

O FETICHE DO CAPITAL E A CLAUSURA DO IMAGINÁRIO¹

Marcus Baccega*

Resumo

O presente ensaio pretende discutir a possibilidade de se deduzirem os contornos do que seria um “imaginário” do modo de produção capitalista na obra de Karl Marx, notadamente em *O Capital*. Para tanto, vale-se da idéia de fetiche do capital, sobretudo em sua forma mercadoria, desenvolvida por Marx na seção 4 do Capítulo 1 do Livro I de *O Capital*, procurando vislumbrá-la como determinante de uma verdadeira clausura do imaginário capitalista. Nestes termos, à luz da contribuição do pensador da Escola de Frankfurt, Erich Fromm, objetiva-se perscrutar a crítica profunda de Marx ao claustro em que o modo de representação que corresponde ao modo de produção capitalista precipita os homens na contemporaneidade. Desta forma, propõe-se aduzir as teses marxianas para o debate próprio à História das Mentalidades.

Palavras-chave: Karl Marx, fetiche, imaginário, História das Mentalidades.

I. Introdução

Esta breve dissertação pretende desenvolver um ensaio de heresia acadêmica, propondo uma análise do conceito de fetiche em Karl Marx a partir da abordagem metodológica própria à História da Mentalidade, por meio do recurso ao conceito de imaginário, como consagrado a partir da célebre obra de Marc Bloch, *Os Reis Taumaturgos*, de 1924. Trata-se, por conseguinte, de uma tentativa de inserir o necessário estudo da obra de Marx no campo de perquirição da História da Cultura, deste modo adensando a confluência de paradigmas e horizontes metodológicos que o caracteriza, a partir da introjeção da complexidade, sofisticação teórica e crítica contundente e profunda do pensamento de Marx à Modernidade e seu modo de produção, o Capitalismo.

Com efeito, pretende-se perscrutar a possibilidade de deduzir a caracterização de um imaginário do Capitalismo em *O Capital*, sobretudo com a investigação do conceito marxiano de fetiche da mercadoria e do capital, por muitos considerado apenas como apenso filosófico à

¹ Texto apresentado, originalmente, como monografia de conclusão da disciplina de pós-graduação **Estudos sobre o Materialismo Histórico**, na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (2003).
* **Marcus Baccega**, mestre em História Social, doutor em História, mestre em Filosofia e professor adjunto na Universidade de São Paulo.

teoria econômica de Marx, consignado no capítulo 4 do Livro I do *Capital*. Essa apressada e superficial caracterização conduziu muitos autores marxistas, ao longo do século XX, não apenas a perpassar o cerne complexo da teoria marxiana sobre o Capitalismo, a Modernidade e a própria historicidade da condição humana ou sua autoconstrução por meio do trabalho, como a engendrar formas de materialismo mecanicista, economicista e esquemático, imputadas a Marx.

Neste lastro, a relevante contribuição do economista Isaak Illitch Rubin, em *A Teoria Marxista do Valor*², constitui um dos móveis da análise que se pretende aqui consagrar ao fetiche em Marx. O pensador marxista alerta, já ao início de seu livro, para o equívoco teórico e metodológico em que incorrem muitos daqueles que se aventuram em debates acerca da obra de Marx, desconsiderando a centralidade de sua crítica ao fetiche da mercadoria e, de forma ainda mais complexa, do próprio capital, não apenas para a compreensão da reificação das relações sociais no modo de produção capitalista, como para apreender o mistério da prosopopéia dos produtos do trabalho humano nesta formação econômica moderna. Essa é a razão pela qual adquirem uma subjetividade mistificada que, nas palavras do próprio Marx, extingue a subjetividade mesma do trabalhador e o converte em mero fator de produção, força de trabalho desumanizada. A teoria do fetichismo corresponde, para Rubin, a uma teoria geral das relações de produção na economia mercantil-capitalista, ou, ainda, a uma verdadeira propedêutica à economia política, sobretudo no que concerne à análise do valor.³

Apresenta-se irrefutável o interesse teórico que atrai um historiador da Cultura para a obra de Marx, sobretudo quando se tratar de desvelar os mecanismos ideológicos de que se vale o modo de produção capitalista para personificar os produtos da atividade produtiva humana e dessa subtrair todo potencial criativo – portanto humanizador – engendrando uma Modernidade pervadida por fantasmagorias, como bem se refere Walter Benjamin nas *Passagens*, que encerra o homem no claustro sem sentido de um *animal laborans*, para empregar a célebre expressão de Hannah Arendt. Para um historiador do imaginário medieval, portanto de um *ethos* cristão e cavaleiresco, compreender a tessitura ideológica do modo de produção capitalista significa decifrar o ruptura tensa e radical que a gesta da Modernidade implicou ao nível da mentalidade ocidental, instaurando a supremacia do *Homo oeconomicus* moderno sobre outras dimensões potencialmente aniquiladas do humano, como o *Homo ludens*, o *Homo aestheticus*, o *Homo politicus*, sujeitas que estão à suserania do fetiche do capital.

² Cf. RUBIN, Isaak I. *A Teoria Marxista do Valor*, São Paulo: Polis, 1987., p. 18.

³ *Idem*, p.p. 16 a 20.

Outrossim, razões de ordem pessoal impulsionam este esboço, advindas da filiação política e religiosa do autor ao Socialismo cristão e à Teologia da Libertação, que soube, com propriedade, reconhecer em Marx um autêntico profeta da crítica radical do império desumanizador do capital e teórico de suas possibilidades sistêmicas de crise e desestruturação, ou mesmo colapso. Os antagonistas da Esquerda Católica imputaram a Marx a condição de “Quinto Evangelho” dos pensadores da vertente progressista da Igreja Católica, predicado que aqui se recepciona com imenso gáudio! Entretanto, esta faina não se desfigurará em panfleto político ou declaração programática de intenções de qualquer movimento social. Opera-se com a perspectiva da liberdade de transitar por diversos sistemas de valores (*Wertfreiheit*), à maneira de Max Weber, sem qualquer veleidade de neutralidade teórica, ou “científica”, como as traduções em idioma português imputaram ao pensador alemão. Neste sentido, atua-se por ora com fulcro na necessária seriedade analítica, imprescindível ao labor científico, sendo tal – e somente essa – a razão da exposição dos móveis ideológicos pessoais do autor⁴.

Para tanto, apresenta-se um esboço de conceituação, ainda que propedêutico, a respeito do imaginário como categoria fundamental de constituição do discurso analítico da História da Mentalidade, discutindo-se a pertinência de sua aplicação à elaboração teórica de Marx acerca do fetiche na sociedade capitalista. Isso posto, parte-se para a compreensão mais profunda desta categoria da Economia Política marxiana, aspirando-se a uma dissecação radical da tessitura do imaginário do Capitalismo. No que concerne à metodologia, este estudo filia-se ao programa da Escola dos *Annales*, no anelo de promover uma interface crítica entre a História da Cultura, a Economia Política de Karl Marx (ou antes, sua crítica desveladora da Economia Política) e o contributo, ainda que discreto e difuso no presente ensaio, da análise da Antropologia Cultural, que Jacques Le Goff reputa interlocutora privilegiada da História, na obra de Melville Herskovits⁵. Será fundamental, neste esforço de análise, a interpretação do pensamento de Marx por parte do psicanalista Erich Fromm⁶, vinculado à Escola de Frankfurt.

