mismo pasaje del

libro del teórico húngaro, a rigor, fue retomado por Theodor Adorno en el aforismo 147 de *Minima moralia*, publicado en 1951. Para el autor alemán, la cosificación opera como una pérdida progresiva de la diferenciación: “todos los esfuerzos de adaptación, todos los actos de conformismo descritos por la psicología social y por la antropología cultural no pasan de epifenómenos” (1993, p.201). Dicho en otras palabras, el camino de la racionalidad y del conocimiento, que podría ofrecer una visión plural de la realidad, acaba proporcionando una única ventana de acceso al mundo.

Conviene reforzar aquí que el fantasma que asusta a Adorno, así como a otros teóricos relacionados con la Teoría crítica, se denomina –y no es para sorprendernos– “mercado”. El proceso económico que tiene justamente esa instancia como mecanismo propulsor acaba ejerciendo un papel de dominación del ser humano, manteniéndolo subordinado a una regularidad ciega e irracional. En un ensayo bastante conocido, *Crítica cultural y sociedad*, el autor da un paso más allá al afirmar que “la apariencia de libertad hace incomparablemente más difícil percibir la propia habla de libertad que cuando se oponía a la falta de libertad manifiesta” (1994c, p.78). Según Adorno, la cosificación a la que estamos subyugados los seres humanos competiría para su alineación, de modo que sus semejantes son convertidos en nada más que simples “apéndices de la maquinaria”, ya que tiene que someterse al mecanismo social como portadores de papeles cuya primera finalidad es la obtención de lucro. (1994b, p.68)

Esa base permite a Adorno fundamentar la tesis de que Auschwitz no fue un acontecimiento aislado, sino algo coherente con el desarrollo de una sociedad cosificada. Eso significa, entonces, que la frialdad, la falta de amor y la indiferencia, serían condiciones formuladas a lo largo de la historia y que culminaron en el Holocausto, justificando, así, los crímenes nazistas. Es célebre el fragmento que presentamos a continuación, extraído de *Educación después de Auschwitz*, que traduce la lógica perversa del ser humano:

No se sabe con precisión cómo el fetiche de la tecnología domina la psicología individual de las personas, dónde se encuentra el umbral de una actitud racional para con ella y aquella supervaloración que finalmente hace aquel que crea un sistema de transporte para llevar las víctimas lo más rápidamente posible a Auschwitz olvidarse de lo que acontecerá con ellas en Auschwitz. En el tipo que tiende para el fetiche de la tecnología, se trata, simplemente, de personas incapaces de amar. Eso no tiene una connotación sentimental, ni tampoco moralizante, sino designa la insuficiente relación libidinal con otras personas. Son personas esencialmente frías, que deben negar en su íntimo

la posibilidad de amar y cortan el amor por la raíz, antes que pueda brotar en otras personas. Lo que en ellas todavía sobrevive de la capacidad de amar, ellas necesitan usarlo en cosas materiales. (ADORNO, 1994d, p.42)

En esa última etapa de la historia, bautizada por algunos críticos como postmodernidad, la cosificación y el fetichismo se hacen presentes en la imagen, que se transformó en la forma última de la mercancía. Según Fredric Jameson (1995), en el contexto multinacional, los individuos se relacionan primero con el universo de las imágenes, lo que, para él, es el universo de lo cultural, para, solamente después, tomar contacto propiamente con el producto. De acuerdo con lo que explica el autor, es esa relación con la imagen lo que prende al sujeto en la tela del consumo, haciéndolo incapaz de trascender tal nivel de objetividad. Jameson comparte así los análisis marxistas, incluso con las de Adorno, al alegar que “la cosificación o la materialización constituyen un trazo estructural clave tanto del modernismo como de la cultura de masas” (JAMESON, 1995, p.17) A partir de las colocaciones del crítico norteamericano, se nota que la cosificación sirve como fuente privilegiada de lectura de lo cultural.

