

SEMANA 05 – REPERTÓRIO – O CONCEITO MARXIANO DE FETICHISMO

O conceito de “fetichismo da mercadoria” foi cunhado por Karl Marx (1818- 1883) na obra-prima intitulada O Capital [1867], estando diretamente ligado a outro conceito, o de “alienação”.

Palavra alienação vem do Latim “alienus”, que significa “de fora”, “pertencente a outro”. Karl Max, em sua obra Manuscritos econômico-filosóficos, de 1844, utilizou a palavra “alienação” para designar o estranhamento do trabalhador com o produto do seu trabalho, ou seja, o trabalhador não mais dominando todas as etapas de fabricação e não possuindo os meios de produção para tal, acaba não se reconhecendo no produto produzido, passando o produto a não ser visto como ligado ao seu trabalho. É como se o produto tivesse surgido independente do homem/produtor, como uma espécie de feitiço, daí o termo utilizado por Max: fetichismo da mercadoria.

Para Marx (1994, p. 81),

“A mercadoria é misteriosa simplesmente por encobrir as características sociais do próprio trabalho dos homens, apresentando-as como características materiais e propriedades sociais inerentes aos produtos do trabalho; por ocultar, portanto, a relação social entre os trabalhos individuais dos produtores e o trabalho social total, ao refleti-la como relação social existente, à margem deles, entre os produtos do seu próprio trabalho”.

Nesse sentido, o produto perde a relação com o produtor e parece ganhar vida própria. Passa a ser compreendido como algo “de fora” do trabalhador, ficando esse “alienado” em relação ao produto. Assim, o “Fetichismo da Mercadoria” caracteriza-se pelo fato das mercadorias, dentro do sistema capitalista, ocultarem as relações sociais de exploração do trabalho.

Segundo Marx (1994, p.81),

“Uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. Para encontrar uma símile, temos que recorrer à região nebulosa da crença. Aí, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas que mantêm relações entre si e com os seres humanos. É o que ocorre com os produtos da mão humana, no mundo das mercadorias. Chamo isto de fetichismo [...]”

Fetichismo de mercadoria: a “naturalização” de padrões sociais “não-naturais”, por Rita de Cássia M. Jubini

O século XXI é retratado por um período de transição, em que é nítida a transformação da filosofia, na sociedade, engajada nos preceitos das Revoluções Burguesas, do século XVIII.

Segundo o Dicionário da Língua Portuguesa Aurélio, o conceito “fetiche” se refere ao “objeto animado ou inanimado, feito pelo homem ou produzido pela natureza, ao qual se atribui poder sobrenatural e se presta culto” (Holanda, 1993, p. 429). Foi através desse significado que Karl Marx conferiu o termo ao fenômeno da Era Moderna, referente as relações sociais envolvidas na produção como relações econômicas, entre o sistema monetário e os interesses do mercado. Isto é, o Fetichismo da Mercadoria transforma, ideologicamente, os fatores subjetivos em padrões.



Marx explicita em sua obra “O Capital” que o produto, quando finalizado, tinha seu valor determinado numa percepção irreal e infundada, de acordo com os negócios empresariais. Ou seja, o produto adquire um valor como se

não fosse fruto do trabalho humano. Em seu ponto de vista, a mercadoria parecia “ganhar vida própria” e ser fator determinante, na sociedade: quem possui, está em um certo padrão social; quem não possui, não está.

Diante do exposto, é significativo ressaltar como o contexto social, histórico e político implica direta e indiretamente na vida dos indivíduos, que nele vivem. Em suma, o “padrão”, por mais subjetivo que seja, pode se “coisificar”, no cotidiano do sujeito, levando-o a estímulos depressivos e a vários transtornos e/ou desconfortos psicológicos. Diante aos preceitos do século XXI, transformaram a ideia de liberdade em produto de marketing. Fala-se muito em evolução e “empoderamento”. Todos estão sentindo a mesma necessidade de reparar os erros de um mundo conservador e pessimista – mas poucas pessoas estão dispostas a colocar as “mãos na massa”.

Se a cultura de massa permite continuar vivendo no mesmo conformismo, mas com aditivos para alimentar a consciência social, então, ela é apoiada. Isto é, a situação permanece: a classe trabalhadora é bombardeada, através dos meios de comunicação, sobre como deve-se ser, vestir e se comportar. Reverencia-se a marca. Continua-se na base da pirâmide. Perpetua-se o desgaste físico, emocional, por trás do esforço para estar no padrão, para ter o padrão, para SER o padrão.