As considerações da Antropologia Cultural podem fornecer elementos de compreensão das funções simbólicas e rituais desta mercadoria que se fetichiza e deste capital que se torna suserano de homens e clausura de seu imaginário, facultando sua apreensão analítica como signo imagético por excelência, fiador daquilo que um crítico pós-moderno do Marxismo, o

⁴ Longe de representar uma quimera ou devaneio intelectualmente inconseqüente, a aproximação, mesmo a associação, entre o Humanismo marxiano e o cristão foi percebida por Erich Fromm, que recorda escritos do próprio Friedrich Engels a tal respeito.

⁵ Cf. HERSKOVITS, Melville. *Antropologia Cultural*, São Paulo: Editora Mestre Jou, 1963.

⁶ Cf. FROMM, Erich. *Das Menschenbild bei Marx*, Frankfurt am Main: Europäische Verlagsanstalt, 1980.

sociólogo francês Jean Baudrillard, considerou um sistema de comunicação entre mercadorias, como signos auto-referentes, nos quadros de uma sociedade de consumo, que a nada se referem senão a outros signos do mesmo sistema, consignando um discurso desprovido de qualquer conteúdo⁷.

Ademais, a leitura de Erich Fromm responde, com elevado nível de competência analítica, ao desafio de retornar à obra mesma de Marx, superando as interpretações de matiz mecanicista, ou mesmo aquelas propostas por leituras de tendência estruturalista, como a de Louis Althusser. Fromm propicia uma verdadeira redescoberta de Marx, assinalando como seus *Manuscritos Econômico-filosóficos* implicaram um sofisticado Existencialismo *avant la lettre*, no que se reporta à conceituação da materialidade da *autopoiesis* humana e da história como seu solo ontológico⁸.

Adensando mais ainda a presença da Nova História na presente discussão, a problematização se faz a partir de uma questão central, que sintetiza este ensaio: é possível deduzir do conceito de fetiche do capital em Marx uma caracterização do imaginário capitalista? Neste lastro, pensa-se, também à maneira dos fundadores da Escola dos *Annales* (Marc Bloch e Lucien Febvre), que *pas de problème, pas d'Histoire*.

II. Entrar a ideologia e mentalidade: o conceito de imaginário

Em capítulo da obra coletiva *A Nova História*, coordenada por Jacques Le Goff, a historiadora francesa Evelyne Patlagean oferta uma definição de imaginário idônea para os propósitos deste estudo. A autora inicia seu ensaio⁹ com a definição e as fronteiras do imaginário. O mesmo se compreende como conjunto das representações que exorbitam em relação aos lindes das constatações empíricas e dos encadeamentos dedutivos autorizados pela experiência. Cada cultura, cada formação social, ou mesmo cada segmento interno a uma sociedade complexa, nutrem um imaginário próprio. Nesta perspectiva, o limite entre o real e o imaginário revela-se volátil, enquanto o território perpassado por tal fronteira permanece de forma idêntica, já que abrange todas as esferas da experiência humana. Se o intuito do historiador for o conhecimento do imaginário de uma sociedade pretérita, afastada no espaço e no tempo, a divisa entre real e imaginário será traçada de forma coincidente com a posição

⁷ Cf. LABURTHE-TOLRA, Philippe. WARNIER, Jean-Pierre. *Etnologia, Antropologia*, Petrópolis: Editora Vozes, 1997.

⁸ Cf. FROMM, Erich. *Op. Cit.*, p. p. 15 a 18.

⁹ PATLAGEAN, Evelyne. "A história do imaginário". In: LE GOFF, Jacques. *A História Nova*, São Paulo: Martins Fontes, 2001.

deste limite para o cotidiano do próprio historiador, para sua formação social e cultural.

Em ensaio acerca do imaginário urbano em tempo de globalização, o historiador Ulpiano T. B. de Meneses¹⁰ confere ao tema do imaginário uma noção de contornos mais definidos, articulando elementos e variáveis que se agregam em sua produção cultural e histórica. Deste modo, define a *imagem* como forma que atua como suporte para as representações. Essas formam *famílias de imagens*, à maneira de W. Mitchell¹¹, podendo ser divididas em imagens ópticas, gráficas, perceptivas, mentais e verbais. A partir desta idéia primária, pode-se ensaiar a conceituação do *imaginário* como sistema de imagens articuladas, com estrutura e dinâmica próprias.

Traçando o itinerário de evolução destas noções, o autor analisa a situação de marginalização, negatividade e preterimento a que a imaginação se aprisionou por séculos, em virtude da veleidade grega de conceituar o conhecimento verdadeiro, libertando-o das ilusões ou aparências do sensível. A dicotomia real/imaginário perdura até o século XIX, época em que áreas de conhecimento como a Psicanálise (com o estudo de horizontes para além do plano consciente), a Sociologia, a Psicologia, a Filosofia e a Antropologia a vislumbram como poderoso fator de criação. Nesta perspectiva, Cornelius Castoriadis¹² preconiza a capacidade de a imaginação propor uma nova forma que permite, efetivamente, criar o mundo, sem a qual nada seria possível afirmar sobre este mundo. Não por acaso, Castoriadis pretende definir o homem não como animal racional, já que a racionalidade está distante de figurar como objetivo ou padrão para as ações humanas, porém como animal imaginativo.

A História procura compreender o imaginário como dimensão produtora de realidade, sem, entretanto, mitificá-lo como epifenômeno. À maneira de Michel Vovelle¹³, trata-se de fenômeno complexo, policêntrico, comportando bases e flutuações, ordenando-se por múltiplas articulações, tais como famílias, campos morfogenéticos, estilos de imaginação. Imagem, imaginário e imaginação reportam-se, em comum, ao problema do sentido e da significação. Neste circuito envolvem-se fenômenos de produção, armazenamento, circulação, consumo, reciclagem e descarte de sentido: são operações fundamentais de formulação e hierarquização de valores gerados por uma sociedade e imprescindíveis a sua organização.

¹⁰ MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. "A problemática do imaginário urbano: reflexões para um tempo de globalização". In: *Revista da Biblioteca Mário de Andrade*, São Paulo, V. 55, janeiro/dezembro de 1997.