En Brasil, uno de los autores que trató, en sus obras, de la cuestión de la masificación del ser humano fue Caio Fernando Abreu. Sus libros abordan tanto temáticas como la soledad, la angustia, la incapacidad de comunicarse y la inadaptación del sujeto al mundo, como el terror, el delirio y la locura a través del repudio a esa realidad. Sus personajes, generalmente anónimos, son incapaces de adecuarse a los padrones de conducta tal como son impuestos por la sociedad, algo que resulta en temas que giran entorno de la inquietación, del miedo y de la muerte. *El huevo apuñalado*, libro de cuentos publicados en 1975, toca en muchos de esos asuntos, criticando a la sociedad de consumo y a la moderna tecnología. En la obra en cuestión, hay dos (02) cuentos ejemplares en este sentido: *Corbata* y *La margarita enlatada*.

Corbata narra la historia de un sujeto de clase media que, en medio a los atropellos de cada día, ve, por la vitrina de una tienda de ropas, una corbata, descrita como “perfecta en su color vagamente indefinido, intercalada de pequeñas formas coloridas, en su forma alargada, en la consistencia que presentía lisa y mansa al toque”. (ABREU, 2001, p.26) La imagen del producto, en un primer momento, le es tentadora, pero el personaje tiene conciencia de su poder de compra: “Disfrazado, observó el precio y, enseguida, retomó su camino. Muy cara, pensó, y mientras pensaba decidió no pensar más en el asunto”. (ABREU, 2001, p.26) Sin embargo, al día siguiente, volviendo por

la misma calle, “en el ómnibus, observó impiedoso las corbatas de los otros hombres, todas levemente descoloridas y vulgares en sus coloraciones precisas, sin la menor magia. Por el vidrio de la ventana analizó su propia corbata, y se decepcionó constatándola igual a todas las otras” (ABREU, 2001, p.26), algo que lo hizo mudar de idea y decidirse por la compra de la pieza.

Por las observaciones expuestas, se nota que la seducción que un objeto provoca en los ciudadanos los impide de tejer un razonamiento pleno sobre sus conductas, de forma que se dejan guiar por las emociones fáciles y pasajeras. La “vitrina”, aquí sugiere el poder y la fascinación que las imágenes ejercen en la mente de los individuos. La influencia de la mercancía en el inconsciente humano lleva al consumidor a adquirir determinado producto, aunque no haya un motivo conciente para tal. Según Adorno (1994a, p.99), la dominación técnica que se realiza a través de la mercancía “impide la formación de individuos autónomos, independientes, capaces de juzgar y decidir concientemente”. No es por casualidad que, en el cuento, el verbo “pensar” aparece diversas veces. En ese caso, además, no da para ignorar la influencia que la colectividad ejerce sobre las decisiones personales. Además de esto, la corbata descolorida y vieja no interesa más, lo que importa es un producto envuelto por un aura de “magia”, de “fantasmagoría”, diría Marx.

La noción que el personaje del cuento en cuestión es influido por las ideologías mediáticas aparece en el pasaje que se presenta a continuación:

En casa, atareado en la cocina, disponiendo platos, ollas y cubiertos para la propia cena, consiguió por algunos momentos no pensar; pero un poco más tarde, diario abierto sobre las rodillas, mirada perdida en un comercial de televisión, se sorprendió al hacer cuentas, forzando pequeñas economías que le permitiesen poseerla. En realidad, era más fácil de lo que suponía. Algunos cigarrillos menos, algunas hambres más. Acostado, la cama pareció menos vacía que de costumbre. A la mañana siguiente, tomó la decisión: dentro de un mes, ella sería suya. Pasó por la tienda, mandó reservarla, casi avergonzado por hacerla esperar tanto. Qué ella, sabía, también ansiaba por él”. (ABREU, 2001, p.26-27)

