

DOI: 10.46943/VIII.CONEDU.2022.GT11.016

ENTRE O CULTO, EXIBIÇÃO E O FETICHE: O CINEMA ENQUANTO ARTE NA ERA DA INDÚSTRIA CULTURAL

Tiago Rodrigues Araujo

Mestrando em Sociologia pelo PROFSOCIO UFCG - PB, traaraujof@gmail.com;

Mônica Thais Cordeiro da Silva

Especialista em Linguagens e Práticas Sociais pelo Instituto Federal de Pernambuco
Campus Garanhuns (IFPE-CG), thais-amore@hotmail.com

INTRODUÇÃO

A alienação surge com a ascensão da sociedade de classes. As sociedades divididas em classes sociais são fundamentadas no trabalho alienado. Isto ocorre devido ao fato de que a atividade vital consciente, a práxis ou o trabalho como objetivação, perde seu caráter teleológico consciente e passa a ser apenas um meio para satisfação de outras necessidades. (Viana, 2009)

Um dos grandes desafios da atualidade já estava sendo discutido por Karl Marx quando em sua célebre obra *O Capital*¹, trabalha com os importantes conceitos de alienação e fetichismo. Segundo o autor, esses conceitos são chaves para entendermos de que forma a sociedade coisificou a mercadoria e a separou do processo produtivo atribuindo um valor maior ao produto final do que o processo de criação, bem como criando mecanismos para ludibriar o trabalhador que vende sua mão de obra aos detentores dos meios de produção.

1 MARX, K. *O Capital*. São Paulo: Nova Cultura, 1996. Cap. I, p. 165 – 175; 197 – 208.

No mundo do comércio, o produto acaba por tornar-se essencial na vida dos indivíduos bem como a necessidade irresistível de sua compra constante. Um dos pontos mais intrigantes desse processo é como os trabalhadores aceitam a venda da sua mão de obra quase como uma dádiva divina pelos detentores do poder? Como um produto, na maioria das vezes sem praticidade cotidiana torna-se um incontestável objeto de desejo por uma sociedade anes-tesiada e participante ativa na dimensão do comércio?

Esse artigo pretende através dos conceitos de fetichismo da mercadoria, alienação de Karl Max mostrar como a sociedade foi moldada e dominada pelo sistema capitalista. Como parte incontestável de desenvolvimento da dominação das massas, torna-se necessário o entendimento da denúncia feita por Adorno e Horkheimer na sua célebre obra *Dialética do Esclarecimento*, responsável por introjetar no subconsciente das massas a necessidade punjante do consumo constante dos produtos produzidos de forma serial: a **Indústria cultural**.

Sem o devido entendimento do papel da cultura e de dois instrumentos que ajudaram na naturalização do sistema capitalista torna-se uma tarefa difícil e mais complexa entender a dominação quase que passiva das massas pelo sistema. Nesse artigo irá ser analisado o importante papel que os meios de reprodução em série adquirem no processo de docilização das massas no mundo do comércio.

1. O FETICHISMO DA MERCADORIA

Karl Marx, em *O Capital* se propôs a investigar como a mercadoria adquire um valor maior que o seu processo de produção, no sentido em que a técnica se espalha e se esvai na construção da relação de produção x detentores dos meios de produção. Em sua obra essa questão começa a se desvelar no sentido em que as relações de trabalho se tornam um caminho viável para essa investigação.

Para Marx (1986) a relação fetichista com a mercadoria se construiu quando se passou a considerar o valor de uso da mercadoria em detrimento a sua possível utilidade no âmbito das relações humanas. Para se definir a utilidade não se torna uma tarefa fácil,

pois deve ser considerado o valor inerente à mercadoria e que só existe através dela.

Então, como definir o valor de uso da mercadoria? Segundo Marx, devemos considerar para qual valor particular a mercadoria se destina e confrontá-lo com o poder de satisfação para a sua destinação nas relações sociais, para Marx (p.18, 1996), “desde que os homens trabalham uns para os outros, independentemente da forma como o fazem, o seu trabalho o seu trabalho adquire também uma forma social”, sendo na construção social do uso da mercadoria, ou seja, no valor que ela adquire no processo de troca, que provem a construção da relação fetichista.