¹¹ MITCHELL, W. J. T. *Iconology, image, text, ideology*, Chicago: The University of Chicago Press, 1986. *Apud* MENESES, Ulpiano T. B. *Op. Cit.*

¹² CASTORIADIS, Cornelius. *A intuição imaginária da sociedade*, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. *Apud* MENESES, Ulpiano T. B. *Op. Cit.*

¹³ VOVELLE, Michel. *Imagens e imaginário na história*, São Paulo: Ática, 1997. *Apud* MENESES, Ulpiano T. B. *Op. Cit.*

Sentidos, significados e valores são construídos pela sociedade, portanto sendo mutáveis, contingentes, históricos. Não são imanentes aos vetores que conferem suporte às imagens. Seus atributos intrínsecos são apenas as propriedades físico-químicas dos materiais de que se compõem, também essas mobilizadas de modos distintos por cada sociedade, no processo de operação de sentido. Pode-se mencionar, a título de síntese integradora, a conceituação de imaginário para Hilário Franco Júnior¹⁴: “conjunto de imagens, verbais e visuais, que uma sociedade ou segmento social constrói com o material cultural disponível para expressar sua psicologia coletiva. Logo, todo imaginário é histórico, coletivo, plural, simbólico e catártico. Não pode ser confundido com imaginação, atividade psíquica pessoal que ocorre, ela própria, de acordo com as possibilidades oferecidas pelo imaginário”. Ainda no lastro de Patlagean, observa-se que a apropriação do imaginário passado das sociedades européias enquanto objeto de conhecimento histórico é fenômeno intelectual recente, já que os medievais e os modernos vislumbravam o passado como prolongamento de sua própria cultura. O distanciamento histórico e analítico esboçou-se a partir do século XVIII, principiando com o Iluminismo e prosseguindo com o Romantismo (que se apropria da herança medieval por apreço estético e nacionalista) e mesmo com a afirmação de uma ciência positivista na transição do século XIX para o XX, fundada na ideologia de uma hierarquia entre as culturas, mediada pela noção de progresso. A pesquisa inaugural desta tendência deve-se a Jules Michelet, que, mais do que compreender, “sente” quais os móveis mentais que impulsionam os humildes às Cruzadas ou ao Milenarismo. No período entre as duas grandes guerras mundiais, inicia-se o modelo de pesquisa hoje hegemônica. O imaginário encontra seu *locus* ideal na então recente História das Mentalidades, instruindo-se com os trabalhos da mesma, como o Além medieval trabalhado por Marc Bloch e as representações do mundo para os contemporâneos de François Rabelais (século XVII), trabalhadas por Lucien Febvre.

Para Hilário Franco Júnior¹⁵, conceitua-se mentalidade como “plano mais profundo da psicologia coletiva, no qual estão os anseios, esperanças, medos, angústias e desejos assimilados e transmitidos inconscientemente, exteriorizados de forma automática e espontânea pela linguagem cultural de cada momento histórico”. De modo complementar, o historiador esclarece que a expressão *psicologia coletiva* adentrou o instrumental teórico dos historiadores a partir do precedente consignado por Marc Bloch em 1924. Designa, propriamente, o complexo de sentimentos, motivações e valores do conjunto de uma determinada formação societária. Revela-se mais abrangente que a noção sociológica de

¹⁴ Cf. FRANCO JÚNIOR, Hilário. *A Idade Média: Nascimento do Ocidente*, São Paulo: Brasiliense, 2001.

¹⁵ Cf. FRANCO JÚNIOR, Hilário. *Op. Cit.*

consciência coletiva, haja vista que opera igualmente com elementos inconscientes da cultura.

O inconsciente coletivo observa-se beneficiado pelas culturas orais e reprimido pelas escritas. Substitui, enfim, o inconsciente individual de Sigmund Freud ou a ele se sobrepõe. É coletivo por ser comum a toda uma sociedade em determinado momento, sendo inconsciente porque despercebido ou mal percebido por seus contemporâneos, já que faz parte de dados “naturais” havidos por imutáveis, idéias recebidas ou lugares comuns, códigos de conveniência ou moral, conformidades, proibições, expressões admitidas e excluídas, sentimentos e fantasmas. Os historiadores o denominam estrutura mental ou visão do mundo, designando os caracteres coerentes e rigorosos de uma totalidade psíquica imposta aos contemporâneos, sem que estejam conscientes do processo¹⁶.

A noção de mentalidade implica a aceitação do sentido positivo de ideologia, como trabalhado por Antonio Gramsci. Para o filósofo político italiano, a par de representar um falseamento proposital e alienante da realidade de dominação de classes em determinada sociedade, consoante a tese marxista clássica, a ideologia pode encerrar um sistema de signos, valores, anseios e representações que fundam uma visão do mundo e uma cultura, assim facultando a emergência de um tecido social no seio de um universo simbólico¹⁷. De forma adicional, Hilário Franco Júnior define a ideologia como:

elaboração consciente e segmentada socialmente, que expressa certas necessidades e expectativas daqueles que a criam, adotam e propagam. É um sistema de representações que constrói uma imagem da sociedade em cores carregadas, negativas e positivas, sob certos aspectos e períodos da mesma. Apresenta forte conteúdo de crítica enquanto sua visão da sociedade não é hegemônica, e torna-se estabilizadora quando aquilo ocorre.¹⁸

A propósito de uma necessária distinção conceitual entre Imaginário (e Mentalidades) e Ideologia, Michel Vovelle rememora que, no atual estado da arte do debate historiográfico, a História das Mentalidades observa-se, a um só tempo, triunfante e profundamente contestada, o que pode ser virtuoso para adensar o conceito em questão. Apesar de se divisar uma redução do poder provocativo da expressão em defluência de sua banalização nas últimas décadas, a

¹⁶ ARIÈS, Philippe. “A história das mentalidades”. In: LE GOFF, Jacques (org.) *A História Nova*, São Paulo: Martins Fontes, 2001.

¹⁷ BOBBIO, Norberto *et alii*. *Dicionário de Política*, Brasília: Editora da UnB, 2002.

¹⁸ Cf. FRANCO JÚNIOR, Hilário. *Idade Média: Nascimento do Ocidente*, São Paulo: Brasiliense, 2001.

História das Mentalidades, como avatar inelutável nas práticas de História da Cultura, representou a ampliação dos temas de interesse da História, tornando-a mais afeita à interlocução com a Sociologia, a Antropologia e mesmo as ciências da linguagem (notadamente a Lingüística e a Semiótica). Tal ampliação fixou seu olhar precisamente sobre o imaginário, vale confirmar, sobre as maneiras de ser, estar e parecer, o que implica a preocupação analítica com as representações sociais e as correspondentes práticas culturais¹⁹.

A História das Mentalidades, portanto do Imaginário, não pretende subsumir a História Econômica e Social, que Jacques Le Goff corretamente caracteriza como base de toda perquirição histórica, porém representar o que Pierre Chaunu denomina “Histoire de troisième niveau”, um complemento denso e problematizador para as outras formas de pesquisa histórica²⁰.

Tarefa ingente, neste momento do trabalho, seria distinguir, para melhor relacionar, os conceitos de ideologia e mentalidade, à maneira de Vovelle. Observa o historiador que ambos coexistem em um campo conceitual único, porém na condição de herdeiros de duas vertentes simultaneamente inconciliáveis e intimamente relacionadas. Se considerada a clássica definição ofertada pelo sociólogo marxista francês Louis Althusser, em *Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado*²¹, ideologia e mentalidades figuram como noções interdependentes. Consignando a idéia de ideologia como relação imaginária dos indivíduos com suas reais condições de existência, o pensador remete a discussão ao nível das representações e, não menos, das práticas e comportamentos conscientes e inconscientes. A adequada leitura de Althusser exige, desde agora, o retorno a Marx. Em sua *Contribuição à Crítica da Economia Política* (1857), no prefácio, Karl Marx assevera que:

Em todas as formas de sociedade, é uma produção determinada e os liames por ela engendrados que assinalam a todas as outras produções e relações por essas elaboradas seu lugar e sua importância. É como um esclarecimento geral em que são mergulhadas todas as cores e onde se modificam suas tonalidades particulares. É como um éter particular que determina o peso específico de todas as formas de existência que aí se

¹⁹ Cf. VOVELLE, Michel. *Op. Cit.*, p. 11.