Este ciudadano sin nombre que aparece en el texto de Caio Fernando Abreu es, además de masificado, solitario. Él encuentra en el “diario” y en la “televisión” estrategias para aliviar su tensión y completar su vacío. A propósito, al presentar una crítica a los aparatos mediáticos que contribuyen en la difusión de las ideologías de la industria cultural, Adorno (1994a, p.96-97) afirma que ellos transmiten informaciones fútiles e

insignificantes, cuya meta es dictar criterios para la orientación de los individuos que se encuentran dispersos en un mundo caótico. El autor alemán observa, además, que ese poder de alcance va más allá de la esfera pública, alcanzando a la esfera privada. Dejar de suplir sus necesidades básicas como fumar o comer denuncia un alto nivel de influencia de los medios en el comportamiento humano. Los medios de comunicación tienen como meta alcanzar fines (en el caso: la venta, el lucro) sin preocuparse con los medios. Como resultado, la cosificación del sujeto y el fetichismo de la mercancía se hacen cumplir: el consumidor se deshumaniza y el producto pasa a ser dotado de sentimientos y valores.

Un mes pasó y la corbata finalmente estaba en sus manos. El nuevo dueño “la tocó ansioso”, y “sentía voluntad de usar adjetivos pomposos y chispeantes, de recrear todo el lenguaje para comunicarse con ella”. “Permaneció acostado durante mucho tiempo, la observó sobre la colcha azul”. “Miraba los zapatos, las medias, el pantalón, la camisa; y no conseguía evitar una especie de sentimiento de inferioridad: nada era digno de ella”. (ABREU, 2001, p.27) Para un sujeto solitario, que no tiene a nadie para amar, la mercancía pasa a ser el único depositario de los sentimientos y de los afectos. Como observa Adorno (1994d, p.42), el amor de las personas ha sido absorbido por los objetos, y lo que choca, en este caso, “es que esa tendencia está relacionada a la civilización entera”. De acuerdo con lo que complementa, “todas las personas hoy, sin cualquier excepción, se sienten mal amadas, porque no son capaces de amar suficientemente”. (ADORNO, 1994d, p.43)

El sistema fabrica subjetividades de modo que el hombre queda a merced de las mercancías. Estas, por su parte, pasan a regir la conducta y el comportamiento de sus consumidores. El personaje del cuento *Corbata* es abalado constantemente por su nueva adquisición, al punto de perder el control e intentar establecer un diálogo con ella. Hay un momento en el que él pierde el control y pasa a gritar con el producto:

– Tú eres mía. Tú no pasas de un objeto. No importa qué hayas venido de lejos para posar entre cosas caras en la vitrina de una tienda rica. Yo te compré. Puedo usarte a la hora que quiera. Como y donde quiera. Tú no vas a sentir nada, porque no pasas de un pedazo de paño estampado. Tú eres una cosa muerta. Tú eres una cosa sin alma. Tú...” (ABREU, 2001, p.28)

A partir de este momento, se observa la humanización de la mercancía. Ella ganó vida y, paradójicamente, al intentar negar tal cualidad del producto, el personaje está reforzando este aspecto. Como observó Marx (1988), la alienación surge como

consecuencia de esa subordinación del individuo para con la mercancía. En el cuento, ese aspecto es evidente en el momento en el que el sujeto mira “desamparado para el sábado aconteciendo por detrás de las ventanas entreabiertas”. (ABREU, 2001, p.28) Ese estado lo lleva a sentir odio de su adquisición, pero, “por más que intentase razonarla o encuadrarla, ella siempre quedaría mucho más allá de cualquier intento de racionalización o encuadramiento”. (ABREU, 2001, p.29) La precariedad del dueño de la corbata es tal, que no consigue contener sus emociones:

Admitía que no conseguía controlar sus pensamientos, pero admitir que no conseguía controlar –tampoco- lo que decía, lo lanzaba peligrosamente próximo de aquella zona que algunos habían acordado en llamar *locura*. Y esa era la primera vez que se descubría así, tan cerca de esas cosas incomprensibles que siempre había juzgado acontecía a los otros –aquellos otros distanciados, melancólicos y enigmáticos, que acostumbraba llamar *los sensibles*-, jamás a él. Pues si siempre había sido tan objetivo. Soportaba apenas las superficies donde el aire era plenamente respirable, y principalmente donde los sentidos todos sentían apenas lo que era común y normal sentir. Súbitamente pensaba y sentía y decía cosas que nunca habían sido suyas. (ABREU, 2001, p. 29)

Tal vez uno de los aspectos más importantes que deben ser resaltados en este pasaje habla al respecto del hecho de que el mercado capitalista invada la subjetividad humana de manera autoritaria, al punto de que el individuo pierda su control, quedando en el límite entre lo sano y lo insano. De esta manera, se puede asegurar, de acuerdo con Adorno (1994, p.87), que “[la] vida se transforma en ideología de la cosificación, en máscara mortuoria”, algo que se acerca al perfil melancólico del individuo. Reinaldo Marques (1998, p.166), a propósito, resalta la idea de que esa “problematización del mundo moderno, centrado en una racionalidad instrumental y abstracta”, es una condición que se desarrolla en pro de una actitud contemplativa, propia del melancólico.

Aquí es interesante recordar la asociación que Carlos Drummond de Andrade (2001) establece entre esos dos (02) elementos en los versos “Melancolías, mercaderías me acechan”, del poema *A flor e a náusea* [La flor y la náusea], en cuya última estrofa el yo lírico se coloca en una posición contemplativa: “Me siento en el suelo de la capital del país a las cinco horas de la tarde / y lentamente paso la mano en esa forma insegura” (p.27-28). La “forma insegura”, en este caso, es la de la flor que nació deformada en medio a una calle asfaltada de un centro urbano.

El vínculo entre melancolía y contemplación también fue abordado por Walter Benjamín (1984, p.161-180) en su libro sobre el drama barroco alemán. En ese estudio el filósofo destaca la disposición del individuo para la contemplación, siendo enfático: “[la] meditación es propia del enlutado.” (1984, p.163) Los presupuestos teóricos que dan cuenta de su propuesta están asentados en los siguientes elementos: en la bilis negra y en el grabado *Melancolía I*, de Albrecht Dürer. En el primer caso, el autor explica que la bilis negra¹, sustancia responsable por la melancolía, motivaría el espíritu para la contemplación; en el segundo, argumenta que la aludida imagen es “un símbolo del hombre contemplativo” (BENJAMIN, 1984, p.176): rostro apoyado en la mano, mirada perdida y distante, el personaje es presentado en la pose convencional de la tristeza, del luto y de la meditación en el arte antiguo. Sea como sea, la melancolía tiene un origen social.

Son, justamente, la inestabilidad y la melancolía que garantizan la inseguridad del sujeto y, como resultado, su miedo: “Entonces, admitió el miedo”. (ABREU, 2001, p.29) Pero nada de eso lo aparta de la corbata: el domingo es la hora de vestirla por primera vez. Sin embargo, al colocarla, el producto comienza a actuar en forma independiente de su dueño: “Sintió el cuello siendo lentamente apretado, introdujo los dedos entre los dos pedazos de paño de color vagamente indefinible, intercalado por pequeñas formas coloridas, pero ellas quemaban como fuego”. (ABREU, 2001, p.30) Él busca ayuda, pero

Cuando intentó gritar es que levantó los ojos al espejo y, antes de rodar sobre sí mismo para caer sobre el piso, todavía tuvo tiempo para ver un hombre de ojos saltones, boca abierta revelando algunas obturaciones y fallas en los dientes, innumerables arrugas en la frente, escasos cabellos despeinados, dos puntas de seda extranjera moviéndose como cobras sobre el pecho, una de las manos cerradas con fuerza y la otra extendida en dirección al espejo; como si pidiese socorro a cualquier cosa próxima, pero enteramente desconocida. (ABREU, 2001, p.30)