Com o estudo da relação fetichista do indivíduo com a mercadoria, Marx procura na verdade entender se essa relação se constrói não só na dimensão do comércio mas se passa a ser componente presente nas relações de produção, pois de acordo com Rubin (1987), o que decorre do processo de troca acaba por se tornar componente primordial para a construção do processo da atividade produtiva no processo de troca, sendo caráter componente para o estabelecimento da construção do valor construído e incorporado na proporção do processo de troca que acaba por se tornar componente no valor adquirido pelas mercadorias. Esse aspecto deve então ser considerado para entendermos realmente como é construído a relação fetichista com a mercadoria.

Uma das coisas mais intrigantes que Marx (p. 18, 1996) afirma sobre a relação fetichista com a mercadoria seria que “o fetichismo do mundo das mercadorias decorre do caráter social próprio do trabalho que produz a mercadoria”, onde o autor coloca um certo ar de mistério da relação construída entre a dimensão do trabalho e a relação fetichista do trabalhador com a mercadoria.

Na construção dessa relação, pode-se então concluir que a relação fetichista pode acontecer em Marx com a possível ocultação da característica social do trabalho. Essa ocultação deve aparecer em todas as etapas da produção da mercadoria, pois ao trabalhador deve ser ocultado o seu relevante papel na produção da mercadoria e ao mesmo tempo mantê-los alheio tanto a sua importância no processo quanto ao valor ínfimo atribuído ao seu esforço laboral. Fica vedado também ao trabalhador o entendimento da sua condição de classe explorada duplamente, pois ao trabalhador

deve parecer natural não ser detentor dos meios de produção e que a ele cabe vender a sua mão de obra e consumidor dos produtos destinados apenas para a sua classe.

De acordo com Branco (2008) esse caráter de duplicidade discutido no parágrafo acima deve fazer parte das relações sociais construídas sob a tutela do capitalismo enquanto sistema, pois o ser humano deve ser tratado ora como coisa ora como produto que também pode ser cambiável e deve ao mesmo tempo ser produto a ser adquirido pelos detentores dos meios de produção para produzir a mercadoria, bem como também deve manter-se alheio a esse processo e notar-se enquanto destino final da mercadoria, se constituindo a partir desse processo de coisificação a relação fetichista com a mercadoria.

2. O FETICHISMO DA MERCADORIA NA ERA DA INDÚSTRIA CULTURAL

Com o passar do tempo e o domínio cada vez mais aparente do capitalismo, não só enquanto sistema econômico mas também enquanto instrumento de relações sociais, o conceito desenvolvido por Marx de fetichismo da mercadoria tornou-se cada vez mais urgente e necessário o seu entendimento. De acordo com Debord (1997) a relação fetichista com a mercadoria cresce cada vez mais na sociedade espetacularizada em que vivemos onde basta analisar a expansão do consumo e a sua produção imagética. Na dimensão social do espetáculo os indivíduos tornam-se espectadores cada vez mais passivos do espetáculo do consumo e a mercadoria passa a ser a sua alegoria mais bonita.

Como se pode então entender a construção e aceitação do fetichismo da mercadoria e do predatório sistema capitalista de forma quase que passiva pelas massas? Para responder a essa pergunta que surge quase que como uma constatação, Adorno e

Horkheimer em sua celebre obra *Dialética do esclarecimento*² criam o conceito de Indústria cultural³.

Para descrever a forma de atuação da Indústria cultural enquanto componente chave para o entendimento do funcionamento da realidade administrada pelo sistema capitalista, os autores afirmam que:

A unidade cultural implacável da indústria cultural atesta a unidade em formação da política. [...] Para todos algo está previsto; para que ninguém escape, as distinções são acentuadas e difundidas. O fornecimento ao público de uma hierarquia de qualidades serve apenas para uma quantificação ainda mais completa. [...] Reduzidos a um simples material estatístico, os consumidores são distribuídos nos mapas dos institutos de pesquisa (que não se distinguem mais dos de propaganda) [...]. O esquematismo do procedimento mostra-se no fato de que os produtos mecanicamente diferenciados acabam por se revelar quase como a mesma coisa [...]. As vantagens e desvantagens que os conhecedores discutem servem apenas para perpetuar a ilusão da concorrência e da possibilidade de escolha. [...] os valores orçamentários da indústria cultural nada têm a ver com os valores objetivos, com o sentido dos produtos. Os próprios meios técnicos tendem cada vez mais a se uniformizar. (ADORNO, HORKHEIMER, p. 116, 2002)