²⁰ *Idem ibidem*.

²¹ *Apud* VOVELLE, *Op. Cit.*, p. 14.

salientam.²²

Como se refere Friedrich Engels em missiva endereçada a Ernst Bloch em 1890, para a concepção materialista da história, o fator determinante é, em derradeira instância, a produção e a reprodução da vida real. Adverte o pensador alemão, entretanto, que “se alguém torturar esta proposição para extrair-lhe que o fator econômico é o único determinante, acaba por transformá-la em frase vazia, abstrata, absurda”.²³ Em diversas ocasiões, a concepção de ideologia reporta-se àquela idéia, muito afeita ao senso comum induzido pela “Vulgata Marxista”, a partir de uma determinada prática social do discurso, de que a ideologia corresponde a uma espécie de formalização polarizada dos simulacros representados pelas classes subjugadas, em oposição a um vago bom senso dos filósofos e cientistas sociais.

A conceituação de mentalidade, enquanto reflexo de uma prática ou de uma descoberta progressiva, recente e ainda assaz fluida, inscreve-se de forma particular no campo maior da ideologia, exigindo dessa um sentido mais abrangente que aquele ofertado por Althusser. Com efeito, em senso restritivo, é a ideologia que se insere na esfera das mentalidades, representante de uma fração inautêntica e dominada do pensamento, no seio de uma conformação muito maior, uma *ordo repraesentationis*.²⁴ Por tal razão, a aproximação possível entre Ideologia e Mentalidades somente pode manifestar-se com a concepção gramsciana deste fenômeno.

III. A gesta de Moloch no modo de produção capitalista: o fetiche na teoria da Karl Marx

Marx refere-se, ao princípio do Capítulo 24 de *O Capital*, ao objeto precípuo de sua análise como *Moloch* dos tempos modernos, mais uma vez recorrendo a metáforas religiosas para consignar, de modo deliciosamente irônico, sua concepção crítica acerca do modo de produção capitalista²⁵. Com efeito, a par de espirituosa, a alegoria é eficaz para denotar como as relações materiais e sociais de produção são ocultas por uma entidade não viva, produto fenecido do trabalho vivo objetivado na materialidade de seu *da-sein* inanimado, que se nutre,

²² *Apud* VOVELLE, Michel. *Op. Cit.*, p. 15.

²³ *Idem ibidem*.

²⁴ *Idem*, p. 19.

²⁵ Cf. MARX, Karl. *Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie*, Bonn: Voltmedia Verlag, 2006. , p. 635. Doravante, cita-se a obra por meio da letra K, com o capítulo em algarismos romanos e a seção em algarismos arábicos.

à maneira de um vampiro, da vitalidade criativa e da energia humana expressas enquanto trabalho, ou atividade produtiva. O capital aliena o trabalho humano, no modo de produção capitalista, não apenas na medida em que as relações de produção vigentes entre os proprietários privados dos meios de produção e os trabalhadores, reduzidos à condição de fator de produção, de força de trabalho viva, definem, juridicamente, sob o véu das relações contratuais próprias ao Liberalismo Econômico, que os produtos do trabalho pertencem ao proprietário do capital, senão por tornar-se esse último o sujeito central dessas relações de produção, ao qual se predicam potencialidades e atributos de um ser autônomo, dotado de vontade, o que significa, por evidente, sua mistificação ou fetichização. Não é incorreto afirmar, destarte, que *Moloch*, personagem mitológica fenícia a quem os homens deveriam diuturnamente ofertar dádivas e sacrifícios, até o consumo de si próprios pelo deus, será a forma fetichizada ou mistificada do capital, o invólucro ideológico por meio do qual o mesmo se representa para a consciência dos homens (*vorstellen*). Neste momento, convém asseverar que, para Marx, a consciência humana apreende o objeto tal como o mesmo se apresenta ou aparece no real das relações sociais concretas (*erscheinen*), não operando qualquer distorção ante o real. Com efeito, se o capital ostenta a condição fetichista de um ser dotado de subjetividade e controle sobre as relações de produção e circulação dos produtos materiais do trabalho humano, se, portanto, o capital parece (*scheinen*) autônomo em relação às relações materiais de produção, ao trabalho daqueles que o fabricam, alienando sua força de trabalho, tal se dá porque a inversão (*Verkehrung*) ocorre no próprio real. Como pondera Jorge Grespan, o capital, enquanto objeto de análise de Marx, apesar de sujeito vampírico das relações sociais de produção reificadas, não é um sujeito autoconsciente, seja de seu poder de realização, ou de sua ínsita racionalidade, que devem ser desveladas como nexos internos, vez que o movimento efetivamente real do objeto não consciente de si pode ocorrer sob formas que invertam e eclipsam seu nexo interno.²⁶ Neste lastro, a função precípua da Economia Política, enquanto ciência racional da concretude das relações materiais de produção enquanto vínculos eminentemente sociais, ocultos sob a máscara da reificação e do fetiche do capital, será realizar o que Marx denomina, em alemão, *Umstülpung*, vocábulo para o qual parece não haver uma tradução unívoca em português. Como explana Jorge Grespan, o sentido orbita a imagem “de virar do avesso, como se vira uma luva, de forma que o que estava dentro vem para fora, descoberto, e o que estava fora passa para dentro”.²⁷ A *Umstülpung* consiste na tarefa por excelência da Dialética de Marx, que se observa às voltas com o problema de

²⁶ Cf. GRESPLAN, Jorge. *O Negativo do Capital*, São Paulo: Hucitec, 1999. , p. 39.

²⁷ *Idem*, p. 29.

desconstituir a inversão hegeliana entre a essência e a aparência do real. Em Hegel, o real é apresentado como portador de uma aparência contraditória, porém determinado por uma identidade essencial unificadora de todas as diferenças. Para Marx, entretanto, a identidade nada mais é que a aparência externa do real, cujo núcleo de sentido seria caracterizado pela contradição fundamental.²⁸

Marx estrutura seu discurso acerca da mistificação da mercadoria, bem como de outras formas pelas quais o capital se apresenta (*darstellen*) nas esferas da produção, circulação e consumo, recorrendo ao vocábulo *Fetischismus*, que o idioma alemão recepcionou a partir do étimo português *feitiço*. O termo *fetichismo* observou-se registrado em português, de forma inaugural, em 1858, significando o culto de objetos que se supõem possuidores de poderes mágicos ou sobrenaturais.²⁹

Não por acaso, Erich Fromm assinala, em seu livro *Das Menschenbild bei Marx*, traduzido, em português, por *O Conceito Marxista de Homem*, que a primeira forma de representação do fenômeno da alienação ou externalização (*Entäußerung*) do ser humano em relação a si próprio, na tradição cultural e filosófica do Ocidente, ocorre na compilação do Antigo Testamento, quando se condena a adoração de ídolos. Faz-se oportuno elucidar que, em Marx, este alheamento ou exteriorização do homem em relação a si mesmo significa uma tensa dicotomia entre o ser (*Wesen*) do homem, sua definição enquanto ser que se produz e reproduz materialmente a partir do intercâmbio ou “metabolismo” (*Stoffwechsel*) com a natureza que lhe é externa, e sua existência concreta sob o modo de produção capitalista (*Existenz*).³⁰ Na condição de ser alienado, o homem suporta sobre si o peso dos objetos, que lhe são superiores, apesar de elaborados por ele próprio.³¹