La imagen del sujeto reflejado en el espejo no es la de un tercer elemento que aparece en el cuento, es la del propio personaje. Él fue estrangulado por su corbata, que ganó vida. Esa muerte, además, debe ser interpretada no en el sentido denotativo, sino simbólico. Cuando el valor del objeto prepondera sobre el individuo, este es relegado a un segundo plano, sugiriendo, con eso, una muerte simbólica. Este personaje deja de

¹ Existe una relación entre los vocablos *melancolía* y *bilis negra*. Leandro Konder (1989) explica que la palabra viene del griego, *melankholia*, combinación de *melanos* (negro) y *kholé* (bilis) (p. 102).

tener importancia para la sociedad y se convierte en alguien desfigurado, reducido a la condición de objeto descartable.

La margarita enlatada presenta puntos de contacto con el texto analizado en lo que dice al respecto de las categorías de cosificación y fetichismo. El cuento está dividido en tres partes y narra la historia de un sujeto afectivamente frío que ve en la comercialización de margaritas una oportunidad de ascensión social. Esa frialdad del personaje, nuevamente sin nombre, puede ser percibida ya en el primer párrafo: “Margaritas no lo conmovían, porque no lo conmovían liviandades”. A continuación, la flor es presentada con la máxima objetividad posible: “aquellas cosas vagamente redondas, de pétalos largos y blancos agrupados entorno de un centro amarillo, granulado” (ABREU, 2001, p.155) Con tal descripción, la margarita, que comúnmente tiene características que se acercan a la belleza, a la pureza, a la paz, en fin, a lo estético, es reducida a la condición de cosa, de objeto, destituida de cualquier trazo vinculado a la dimensión afectiva.

Al ver la margarita, el personaje toma una y la coloca en el bolsillo: “Llevó la margarita en el bolsillo, se olvidó de ella, subió por el ascensor, saludó a las secretarias, se trancó en su sala”. (ABREU, 2001, p.155) Después del mediodía se acordó de la flor en el bolsillo del saco: “Estaba medio informe e deshojada, pero era todavía una margarita”. (ABREU, 2001, p.156) Nuevamente, aquí, se puede hacer una relación entre esta frase y el verso final del poema *La flor y la náusea*, de Drummond, mencionado anteriormente: “Es fea. Pero es una flor. Agujereó el asfalto, el tedio, el asco y el odio”. (ANDRADE, 2001, p.28) Tanto en el cuento de Abreu como en el poema de Drummond, la flor tiene cualidades que se colocan contra el mundo cosificado y masificado.

Solo en su sala, reflexionando sobre los problemas sociales a su alrededor - suicidios, deforestación, contaminación, locura-, le surgió una idea: comercializar margaritas enlatadas. Para que meta se cumpliera, adhirió a una serie de medidas: llamó a redactor para elaborar un *slogan*, no almorzó, mandó preparar las tierras para la nueva plantación, organizó un equipo especializado, echó a aquellos funcionarios descalificados, trabajó toda la noche ininterrumpidamente, no atendió las llamadas telefónicas de la esposa, todo para no perder tiempo. Observándose tales actitudes, se nota claramente que se tiene una concepción de sujeto dirigido a sí mismo, con el objetivo de conseguir lucros y apartándose de aquellos que pueden perjudicar su negocio. Se tiene, por lo tanto, aquí, una concepción nítida de aquello que Adorno y Horkheimer (1985) denomi-

naron como razón instrumental, es decir, una razón dirigida a los fines, sin importarse con los medios.