É na dominação do subjetivo, na produção em série da cultura e na homogeneização das massas que a indústria cultural mostra a sua arma mais perspicaz, pois,

2 ADORNO T. W; HORKHEIMER, Max; A. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Trad. de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

3 Conceito criado por Adorno e Horkheimer na obra *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Segundo os autores, na era da revolução industrial precisava-se de um instrumento capaz de manter os trabalhadores mesmo fora da fábrica dentro da realidade da produção fabril. Essa questão foi resolvida com o advento dos meios de comunicação de massa que passaram a cumprir essa função. Espaço antes ocupados pela dita produção do espírito (reuniões, conversas, leitura) passa a ser ocupada pela diversão ascética que não exige muito esforço do pensamento mantendo o trabalhador numa dimensão de entretenimento no qual ele fica ligado no mesmo ideário da fábrica e descansa o corpo para retornar ao trabalho sem notar que permaneceu de forma virtual e inconsciente na realidade fabril.

Em seu lazer, as pessoas devem se orientar por essa unidade que caracteriza a produção. A função que o esquematismo kantiano ainda atribuía ao sujeito, a saber, referir de antemão a multiplicidade sensível aos conceitos fundamentais, é tomada ao sujeito pela indústria. O esquematismo é o primeiro serviço prestado por ela ao cliente. Na alma devia atuar um mecanismo secreto destinado a preparar os dados imediatos de modo a se ajustarem ao sistema da razão pura [...]. Para o consumidor, não há mais nada a classificar que não tenha sido antecipado no esquematismo da produção. A arte sem sonho destinada ao povo realiza aquele idealismo sonhador que ia longe demais para o idealismo crítico [...]; na arte para as massas, da consciência terrena das equipes de produção [...] o conteúdo específico do espetáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência. Os detalhes tornam-se fungíveis. (ADORNO, HORKHEIMER, p. 117, 2002)

No mundo administrado pela indústria cultural a cultura torna-se mais um dos bens cambiáveis e previsíveis da indústria cultural. Como reflexo da arte exaurida e reduzida a dimensão do comércio pode ser usado como exemplo o crescimento e o estabelecimento do filme enquanto dimensão artística em detrimento a relação cada vez mais escassa do espectador com a obra de arte única e original, outrora cerrada nos museus como acesso à burguesia e a aristocracia e no mundo contemporâneo às visitas cada vez menos frequentes as exposições graças ao tempo administrado pela indústria cultural, reduzindo a arte ao esquematismo e a dimensão do lazer.

Segundo Benjamin⁴ esse movimento acontece também pois a obra de arte, na era da reprodução em série ela acaba perdendo o seu valor de culto em detrimento do aumento do seu valor de exibição. Uma vantagem desse movimento recente foi a criação do cinema e o seu conseqüente uso para uma possível educação das massas e retomada da consciência crítica dos indivíduos ante a realidade administrada.

4 BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. São Paulo: L e PM editores, Porto Alegre: 2004.

A obra de arte passa então a sair dos museus e ser exibida para o maior número de indivíduos possíveis. Mesmo acontecendo uma perda da sua presença enquanto relação de originalidade estética e de construção individual da experiência estética, tornando-se uma construção coletiva da experiência estética. No mundo administrado pela indústria cultural e pela razão instrumental a arte passa então mesmo deteriorada a ter uma possibilidade de embate com o sistema.

Mas como se daria esse embate, numa realidade onde a arte encontra-se elencada também na dimensão do consumo e da produção em série? Segundo Benjamin (2004) mesmo na dimensão do consumo e da realidade da razão instrumentalizada a arte não pede a sua capacidade autônoma e de transformação da realidade. Na era da reprodução em série o cinema, por exemplo, agrega a arte poder de exibição que pode ser usado para a educação das massas.