Tal como no Idealismo de Georg Friedrich Hegel, como no Existencialismo de Søren Kierkegaard, as categorias de Sujeito e Objeto representam, para Marx, uma díade de constituição e implicação recíprocas, vale afirmar, ambos se erigem e determinam mútua e percursivamente, no decurso da formação da relação cognitiva que se desenvolve entre ambos. Neste sentido, a noção de estranhamento (*Entfremdung*) corresponde a uma cisão entre sujeito e objeto, entre o homem criador de objetos (portanto alterador da natureza, construtor de cultura por intermédio do trabalho) e os produtos de sua atividade criativa, de que o capital retira toda a potencialidade simbólica e demiúrgica. Ao tornar-se alheio àquilo que,

²⁸ *Idem ibidem*.

²⁹ Cf. HOUAISS, Antônio. *Dicionário da Língua Portuguesa*, Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. , p. 1333.

³⁰ Cf. FROMM, Erich. *Op. Cit.*, p. 49.

³¹ *Sie stehen als Gegenstände über ihm [dem Menschen] und ihm gegenüber, obgleich sie von ihm selbst geschaffen sein können*. Cf. FROMM, Erich. *Op. Cit.*, p. 49.

justamente, o constitui como humano, o criar e recriar a si próprio nessa instância relacional que é o trabalho gerador de riquezas, o homem divorcia-se dele mesmo, fenômeno muito bem denotado pelo vocábulo alemão *Entfremdung*³².

Se a condenação profética aos ídolos referidos pela tradição veterotestamentária consigna a primeira percepção do fenômeno da mistificação ou do fetiche, não se cogita de outros deuses antagonistas de Iaweh, adorados por outros povos, senão de objetos materiais, inanimados, produtos das próprias mãos humanas, a que os homens predicam virtudes taumáturgicas e solicitam milagres ou benfeitorias. Como bem se refere Erich Fromm:

O essencial daquilo que os profetas denominam idolatria não é que diversos deuses, ao invés de um só, sejam glorificados, senão que os ídolos são obra das próprias mãos dos homens – são coisas. E o Homem ajoelha-se perante eles, oferta-lhes coisas, oferta àquilo que ele próprio criou. Ao fazer isso, transforma-se, ele próprio, em coisa. Ele concede os atributos de sua própria vida à coisa por ele mesmo gerada, e ao invés da experiência de si próprio como Pessoa criadora, relaciona-se consigo mesmo tão-só por meio das oferendas às imagens dos ídolos. Torna-se alheio a suas próprias forças vitais, à riqueza de suas possibilidades, e relaciona-se consigo apenas indiretamente: por meio da sujeição à vida entorpecida nas imagens dos ídolos³³. (Tradução nossa).

Com efeito, Marx aborda o conceito de fetiche da mercadoria na seção 4 do Capítulo 1 do Livro I de *O Capital*, com repercussões e recorrências também nos demais Livros. O pensador assinala, com sua contumaz ironia, que as mercadorias parecem cotidianas e óbvias, mas estão, na verdade, assinaladas por “sutilezas metafísicas e caprichos teológicos”.³⁴ O que

³² Não por acaso, a tradição existencialista francesa, composta por leitores de Karl Marx como Jean-Paul Sartre e Albert Camus, resgata esta idéia de um estranhamento radical do homem para consigo próprio, como se denota no título da célebre obra de Camus, *O Estrangeiro* (*L'étranger*).

³³ *Das Wesentliche dessen, was die Propheten Götzendienst nennen, ist nicht, daß viele Götter anstatt eines einzigen verehrt werden, sondern daß die Götzen der eigenen menschlichen Hände Werk sind – sie sind Dinge, und der Mensch kniet nieder und betet Dinge an, betet an, was er selbst geschaffen hat. Indem er das tut, verwandelt er sich selbst in ein Ding. Er überträgt die Attribute seines eigenen Lebens auf die von ihm selbst geschaffenen Dinge, und anstatt sich selbst als die erschaffene Person zu erfahren, tritt er zu sich selbst nur durch die Anbetung des Götzenbildes in Beziehung. Er ist seinen eigenen Lebenskräften, dem Reichtm seiner eigenen Möglichkeiten entfremdet worden, und er tritt nur indirekt zu sich selbst in Beziehung: durch Unterwerfung unter das in den Götzenbildern erstarrte Leben.* Cf. FROMM, Erich. *Op. Cit.*, p. 49.

³⁴ *Eine Ware scheint auf den ersten Blick ein selbstverständliches, alltägliches Ding. Ihre Analyse ergibt, daß sie ein sehr vertrautes Ding ist, voll metaphysischer Spitzfindigkeit und theologischer Mucken.* (K , I, 1, 4, p. 65).

há de mais misterioso na forma mercadoria, que o modo de produção capitalista imputa aos produtos do trabalho humano alienado, reside no fenômeno de que as coisas absorvem as características do trabalho humano como se fossem atributos objetivos delas próprias, peculiaridades naturais das mesmas em sociedade (*gesellschaftliche Natureigenschaften*). O resultado deste processo consiste em que as relações sociais entre os produtores são de tal modo espelhadas nas coisas (*zurückgespiegelt*) que se apresentam para eles como relações sociais objetivas, que lhes são externas. Como afirma o próprio Marx, será por meio deste “*quid pro quod* [que] os produtos do trabalho se convertem em mercadorias, em Coisas sensorialmente supra-sensíveis”.³⁵

Sob a aparência de relações objetivas entre as próprias coisas, Marx desvela as relações sociais de produção, objetivadas, cristalizadas e eclipsadas pelo resultado final e consumível da atividade humana produtiva, a que se predica a forma mercadoria. A tal eclipse do verdadeiro caráter social e material das relações de produção como relações entre homens concretos, no concreto da história, o economista Isaak Rubin denomina reificação das relações sociais, vale afirmar, sua transformação ou objetivação em coisas³⁶.

Marx refina ainda sua conceituação de fetichismo ao empregar um termo que, na primeira metade do século XX, seria magistralmente resgatado por Walter Benjamin, qual seja, a fantasmagoria (*gaukelspielerische Form*), cuja compreensão pressupõe, como assinala o próprio Marx, uma incursão na região nebulosa da religião, vez que a fantasmagoria das mercadorias fetichizadas assimila-se a uma parábola (*Gleichnis*)³⁷. Logo a seguir, Marx aduz que os produtos da mente humana parecem (*scheinen*) dotados de vida própria, como formas que se relacionam entre si e com os homens de maneira autônoma. O Fetiche existe ao se apor aos produtos do trabalho humano a forma mercadoria do modo de produção capitalista, decorrente da organização mesma do mundo do trabalho por parte do capital.³⁸ A forma que sela o caráter de mercadoria aos resultados objetivos do trabalho humano, pressuposto evidente para a fase de circulação do capital, aparece (*erscheinen*) como portadora de uma solidez que a apresenta (*darstellen*) como forma natural (*Naturform*) da própria vida social, antes mesmo que

³⁵ *Durch dies quid pro quod werden die Arbeitsprodukte Waren, sinnlich übersinnliche oder gesellschaftliche Dinge* (K, I, 1, 4, p. 66).

