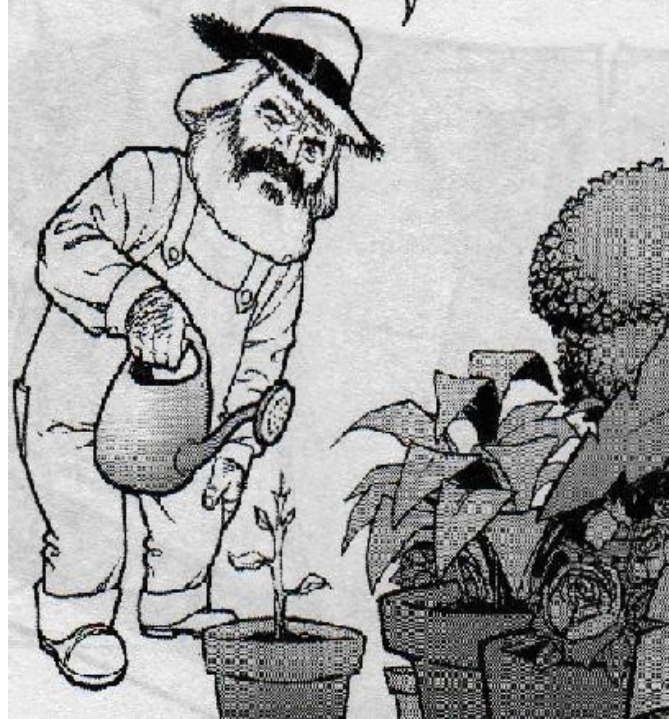


Observações Sobre o “Fetichismo”

Anotações que ajudam a
compreender o texto de Marx

EL FETICHISMO GENERA
LA ILUSIÓN DE QUE EL DINERO, CUANDO
ESTÁ DEPOSITADO EN EL BANCO, CRECE SOLO
COMO SI FUERA UNA PLANTA. EN REALIDAD,
LA FUENTE DE ESE CRECIMIENTO ES EL
TRABAJO EXPLOTADO



Forma e matéria

O que é forma?

Forma é o que faz do ser o que é.

O que é matéria?

Matéria é o que recebe a forma.

Exemplo trivial

Forma da garrafa: caráter do recipiente cilíndrico com gargalo e boca.

Aqui a forma é visível.

Matéria da garrafa: o vidro.

Exemplo econômico

Forma mercadoria: caráter do produto do trabalho que o define como algo para ser transacionado no mercado, ou seja, como algo que possui valor.

Aqui a forma não é visível.

Matéria da mercadoria: o valor de uso.

Valor de uso puro

Considere-se uma maçã.

Se alguém planta e cultiva uma macieira para que produza maçãs para a sua própria família comer, então as maçãs produzidas não têm a forma de mercadoria.

Serão apenas valores de uso.

Valor de uso subordinado

Agora, se alguém planta e cultiva macieiras para que elas produzam maçãs para serem vendidas no mercado, estas adquirem a forma de mercadoria.

Nesse caso, elas serão mercadorias, ou seja, coisas de duplo significado, valores de uso e valores.

Algo muito importante

O valor de uso é **um fim para outro fim**: satisfazer necessidade humanas de qualquer espécie.

O valor é, em princípio, **um fim em si mesmo**. O valor pode ser acumulado.

Ilusão real

O que é fetichismo da mercadoria?

É a confusão **espontânea** entre a matéria que serve de suporte à forma mercadoria e a própria forma mercadoria.

O fetichismo conforma-se como **ilusão real** – uma ilusão que se configura na prática.

Fetichismo

O suporte da forma mercadoria é o valor de uso. A forma mercadoria é o caráter de valor que adere aos produtos do trabalho no processo social mercantil.

O fetiche, portanto, consiste em atribuir ao valor de uso o caráter de valor.

Primeiro exemplo

Exemplo trivial: a maçã vale 10 reais.

Se digo **“a maçã vale 10 reais”** atribuo ao valor de uso maçã um valor econômico, confundindo o valor de uso (suporte da forma) com o valor (aquilo que define a forma de mercadoria).

Segundo exemplo

Um exemplo mais brilhante:
o ouro é dinheiro.

Se eu digo que o **ouro é dinheiro** atribuo valor ao valor de uso dourado, como se essa propriedade social abstrata (expressão de relações sociais) fosse inerente à coisa ofuscante, que não é abstrata em si mesma.

Fetichismo de papel

O fetichismo se mistura com outras formas de expressão social: não é a mesma coisa usar um anel de ouro e enrolar uma nota de 1.000 dólares no dedo.

Pois, no segundo caso, o fetichismo perdeu o seu brilho dourado.

Naturalização do social

O fetiche implica sempre numa **naturalização do social**.

Decorre da atribuição de propriedade originada de relação social às coisas em seu caráter de coisas naturais.

Há ilusão, mas **a ilusão é real**, ou seja, socialmente espontânea: **os homens o criam, mas não o sabem**.

O social-natural como convenção

Agora, também é possível negar essa ilusão reflexivamente. Eu posso pensar que o valor da maçã na expressão “a maçã vale 10 reais” é mera convenção.