Podemos observar esse movimento indo a fonte e observando algumas produções cinematográficas. Como primeiro exemplo trago o filme do aclamado diretor Akira Kurosawa *Madadayo*. O filme retrata uma relação cotidiana de poder presente e constitutiva das relações sociais: a relação educacional professor – aluno.

Nos primeiros minutos do filme já encontramos um confronto do diretor entre a cultura popular e a cultura administrada já que o filme se passa num Japão que está se transformando graças a cultura trazida pela fase de globalização do capitalismo e a cultura local. O mestre, já cansado e ao mesmo tempo cheio de incertezas no que irá fazer após sua aposentadoria da docência, recebe toda a reverência dos seus alunos e ao mesmo tempo tenta explorar às possibilidades futuras ante a incerteza da brevidade da existência e as mudanças observadas no cenário de eminentes e drásticas mudanças, representadas entre o novo e a cultura local que tenta resistir.

Já no filme *Sonhos*, também de Kurosawa encontramos como elemento estético dominante do cenário o embate entre a cultura local e a chegada de uma cultura globalizada onde o diretor foca num campo de discussão e embate mais subjetivo. No campo do subjetivo, do inconsciente coletivo o filme no embate de cultura no inconsciente coletivo, onde ao longo das sete passagens do filme

faz-se necessário um conhecimento sobre a problemática das transformações sociais no campo do imaginário representado tanto por uma linguagem mais contemporânea trazida por conceitos psicanalíticos trazidos pelo autor como também a subjetividade coletiva evocada pelos elementos trazidos pela mitologia japonesa mostrando elementos culturais que ficam no campo do saber não institucionalizado.

Enfim, esse embate entre a cultura resistindo num âmbito globalizado, ou seja, no mundo da razão instrumentalizada e da produção em série como também no âmbito das comunidades enquanto expressão de resistência local, se apresenta de forma brilhante no filme *Ponto de mutação* dirigido pelo aclamado diretor Bernt Amadeus Capra.

O filme se passa na França num castelo medieval que pode ser entendido como símbolo da razão instrumentalizada pela fé que domina o ocidente por quase cinco séculos nos tempos atuais, fazendo um passeio por temas construídos e discutidos pela razão livres das amarras da fé. No diálogo constituído entre a jornalista, o filósofo e o políticos vemos o tratamento de temas cotidianos feitos de uma forma racional e metodologicamente constitutiva da ciência, onde não cabe ao desenvolvimento da argumentação e da construção dialógica

CONCLUSÃO

Um dos conceitos mais importantes desenvolvidos por Marx para se entender a dominação e a expansão do capitalismo não só enquanto sistema econômico foi o de fetichismo da mercadoria. Sem a sua construção e posteriores desdobramentos pelas mais variadas áreas do conhecimento estaríamos no limbo do entendimento da construção do ser humano unidimensional dentro de uma sociedade homogeneizada dentro das trocas comerciais e com uma capacidade de resistência quase nula a dominação do capital tanto no âmbito objetivo e prático quanto no âmbito da subjetividade, onde as relações constitutivas se espraiam no controle do inconsciente coletivo com a mercadoria.

Um desdobramento interessante do conceito de fetichismo da mercadoria foi o trazido por Adorno e Horkheimer que foi o de

Indústria cultural. Em tom de denúncia, os autores explicam como o sistema capitalista se globaliza e domina a cultura, inclusive relegando a mesma a dimensão da razão instrumentalizada e a da produção em série, relegando a capacidade autônoma da arte sempre ao campo da promessa e de uma libertação da realidade administrada que sempre está no campo do vir a ser:

O catálogo explícito e implícito, esotérico e exotérico, do proibido e do tolerado estende-se a tal ponto que ele não apenas circunscreve a margem da liberdade, mas também domina-a completamente. Os menores detalhes são modelados de acordo com ele. Exatamente como o seu adversário, a arte de vanguarda, é com as proibições que a indústria cultural fixa positivamente sua própria linguagem com sua sintaxe e seu vocabulário [...]. O paradoxo da rotina travestida de natureza pode ser notado em todas as manifestações da indústria cultural, e em muitas ele é tangível [...]. É essa natureza, complicada pelas exigências sempre presentes e sempre exageradas do médium específico, que constitui o novo estilo, a saber, 'um sistema da não- cultura, à qual se pode conceder até mesmo uma certa 'unidade de estilo', se é que ainda tem sentido em se falar em uma barbárie estilizada. (ADORNO, HORKHEIMER, p. 120-121, 2002)

Mesmo no mundo do comércio, da necessidade de consumo inútil, da diversão ascética, Benjamin mostra ser possível a resistência da cultura. Analisando uma das suas principais criações onde o ideário fetichista do consumo é largamente difundido entre as massas é no cinema que o autor vê uma forma de "burlar" o sistema em voga.