³⁶ Cf. RUBIN, Isaak I. *Op. Cit.*, p.p. 34 a 43.

³⁷ *Und daher ein Gleichnis zu finden, müssen wir in die Nebelregion der religiösen Welt flüchten* (K, I, 1, 4, p. 66).

³⁸ *Hier scheinen die Produkte des menschlichen Kopfes mit eigenem Leben begabte, untereinander und mit den Menschen in Verhältnis stehende selbständige Gestalten. So in der Warenwelt die Produkte der menschlichen Hand. Dies nenne ich den Fetischismus, der den Arbeitsprodukten anklebt, sobald sie als Waren produziert werden, und daher von der Warenproduktion unzertrennlich ist. Dieser Fetischcharakter der Warenwelt entspringt, wie die vorhergehende Analyse gezeigt hat, aus dem eigentümlichen gesellschaftlichen Charakter der Arbeit, welche Waren produziert* (K, I, 1, 4, p. 67).

os homens percebam a historicidade da forma mercadoria³⁹. Neste momento de seu discurso, Marx revela a falácia ideológica em que o modo de produção capitalista precipita os homens, que então representam (*vorstellen*) como eternos e imutáveis os invólucros historicamente determinados e sempre em trânsito dialético que se apõem às relações sociais de produção, reificadas no real e ao nível das representações simbólicas dele decorrentes.

A tal respeito, Erich Fromm disserta que o fetichismo da mercadoria significa a metamorfose, operada pelo modo de produção capitalista, das relações entre os indivíduos em qualidades ou atributos naturais das coisas, razão pela qual tais vínculos sociais de produção são objetivados (*vergegenständlicht*), fundando a “natureza das coisas” na sociedade capitalista.⁴⁰

Em palavras do próprio Marx, referidas por Erich Fromm:

Não poderia ser de outra forma em um modo de produção em que o trabalhador lá está para as necessidades de valorização de valores anteriores, ao invés de a riqueza objetivada estar à disposição das necessidades de desenvolvimento do trabalhador. Assim como, na religião, o homem é dominado pela má obra de sua própria mente, no modo de produção capitalista, o é pela má obra de sua própria mão. (Tradução nossa).⁴¹

Como pondera Isaak Rubin, o predicado definidor da formação econômica capitalista corresponde, justamente, ao fato de as relações sociais de produção entre os homens não apenas se darem em nome das coisas, senão também através das mesmas, o que explicita sua reificação, ou materialização e, por conseguinte, o próprio fetichismo, que contém uma confusão propositada entre os aspectos técnicos e materiais da produção (as forças produtivas e os meios de produção) e aqueles de natureza sócio-econômica, as relações materiais de produção. O método da Economia Política de Marx, que Rubin reputa *sociológico*, lograria a superação dessa confusão, o que seria impossível para a Economia Política clássica.⁴²

No Capítulo 2 do Livro I de *O Capital*, a crítica de Marx à reificação das relações

³⁹ *Die Formen, welche Arbeitsprodukte zu Waren stempeln und daher der Warenzirkulation vorausgesetzt sind, besitzen bereits die Festigkeit von Naturformen des gesellschaftlichen Lebens, bevor die Menschen sich Rechenschaft zu geben suchen, nicht über den historischen Charakter dieser Formen, die ihnen vielmehr bereits unwandelbar gelten, sondern über deren Gehalt* (K, I, 1, 4, p. 70).

⁴⁰ Cf. FROMM, Erich. *Op. Cit.*, p. 54.

⁴¹ *Es kann nichts anders sein in einer Produktionsweise, worin der Arbeiter für die Verwertungsbedürfnisse vorhandener Werte, statt umgekehrt der gegenständliche Reichtum für die Entwicklungsbedürfnisse des Arbeiters da ist. Wie der Mensch in der Religion vom Machwerk seines eignen Kopfes, so wird er in der kapitalistischen Produktion vom Machwerk seiner eignen Hand beherrscht. Apud FROMM, Erich. *Op. Cit.*, p. 54.*

⁴² Cf. RUBIN, Isaak I. *Op. Cit.*, p. 43.

materiais de produção capitalistas enfoca o instituto jurídico do contrato, enquanto forma relacional pela qual se efetiva a circulação de mercadorias e, mais importante, sua inter-relação como sujeitos de sua própria alienação e apropriação por parte dos contratantes, cuja vontade reside nas coisas mesmas. A ilação que se impõe a partir desta premissa é evidente: no modo de produção capitalista, governado pela fantasmagoria das mercadorias fetichizadas, “as pessoas existem umas para as outras apenas como representantes de coisas, e portanto como possuidores das coisas”, sendo “as máscaras econômicas das pessoas somente as personificações das relações econômicas, do modo como seus portadores travam contato”.⁴³ De forma ainda mais contundente, Marx assevera que:

o que distingue nominalmente o possuidor de mercadorias da mercadoria é a circunstância de que para ela, qualquer outro corpo de mercadoria vale como forma de aparecimento (*Erscheinungsform*) de seu próprio valor. Como “equalizador” (*Gleichmacher*) nato e cínico, permanece sempre às voltas para toda outra mercadoria, mesmo que dotada de menor virtude que Maritorne para trocar não apenas de alma, mas também de corpo (Tradução nossa).⁴⁴

Ademais, como elucida Marx, o enigma do fetiche do dinheiro e, mais amplamente, do próprio fetiche do capital, nada mais representa senão o fetiche da mercadoria, ao adquirir uma forma mais visível ou discernível⁴⁵. Com efeito, mercadoria e dinheiro são momentos da circulação do capital, diferentes roupagens com que o mesmo se manifesta no processo complexo de sua auto-reprodução e ampliação⁴⁶. Necessário consignar que mercadoria e dinheiro exteriorizam um mesmo conteúdo, tornado finalidade de si próprio, que é o capital. Trata-se de formas-valor da circulação do capital, portanto meios para sua autovalorização,

⁴³ □ *Die Personen existieren nur füreinander als Repräsentanten von Ware und daher als Warenbesitzer. (...) die ökonomischen Charaktermasken der Personen nur die Personifizierungen der ökonomischen Verhältnisse sind, als deren Träger sie sich gegenüber treten* (K, I, 2, p. 77).

⁴⁴ *Geborner “Gleichmacher” und Zyniker steht sie daher stets auf dem Sprung, mit jeder andren Ware, sei selbe auch angestattet mit mehr Unannehmlichkeiten als Maritorne, nicht nur die Seele, sondern den Leib zu wechseln* (K, I, 2, p. 78).

⁴⁵ Cf. GRESPAN, Jorge. *Op. Cit.*, p. 76. A este respeito, discordaria Isaak Rubin, para quem a mistificação que envolve as relações materiais de produção e lhes confere caráter reificado revela-se, para Marx, mais evidente nas mercadorias e mais obscuro e no dinheiro e no capital. Cf. RUBIN, Isaak I. *Op. Cit.*, p. 72.