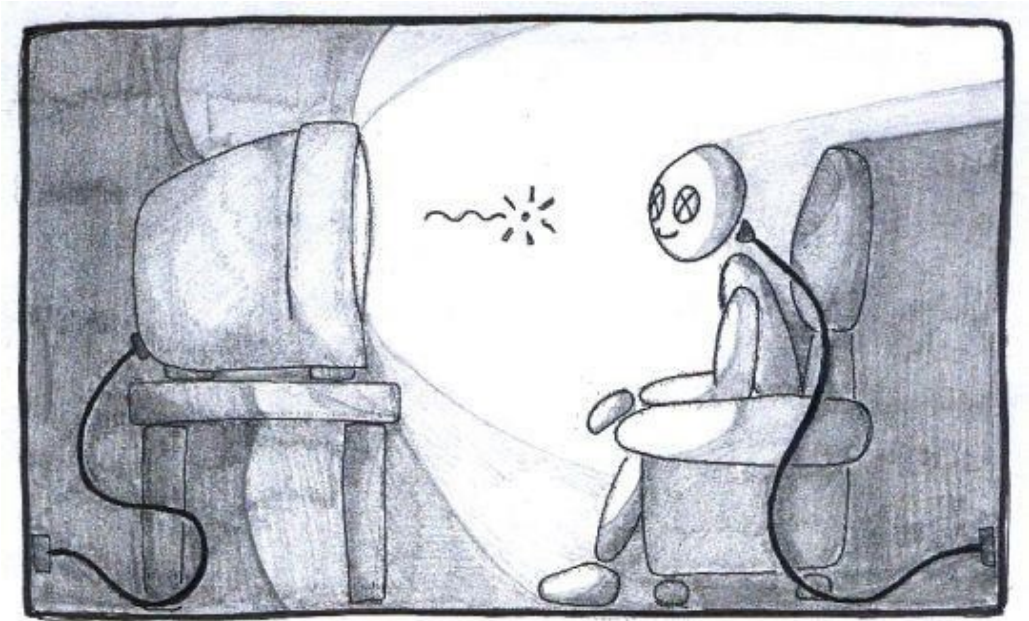
Para Marx, entretanto, cai-se assim numa ilusão simétrica à do fetichismo.

Tomba-se numa mistificação

Pois, nesse caso, promovo a abolição do valor intrínseco da mercadoria.

Tenho, então, de explicar o valor de troca a partir das ações conscientes dos “homens”. Mas, a formação de preços é um processo sistêmico, inconsciente...

Ademais, tais “homens” não são seres humanos, mas agentes econômicos, ou seja, pessoas coisificadas.



Da coisa à imagem

Guy Debord reformulou o fetichismo do seguinte modo:

“Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como **uma enorme acumulação de espetáculos**. Tudo que era vivido diretamente tornou-se uma representação”.

Por quê?

Guy Debord disse ainda: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas **relações sociais de imagens”.**

É evidente que Guy Debord troca mercadorias (coisas) por espetáculos (representações).

Por quê?

Me leva!
Me compra!



É isso aí!
Não irá se
arrepender!



Nós
te amamos,
cara!



Confia em mim!
Fez um ótimo
negócio!



É uma maldição que me
assola desde que recebi
um cartão de crédito!



Da necessidade à superfluidade

Ora, para Marx, como foi visto antes, os valores de uso decorrem de propriedades materiais das coisas, as quais satisfazem necessidades humanas de várias espécies, originadas “do estômago ou da fantasia”.

Com o desenvolvimento do capitalismo, criou-se a indústria cultural, a propaganda e o marketing com o propósito criar cientificamente imagens consumíveis e, assim, os próprios consumidores.

O espiritismo mercantil

Para Guy Debord, as mercadorias deixam então de valer como objetos de uso para valerem propriamente como imagens.

São, então, as imagens que dão suporte a forma mercadoria. O fetiche se desmaterializa... (ou seja, se espiritualiza...)

E.P. clássica e E. vulgar

Veja-se o que diz Marx sobre isso:

“E para esclarecer de uma vez por todas, entendo como Economia Política clássica toda a economia desde W. Petty que investiga o nexo interno das condições de produção burguesas como antítese da economia vulgar, que apenas se move dentro do nexo aparente.”

E.P. clássica e E. vulgar

“ [A economia vulgar] rumina constantemente de novo o material já há muito fornecido pela economia científica oferecendo um entendimento plausível dos fenômenos, por assim dizer, mais grosseiros e para o uso caseiro da burguesia. Limita-se de resto, a sistematizar, a pedantizar e proclamar como verdades eternas as idéias banais e presunçosas que os agentes da produção burguesa formam sobre seu mundo, para eles o melhor possível.”

Falha básica da E. P. clássica

“É uma das falhas básicas da Economia Política clássica não ter jamais conseguido descobrir, a partir da análise da mercadoria e mais especificamente, [da análise] do valor das mercadorias, a forma de valor – a qual justamente torna [o valor] valor de troca. Precisamente, seus melhores representantes, como A. Smith e Ricardo, tratam a forma de valor como algo totalmente indiferente ou como algo externo à própria natureza da mercadoria.”

Falha básica da E. P. clássica

“A razão não é apenas que a análise da grandeza de valor absorve totalmente sua atenção. É mais profunda. A forma valor do produto de trabalho é a forma mais abstrata e também, contudo, a forma mais geral do modo burguês de produção.”

Falha básica da E. P. clássica

“[Por meio dessa forma, ele] se caracteriza como uma espécie particular e, com isso, ao mesmo tempo, histórica, de produção social. Se, no entanto, for vista de maneira errônea como a forma natural eterna de produção social, deixa-se também necessariamente de ver o específico da forma valor, portanto, da forma mercadoria, (...) da forma dinheiro, da forma capital, etc.”