La relación hombre – naturaleza es el paradigma amplio de comprensión de la razón, como razón instrumental. El hombre se impone sobre la naturaleza transformándola en objeto, es decir, en alto para ser manipulado y modificado de acuerdo con sus intereses. Se puede afirmar que este tipo de relación que cosifica se estableció históricamente en la modernidad, con el Iluminismo. Es en este periodo en el que el hombre se descubre como ser individual y finito. Ejerciendo su racionalidad, él se transforma en un sujeto de sí y, al mismo tiempo, sujeto de su mundo. Uno de los principales pensadores que trataron del asunto fue Emanuel Kant, caracterizado como el “filósofo de la ilustración”. En su libro *Crítica de la razón pura* (1781), el autor apunta el sentido de la nueva razón, llamando la atención al hecho de que esta necesita ser criticada para consigo misma, a fin de que se establezcan los límites y sus posibilidades. Ese mismo orden de ideas, a rigor, es retomado por los estudios relacionados a la Teoría Crítica, más claramente Adorno y Horkheimer, de acuerdo con lo mencionado.

Horkheimer (1976), particularmente, hace una crítica a la razón instrumental, resaltando sus consecuencias para la humanidad. Según el autor, la sociedad industrial desobliga al individuo a usar su razón crítica y le incentiva a pensar y a actuar en términos meramente pragmáticos y utilitaristas. El individuo está, de esta manera, fortaleciendo, cada vez, a esa sociedad que, finalmente, hace originar el caos y la barbarie, a ejemplo de las dos guerras mundiales, del nazismo y del fascismo. El autor también hace crítica al trabajo. Según él, la sociedad industrial burguesa transformó la actitud pragmática y utilitarista en regla que debe ser seguida por todos, de forma que el trabajo, que debería ser la fuente de realización del hombre, se transforma en la fuente de su opresión y alineación.

En el cuento en cuestión, el protagonista en ningún momento reflexiona sobre las consecuencias de sus actos. Él se aparta de aquellas personas con quienes mantiene relaciones, incluso de su esposa, en función de su obsesión por el lucro, de su ganancia por el dinero. Ahora, quien le interesa, son aquellos que son capaces de atender sus necesidades más inmediatas. La opresión que el trabajo le impone gana dimensión estética en el texto. El párrafo en el que el narrador enumera las medidas tomadas para la satisfacción de los propósitos del personaje es formado por, aproximadamente, 25 renglones, pero no hay ningún signo de puntuación en él sugiriendo cualquier tipo de pau-

sa. En un mundo administrado en el que el tiempo es un factor fundamental, no puede haber cualquier interrupción. El mundo del trabajo, por lo tanto, dentro de la lógica capitalista, pasa a ser algo sofocante, aplastante y opresivo.

En *La margarita enlatada*, se observa un fuerte apelo mediático. Para que el producto sea vendido se crea el siguiente *slogan*: “*Ponga una margarita en su fosa*” (ABREU, 2001, p.157) Nadie sabía en realidad el sentido de aquella frase, en particular del vocablo “fosa”. ¿Sería una referencia al momento político en curso? ¿A las personas melancólicas, depresivas y masificadas por la sociedad? ¿A la situación de los jóvenes que recurrían a las drogas como forma de evasión? No es posible precisar una respuesta aquí, pero considerando la producción de Caio Fernando Abreu, las tres posibilidades son plausibles. Como reitera el texto del escritor gaucho: “Nadie entendía bien” lo que estaba aconteciendo (ABREU, 2001, p.157); sin embargo, la verdad es que las margaritas estaban desapareciendo “misteriosamente de los parques, tiendas de flores, jardines particulares.” (ABREU, 2001, p.158) Ellas solo eran encontradas en los estantes de los supermercados:

Las personas hacían fila en la caja, en las puertas, en las calles. Compraban, compraban. Las clases fueron suspendidas. Las reparticiones cerraron. El comercio cerró. Apenas los supermercados funcionaban sin parar. Consumían. Consumaban. El nuevo producto: margaritas cuidadosamente acondicionadas en latas, delicadas latas acrílicas. Margaritas gordas, saludables, coloridas en su profunda palidez. Mil utilidades: decoración, alimentación, vestuario, erotismo. Suceso absoluto. Él sonreía. (ABREU, 2001, p.158-159)