“Senhores, não vos deixeis iludir pela palavra abstrata de liberdade. Liberdade para quem? Esta não é a liberdade de um simples indivíduo em presença de outro indivíduo. É a liberdade que tem o capital de esmagar o trabalhador.” (Marx, 1848, p. 13)

A liberdade deste século é válida apenas para quem possui capital. A classe trabalhadora, que não detém os meios de produção e nem capital, fica à mercê da benevolência de empresários, que se sustentam da exploração. O resultado é uma relação “coisificada”, invertendo a relação social: as pessoas agem como objetos e os objetos são percebidos como pessoas. Causando, assim, dependência dos produtos, pois a necessidade está instalada, estimulando desconfortos e transtornos psicológicos, em vários graus, estimulado pela vontade de possuir algo que naturalizou-se, que padronizou-se, gerando uma falsa sensação de liberdade.

As grandes questões refletidas pela Filosofia, no século XIX, pós Revolução Industrial, foram provocadas pelo Romantismo, enfatizando a preocupação com o ceticismo radical e a impossibilidade de apreensão da verdade.

O grande tema refletido, nessa época, e que tem raízes profundas na tradição, foi o tema sobre o absoluto, sobre a possibilidade de uma nova metafísica, de uma nova verdade absoluta. Ora, se na Idade Média essa verdade era o místico e o Clero, na Idade Moderna, o produto será determinante. Ou seja, numa sociedade industrial, o que se possui, o que se é, o que se veste, determina quem domina, quem está no topo da pirâmide social. A disfunção, nisso, é a questão do aprisionamento de um indivíduo para outro, subordinados a uma verdade subjetiva e elitizada, que fora, estrategicamente, instalada como objetivo a ser atingido. Através da maiêutica socrática, entende-se que essa “verdade” ou essa “razão” seja questionável. Seja subjetiva, não sendo “coisificada” ao ponto de causar desconfortos paradoxais.

Hegel atribui ao termo razão à soma de todas as manifestações humanas, pois, segundo ele, só o homem possui um “espírito”. Ou seja, sua filosofia defende que o ser humano não se trata de uma espécie de consciência adormecida, mas sim, despertada. Isto é, Hegel defendia que a verdade era algo subjetivo e questionava a possibilidade de haver apenas uma verdade, pois todo o conhecimento é conhecimento humano.

Para ele, através da exteriorização da ideia, independente das “coisas”, o pensamento cria o mundo, sendo toda verdade essencialmente vinculada a determinado contexto histórico. Segundo a sua filosofia, o mundo sempre existiu, mas, através da cultura humana, o mundo desperta cada vez mais a sua consciência. Mas a dialética de Hegel não se resume somente à história. Isso quer dizer que, quando se debate ideias, discute-se dialeticamente, pois tenta-se identificar erros em certa forma de pensar. Esse fato é definido, por Hegel, de “pensamento negativo”. Para ele, no decorrer da discussão, ao se detectar essas falhas, ao mesmo tempo, preservar-se os pontos positivos.

Segundo pesquisas de suicidologia, quando volta-se ao ano de 1930, durante o período da quebra da Bolsa de Valores de Nova Iorque, registrou-se um número significativo de suicídios, em relação ao ocorrido. Ron Maris, ex-diretor do Centro sobre Suicídios da Universidade da Carolina do Sul observou um aumento do índice de suicídios, em períodos de recessão. Baseando-se nessas informações, pode-se concluir como o poder aquisitivo dos séculos industriais são determinantes na vida física e psicológica dos indivíduos, o que leva a problemática: o enguiço do “ser”, do “estar no padrão” e do “possuir” pode causar depressão entre outros transtornos psicológicos; pois isso é considerado “verdadeiro” nesta época, objetivando, de uma forma falaciosa, que o fato de não “ser”, não “estar” e não “possuir” torna o sujeito menos “valioso” socialmente. Sendo assim, o objetivo à solução da problemática é: intervenção direta, na sociedade, apresentando a subjetividade dessa “verdade”. Ou seja, **será possível que, as pessoas estando conscientes disso, podem tornar-se menos propícias ao controle de massa industrial?**