Pelo grande poder de exibição adquirido na sociedade entre as massas, Benjamin vê no cinema uma possibilidade de educar as massas e fazer com que o ser humano reconstruído de forma unidimensional na sociedade da homogeneização ascética e do lazer inútil possa se utilizar desse importante instrumento componente da indústria cultural um grande aliado na tomada coletiva da consciência dentro do sistema capitalista podendo ser entendido também como um instrumento de grande capacidade de mudança.

Pode-se comprovar essa colocação feita a cima através de um comparativo simples entre os filmes em séries produzidos por Hollywood e os cineastas que fazem um cinema que pode ser colocado como de resistência à globalização de um ideal cultural que destrua a cultura local e que não se adequa diretamente à dimensão do consumo capitalista.

Esse conflito pode ser observado em filmes como *Madadayo*, *Sonhos* e *Ponto de mutação*. Aqui faço essa colocação levando em consideração levando sempre em consideração as diferenças gritantes com relação as técnicas utilizadas para as suas produções, estilo estético utilizado para trabalhar os temas.

O que trago aqui, de forma inconteste é a utilização do cinema para a resistência ao cinema da indústria cultural no qual a técnica torna-se mais importante do que a capacidade de expressão estética. Os filmes em questão trazem na sua construção, roteirização e produção a resistência a cultura globalizada, a homogeneização das relações sociais bem como o uso da razão de forma tecnicista e instrumentalizada onde o pensar acaba por se tornar uma dimensão do resistir.

Nesse contexto o filme demonstra um potencial de resistência a originalidade da sua composição, onde o mais importante seria a sua audiência, não em dados estatísticos, mas no sentido de capacidade de exibição e poder de reflexão das massas.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO T. W. A. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Trad. de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

ADORNO, T. W. *Tempo livre. In: Palavras e sinais: modelos críticos 2*. Trad. de Maria Helena Ruschel. Petrópolis: Vozes, 1995.

ADORNO T. W. *Teoria da semicultura*. Primeira versão, v.13, p.9, 2005

ADORNO T. W. *Notas de literatura 1. 2. ed.* Trad. de Jorge de Almeida. São Paulo: Editora 34, 2008

_____. *Educação e emancipação*. Trad. de Wolfgang Leo Maar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.

_____. *Teoria estética*. Trad. port. Margaret S. Archer, Lisboa: Edições 70. 2001

_____. *Minima Moralia*. Trad. port. Artur Morão, Lisboa: Edições 70. 1993

_____. O fetichismo na música e a regressão da audição. In: *Os pensadores*. Trad de Luiz João Baraúna. São Paulo: Abril cultural, 1980.

ANDREW, Arato; GEBHARDT, Eike. *The Essential Frankfurt School Reader*. New York: The Continuum Internacional Publishing Group, 2005

BENHABIB, S. *Critique, Norm, and Utopia: A Study of the Foundations of Critical Theory.*, New York: Colombia University Press, 1986.

BERMSTEIN, J. M. *Adorno: Disenchantment and Ethics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

BOM MEIHY, José Carlos Sebe. **Os novos rumos da história oral: o caso brasileiro**. In: Revista de História, v. 155, n. 2, 2006. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/19041>> (Acesso em 27/11/2021)

CAMARGO, Sílvio César. *Modernidade e dominação: Theodor Adorno e a teoria social contemporânea*, Campinas: UNICAMP, 2001.

CLAUSSEN, D. *Theodor W. Adorno: Ein letztes Genie*. Frankfurt am Main: Fischer, 2003.

COOK, D. *The Culture Industry Revisited: Theodor W. Adorno on Mass Culture*. Lanham, Md.: Rowman and Littlefield, 1996.