El fetichismo de la mercancía acontece justamente en el momento en el que un consumidor compra repetidas veces un mismo producto sin que haya un motivo convincente para hacerlo. En el cuento, el problema parece ser todavía peor, porque no se sabe en qué consiste exactamente el fenómeno de la aparición de las margaritas. Sin embargo, las personas simplemente consumen como forma de satisfacer el apelo mediático. Son sujetos destituidos de sentido crítico, cuya única preocupación parece ser la constitución de una apariencia calcada en aquello que poseen o tienen. Como explica Horkheimer (1976), la razón instrumental traspasa todos los niveles de la sociedad, transformando a los individuos en meros ejecutores de funciones. Todas las cosas y todos los hombres se transforman en medios que, en una sociedad capitalista, son definidos como mercancías.

Como quiera que sea, en este momento de su vida, el nuevo empresario goza de prestigio y reconocimiento. Su industria se expandió, “se separó de la mujer para tener casos ruidosos con actrices en evidencia”, se transformó en una especie de “gurú tropical.” (ABREU, 2001, p.159) Se hace evidente aquí su excesiva preocupación con su imagen, de forma que los otros seres humanos –en particular las mujeres con quienes mantiene relaciones casuales- son apenas piezas descartables. No obstante, “él se sentía bueno y útil y declaró una vez en la televisión que se juzgaba un hombre realizado por poder dar amor a los otros. Declaró textualmente que el amor era su país”. (ABREU, 2001, p.159) Es irónica esta última frase, irónica y canalla.

Como todas las cosas inseridas en el mercado capitalista tienen un plazo determinado de existencia, no sería diferente con la margarita enlatada. Después de algunas semanas, nuevo anuncio:

Margarita ya era, amigo.

Entiende este acuerdo:

Lo del momento es el helecho. (ABREU, 2001, p.159)

En pocos días la margarita perdió su prestigio. Nadie más se interesa por ella. Lo que estaba en alta eran los helechos. Así, partiéndose de la lógica capitalista, en el trabajo, los medios y los fines tampoco están fijados. La dialéctica muestra ahí su efectivo desarrollo. Para que el hombre alcance su fin deseado, debe desarrollar medios para conseguirlo. De esta manera, los medios creados acaban por tener una durabilidad que susciten nuevos fines.

La situación del empresario, sin embargo, era tranquila. Había asegurado su futuro: había comprado estancias, apartamentos, había aplicado dinero en bancos extranjeros, pero estaba solo. Un día se encuentra con su ex esposa:

Él preguntó:

- ¿Buscas margaritas?

Ella respondió:

- Ya era.

Él preguntó:

- ¿Helecho?

Ella respondió:

- Eso. (ABREU, 2001, p.160)

En el pasado él la había cambiado por “actrices en evidencia”, ahora que su fama está en baja y se encuentra solitario, posiblemente sin que nadie escuche sus lamentos, es ella quien lo cambia por un simple helecho. Esta situación ilustra el fenómeno des-

crito por Adorno (1994d), según el cual los seres humanos son sustituidos por objetos, y estos, por su parte, acaban siendo los depositarios de los afectos. Así, si el hombre pierde su valor en detrimento del objeto, queda fácil entender por qué son descartados.

Las discusiones acerca de la cosificación y del fetichismo, de acuerdo con lo propuesto en el presente ensayo, llevan a observar que las reflexiones lanzadas sobre la sociedad, específicamente al respecto de los problemas del capitalismo, representaron el ejercicio de pensar la propia racionalidad. La crítica a la razón instrumental, tal como es propuesta por los teóricos relacionados a la Escuela de Frankfurt, trajo la concepción de que, aunque la tecnología y la ciencia hayan proporcionado grandes avances y modificaciones en la vida de los hombres, trajeron consigo la destrucción de la naturaleza y la del propio individuo. Esa razón debe, pues, ser responsabilizada por los grandes males causados a la civilización occidental.