⁴⁶ Evidente que não se ignora que o dinheiro corresponde, na Economia Política de Marx, a meio de circulação (*Zirkulationsmittel*) e pagamento (*Zahlungsmittel*) e àquela mercadoria expelida por todas as demais para converter-se em equivalente universal, expressão monetária do valor de todas as demais mercadorias, a moeda. O dinheiro reveste-se da forma de capital quando empregado para a aquisição de uma mercadoria com o intuito de sua ulterior alienação por um preço (tradução monetária do valor) mais elevado. Daí Marx explicar que o capital é valor que se valoriza (*sich verwertender Wert*) (K, I, 2, 4, p.p. 129 a 156).

colocadas em movimento pelo consumo, pela necessidade de apropriação de valores de uso. Como elucida Jorge Grespan, há uma indiferença fundamental entre essas formas de existência do capital, enquanto algo exterior, e o valor enquanto conteúdo essencial do capital, vez que o mesmo supera qualquer dicotomia. De fato, o valor é o interior que determina cada forma assumida pelo capital no processo de circulação como fase necessária da valorização, senda tal a finalidade de todo o movimento.⁴⁷

Em síntese, a reificação das relações sociais de produção e o processo fantasmagórico de fetichização do capital, sua conversão em sujeito vampírico, em trabalho morto que se nutre incessantemente da energia produtiva vivaz dos homens que lhe são avassalados, sua força de trabalho, implicam a desumanização do próprio humano. Erich Fromm percebe a dialética de implicação e polaridade entre fetichismo e desumanização, ao referir a crítica marxiana ao modo de produção capitalista como veemente protesto, à maneira de Kierkegaard, contra a alienação do homem frente a si próprio, em defluência da alienação do trabalho.⁴⁸

O psicanalista da Escola de Frankfurt interpreta, outrossim, a crítica de Marx de um modo mais profundo e abrangente que o habitual, discernindo que a mesma não se cinge à confutação do ocaso da individualidade e da escravidão do ser humano por parte do empresário capitalista, senão divisa a vassalagem tanto de trabalhadores como de capitalistas, por meio de coisas e circunstâncias que os mesmos engendram ao materializar suas relações sociais de produção.⁴⁹ Com efeito, o alheamento (*Entfremdung*) significa, para Marx, não apenas a alienação do produto do trabalho humano em relação a suas circunstâncias de produção, senão a externalização do homem ante si próprio e mesmo a natureza.⁵⁰ Em palavras do próprio Marx:

Uma conseqüência direta do alheamento do homem quanto ao produto de seu trabalho, sua energia vital e sua própria pertença ao gênero humano, será seu alheamento de si mesmo. Quando o homem se coloca diante de si mesmo, outro homem também com ele se defronta. O que vigora para a relação do homem para com seu trabalho, o produto de seu trabalho, e para consigo mesmo, também atinge sua relação com outros homens, bem como o trabalho e o objeto de trabalho deles. Sobretudo, a idéia de que o homem torna-se estranho a seu gênero significa que o

⁴⁷ Cf. GRESpan, Jorge. *Op. Cit.*, p.p. 122 e 123.

⁴⁸ *Was ihn [Marx] interessiert, ist die Befreiung des Menschen von einer Form der Arbeit, die seine Individualität zerstört, die ihn in ein Ding verwandelt und ihn zum Slaven der Dinge macht. Ebenso wie Kierkegaard ging es auch für Marx um die Erlösung des Individuums.* Cf. FROMM, Erich. *Op. Cit.*, p. 53.

⁴⁹ *Seine Kritik der kapitalistischen Gesellschaft richtete sich nicht gegen die Art, in der sie die Einkommen verteilt, sondern gegen ihre Produktionsweise, ihre Zerstörung der Individualität und ihre Versklavung des Menschen – nicht durch den Kapitalisten, sondern die Versklavung des Menschen, also des Arbeiters und des Kapitalisten – durch Dinge und Umstände, die sie selbst machen.* Cf. FROMM, Erich. *Op. Cit.*, p. 53.

⁵⁰ *Idem*, p. 56.

homem é alheado do outro, que também é alheio a todo ser humano. (Tradução nossa).⁵¹

A aludida escravidão em que o ser humano observa-se precipitado no modo de produção capitalista constitui, para Marx, algo mais funesto que o tradicional trabalho escravo (*Fronarbeit*), pois nesse último o escravo encontra-se consciente de que o produto cristaliza uma parcela de sua própria força de trabalho, aplicada em prol de seu senhor. Marx afirma, mais uma vez recorrendo a suas figuras de ironia, que “o dízimo devido ao sacerdote é mais claro que sua espada, e como quer que se julgue a máscara social com que as pessoas travam contato, suas relações sociais, em seus trabalhos, aparecem em todo caso como relações pessoais, não revestidas de relações sociais entre as coisas, entre os produtos do trabalho”.⁵² A fantasmagoria ocasionada pelo Capitalismo é tributária de um desenvolvimento ímpar e historicamente determinado das forças produtivas da sociedade (*Produktivkräfte*), o que pressupõe a superação das relações de suserania e vassalagem e a desvinculação do indivíduo quanto às relações naturais primárias de sua espécie (*Gattungszusammenhang*), que se espelham nas religiões populares tradicionais. O modo de produção capitalista (*kapitalistische Produktionsweise*) encontra no culto abstrato da vertente burguesa de desenvolvimento do Cristianismo, o Protestantismo, seu correspondente e perfeitamente especular modo de representação (*Vorstellungsweise*).⁵³

Para um historiador da cultura, do imaginário, acessar a tese de Marx acerca de um modo de representação do real consentâneo a cada modo de produção histórico significa a oportunidade e a pertinência de identificar em seu Materialismo Histórico um contributo de irrefutável validade para a discussão e compreensão da dimensão simbólica da autoconstrução histórica do humano na materialidade do mundo, ou sua vivência (*Leben*), para empregar um vocábulo caro aos existencialistas e hermeneutas do século XX.

⁵¹ *Eine unmittelbare Konsequenz davon, daß der Mensch dem Produkt seiner Arbeit, seiner Lebenstätigkeit, seinem Gattungswesen entfremdet ist, ist die Entfremdung des Menschen von dem Menschen. Wenn der Mensch sich selbst gegenübersteht, so steht ihm der andere Mensch gegenüber. Was von dem Verhältnis des Menschen zu seiner Arbeit, zum Produkt seiner Arbeit und zu sich selbst, das gilt von dem Verhältnis des Menschen zu andren Menschen, wie zu der Arbeit und dem Gegenstand der Arbeit des anderen Menschen. Überhaupt, der Satz, daß der Mensch seinem Gattungswesen entfremdet ist, heißt, daß ein Mensch dem anderen, wie jeder von ihnen dem menschlichen Wesen entfremdet ist. Apud FROMM, Erich. Op. Cit, p. 56.*

⁵² *Der dem Pfaffen zu leistende Zehnten ist klarer als der Segen des Pfaffen. Wie man daher immer die Charaktermasken beurteilen mag, worin sich die Menschen gegenüberreten, die gesellschaftlichen Verhältnisse der Personen in ihren Arbeiten erscheinen jedenfalls als ihre eignen persönlichen Verhältnisse, und sind nicht verkleidet in gesellschaftliche Verhältnisse der Sachen, der Arbeitsprodukte (K, I, 1, 4, p.p. 71 e 72).*

⁵³ K, I, 1, 4, p.p. 73 e 74.