CUNHA, Cliciane Sampaio Pinheiro, ABREU, Daphne de Sousa de, VASCONCELOS, Marina Alessandra Santos, LIMA, Sérgio Ricardo Ribeiro. **Fetichismo e alienação do trabalho na atualidade a partir das**

concepções de Marx. Disponível em: https://efaidnbnmnnnibpcajpcgl-defindmkaj/http://www2.uesb.br/eventos/semana_economia/2014/anais-2014/g02.pdf (Acesso em 20/08/2022)

DEBORD, G. *Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. **História oral e narrativa: tempo, memória e identidades.** In: *História oral*, N.6, 2003. Disponível em: <https://www.revista.historiaoral.org.br/index.php/rho/article/view/62> (Acesso em 27/11/2021)

DUARTE, Rodrigo. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Minas Gerais: Editora da UFMG, 2003.

FIGUEIREDO, Jacqueline de Sousa Batista. **A educação em tempo integral no contexto das políticas públicas brasileiras.** Disponível em: https://anpae.org.br/IBERO_AMERICANO_IV/GT5/GT5_Comunicacao/JacquelineDeSousaBatistaFigueiredo_GT5_integral.pdf (Acesso em 07/07/2022)

FREITAS, Verlaine. *Indústria cultural*. In: *Adorno e a arte contemporânea*, 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2002.

HABERMAS, I. O entrelaçamento de mito e Esclarecimento: Horkheimer e Adorno, In: *O discurso filosófico da modernidade*. Trad. de Luiz Sérgio Repa e Rodnei Nascimento (et. all.). São Paulo: Martins Fontes, 2002.

HORKHEIMER, M. e ADORNO, T. W. *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Trad. de Guido Antonio de Almeida, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

HORKHEIMER, Max. Teoria tradicional e teoria crítica. In: *Os pensadores*. Trad. de Edgar Afonso Malagodi e Ronaldo Pereira Cunha. São Paulo: Abril cultural, 1980.

HORKHEIMER, M. e MARCUSE, H. Filosofia e teoria crítica. **In:** *Os pensadores*. Trad de Edgar Afonso Malagodi e Ronaldo Pereira Cunha. São Paulo: Abril cultural, 1980.

HORKHEIMER, Max. Conceito de iluminismo. **In:** *Os pensadores*. Trad. de Zeljko Loparié e Andréa Maria Altino de campos Loparié. São Paulo: Abril cultural, 1980.

HUHN, Thomas. *The Cambridge Companion to Adorno*. Cambridge: The Cambridge University Press, 2004.

JAY, Martin. *A Imaginação dialética*. Rio de Janeiro: Azougue, 2009.

JIMENEZ, Marc. *Para ler Adorno*. Trad. de Roberto Ventura. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.

MATOS, Olgária C. F. *Os arcanos do inteiramente outro: a Escola de Frankfurt, a melancolia e a revolução*, 2. ed., São Paulo: Brasiliense, 1995.

MASCARELLO, Fernando (org.). HISTÓRIA DO CINEMA MUNDIAL. Campinas, São Paulo: PAPIRUS, 2006. MINAYO, M. C. S. (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1995.

MUSSE, Ricardo. *Theodor Adorno: Filosofia de conteúdos e modelos críticos*, São Paulo: Transformação, 2009.

MARX, Karl. *Teses sobre Feuerbach*. Trad. de Georges Labica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *A ideologia alemã*. 9 ed. São Paulo: Hucitec, 1993.

MARX, Karl. *Contribuição para a crítica da economia política*. Tradução de Maria Helena Barreiro. São Paulo: Mandacaru, 1977.

MARX, Karl. Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos. In: *Coleção os pensadores*. Rio de Janeiro: Abril cultural, 1974. [Seleção de José Arthur Giannotti]

MARX, Karl. *O Capital*: crítica da economia política – o processo global da produção capitalista. Livro 1 a 3. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, [s/d].

O' CONNOR, Brian. *The Adorno Reader II*. Oxford: Blackwell Publishers, 2000.

RORTY, Richardy. *Solidariedade ou objetividade?* Trad. de Maria Amália Andery e Teresa Maria de Azevedo Pires Sérgio, São Paulo: Novos estudos, 1993.