Adorno y Horkheimer, particularmente, al trazar esa crítica a la razón instrumental, la hicieron tomando en consideración los problemas sociales de su época. Según los autores, el siglo XX representó un momento fundamental de la historia de la humanidad, pues lo que dirigió a la sociedad moderna fue justamente el embate de dos perspectivas paradójicas. Cuando era esperado de tal periodo la aclaración, la idea de progreso, desarrollo, emancipación y autonomía del sujeto, fue posible ver que, acompañados de tales conquistas, vinieron el sacrificio, la dominación, la regresión, la barbarie y la destrucción.

Caio Fernando Abreu, en *Corbata y La margarita enlatada*, toca en las principales cuestiones que, a lo largo del desarrollo del capitalismo, parecen haber motivado tantas barbaries: la cosificación y el fetichismo. Esas categorías permiten pensar la alienación, la masificación, la irracionalidad y la sumisión del sujeto a la lógica perversa de la sociedad industrial. Así, sus textos, aunque esbocen ejemplarmente tales problemas, tejiendo una crítica a la razón instrumental, proponen, al mismo tiempo, la idea de que la razón todavía debe servir para pensarse la propia razón y de ella sacar provecho en pro de la humanidad.

Referencias

ABREU, Caio Fernando. *O ovo apunhalado*. Porto Alegre: L & PM, 2001.

ANDRADE, Carlos Drummond de. *A rosa do povo*. 23. ed. Río de Janeiro: Record, 2001.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

ADORNO, Theodor. *Minima Moralia*. San Pablo: Ática, 1993.

_____. A indústria cultural. En: _____. *Sociologia*. Gabriel Cohn (Org.). 2ª ed. San Pablo: Ática, 1994a. p. 92-99.

_____. Capitalismo tardio ou sociedade industrial. En: _____. *Sociologia*. Gabriel Cohn (Org.). 2ª ed. San Pablo: Ática, 1994b. p. 62-75.

_____. Crítica cultural e sociedade. En: _____. *Sociologia*. Gabriel Cohn (Org.). 2ª ed. San Pablo: Ática, 1994c. p. 76-91.

_____. Educação após Auschwitz. En: _____. *Sociologia*. Gabriel Cohn (Org.). 2ª ed. San Pablo: Ática, 1994d. p. 33-45.

BENJAMIN, Walter. *Origem do drama barroco alemão*. San Pablo: Brasiliense, 1984.

HEGEL, Georg Wilhelm. *Fenomenologia do Espírito*. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 2001a. Parte II.

_____. *Fenomenologia do Espírito*. 6ª ed. Petrópolis: Vozes. 2001b. Parte I.

HORKHEIMER, Max. *Eclipse da razão*. Rio de Janeiro: Labor do Brasil, 1976.

JAMESON, Fredric. Reificação e utopia na cultura de massa. En: _____. *As marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 1995. p. 9-35.

KANT, Immanuel. *Crítica da razão pura e outros textos filosóficos*. San Pablo: Abril Cultural, 1974. (Os Pensadores). p. 9-98.

KONDER, Leandro. *Walter Benjamin: o marxismo da melancolia*. 2ª ed. Rio de Janeiro, 1989.

KOTHE, Flávio. *Fundamentos da teoria literária*. Brasília: UnB, 2002. Vol. 1.

LUKÁCS, Georg. *História e consciência de classe: estudos sobre a dialética marxista*. San Pablo: Martins Fontes, 2003.

MARQUES, Reinaldo. Tempos modernos, poetas melancólicos. En: SOUZA, Eneida Maria de (Org.). *Modernidades tardias*. Belo Horizonte: UFMG, 1998. p. 157-172.

MARX, Karl. *O capital*. San Pablo: Abril Cultural, 1983. (Os Pensadores).

_____. Fetichismo de la mercancia. En: _____. *Sociologia*. San Pablo: Ática, 1988. p. 159-172.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens*. San Pablo: Martins Fontes, 2005.

_____. *O contrato social*. San Pablo: Martins Fontes, 2006.