III. O imaginário do modo de produção capitalista

Se é irrefutável que constituiria um flagrante anacronismo e mesmo um equívoco metodológico crasso atribuir a Marx uma análise ou caracterização do imaginário subjacente ao modo de produção capitalista, seu conceito de modo de representação (*Vorstellungsweise*) faculta ao historiador contemporâneo da mentalidade deduzir, da teoria marxiana, uma tessitura imaginária dessa formação histórica específica que se traduz como Modernidade.

Ao longo deste ensaio, analisou-se a dialética de implicação e polaridade simultâneas que caracteriza os fenômenos correlatos de fetichização da mercadoria, e do capital de forma mais ampla, e reificação das relações sociais de produção e, por conseguinte, a desumanização do ser humano. Necessário, portanto, investigar como Marx concebe os reflexos ideológicos cristalizados por tais fenômenos de mistificação e alienação humana provocados pela ascensão do capital à condição de sujeito automático das relações materiais de produção na formação econômica capitalista.

A condição do capital como sujeito, em seu movimento de autovalorização, significa, na teoria de Marx, que o mesmo mantém uma relação para consigo mesmo, refletida nas diversas mercadorias que o tornam visível ou palpável na circulação. Resgatando a terminologia hegeliana, como explana Jorge Grespan, Marx define essa auto-relação do capital como uma reflexão de si sobre si mesmo, mediada pelo outro.⁵⁴ Assim como as relações fantasmagóricas entre as mercadorias são expressão concreta de momentos dessa auto-relação do sujeito vampírico capital, também o são as relações sociais entre os homens no modo de produção capitalista. Para Grespan, a subjetividade do capital implica uma relação entre coisas não para contemplar as necessidades humanas, senão para aumentar o valor e a quantidade dos objetos produzidos, receptores da forma mercadoria, intuito a que todas as necessidades humanas observam-se subordinadas, mesmo sacrificadas. Finalidade precípua de toda a produção capitalista, a autovalorização do capital permite a seu sujeito automático apropriar-se de todos os meios materiais e sociais necessários a sua auto-realização como valor que se valoriza. Neste lastro, o capital impõe-se como ordenador, por excelência, das relações intersubjetivas, enquanto poder que escapa a suas vontades e consciências individuais, haurindo sua autoridade do caráter transcendental de que se reveste em virtude do fenômeno do fetichismo. Não se trata mais de conceder simples aparência de vida aos produtos inanimados e idolátricos do trabalho humano, senão de exercer sobre as vidas humanas uma força tal, a ponto de

⁵⁴ Cf. GRESPAN, Jorge. *Op. Cit.*, p.p. 123 e 124.

converter-se em finalidade maior do existir humano, assim transfigurando as relações sociais de produção.⁵⁵

Outrossim, o perverso corolário dessa mistificação induzida pelo fetichismo capitalista configura-se como aparência de liberdade, poder, prestígio para os proprietários do capital. Em palavras do próprio Marx, na seção 3 do capítulo 3 do Livro I de *O Capital*:

Com a possibilidade de reter a mercadoria como valor de troca ou o valor de troca como mercadoria, desperta a cobiça pelo ouro. Com a extensão da circulação de mercadorias, cresce o poder do dinheiro, a forma social absoluta e certa da riqueza. “O ouro é algo maravilhoso! Quem o possui, é senhor de tudo o que deseja. Por meio do ouro pode-se mesmo permitir às almas atingir o Paraíso” (Colombo, na Carta da Jamaica, 1503). Porque não se pode divisar no dinheiro aquilo que nele se transforma, tudo se transforma, seja mercadoria ou não, em dinheiro. Tudo se torna vendável e comprável. A circulação torna-se o grande cadinho social, para o qual tudo converge, para novamente sair cristalizado como dinheiro. A esta alquimia não se contrapõem ossos sagrados e muito menos coisas grosseiras esvaídas do trânsito dos homens. Assim como, no dinheiro, toda diferença qualitativa das mercadorias se esvai, o mesmo dissolve todas as diferenças, enquanto equalizador radical. O dinheiro é, ele próprio, uma mercadoria, uma coisa externa, que pode se converter em propriedade de um homem. O poder social torna-se, assim, poder privado da pessoa privada. A sociedade antiga difama esta situação como moeda decisória de sua ordem econômica e consuetudinária. A sociedade moderna, que desde suas primícias retirou *Plutus* das entranhas da terra, saúda o ouro como reluzente apresentação de seu próprio princípio de vida (tradução nossa).⁵⁶

Esta representação de liberdade e poder sobre o capital, que implica a sensação de

⁵⁵ *Idem*, p. 125.

⁵⁶ *Mit der Möglichkeit, die Ware als Tauschwert oder den Tauschwert als Ware festzuhalten, erwacht die Goldgier. Mit der Ausdehnung der Warenzirkulation wächst die Macht des Geldes, der stets schlagfertigen, absolut gesellschaftlichen Form des Reichstums. “Gold ist ein wunderbares Ding!” Wer dasselbe besitzt, ist Herr von allem, was er wünscht. Durch Gold kann man sogar Seelen in das Paradies gelangen lassen” (Columbus, im Brief aus Jamaika, 1503). Da dem Geld nicht anzusehen, was in es verwandelt ist, verwandelt sich alles, Ware oder nicht, in Geld. Alles wird verkäuflich und kaufbar. Die Zirkulation wird der große gesellschaftliche Schmelztiegel, worin alles hineinfliegt, um als Geldcrystall wieder herauszukommen. Dieser Alchimie widerstehen nicht einmal Heiligenknochen und noch viel weniger grobe, “allerheiligste, dem Verkehr der Menschen entrückte” Dinge. Wie im Geld aller qualitative Unterschied der Waren ausgelöscht ist, löscht es seinerseits als radikaler Gleichmacher alle Unterschiede aus. Das Geld ist aber selbst Ware, ein äußerlich Ding, das Privateigentum eines jeden werden kann. Die gesellschaftliche Macht wird so zur Privatmacht der Privatperson. Die antike Gesellschaft verunglimpft es daher als die Scheidemünze ihrer ökonomischen und sittlichen Ordnung. Die moderne Gesellschaft, die schon in ihren Kinderjahren den Plutus na den Haaren aus den Eingeweiden der Erden herauszieht, begrüßt im Goldgral die glänzende Darstellung ihres eigenen Lebensprinzips. (K, I, 3, 3, p.p. 117 e 118).*

poder sobre a força de trabalho daqueles desprovidos de propriedade sobre os meios de produção, torna-se patente na ideologia liberal e sua isonomia contratual. Entretanto, para que o capital, invertendo seus pressupostos em finalidades, assim conferindo a aparência de poder a seus detentores, que não conseguem desvelar sua condição de instrumentos da circulação do capital, possa reproduzir-se de modo apenas limitado pela contradição interna entre capital e trabalho de que é portador, outra mistificação faz-se necessária. Trata-se de despertar nos homens necessidades econômicas, materiais e ideais, sempre inauditas e potencialmente infinitas. Marx assevera:

Mas a divisão do trabalho é um organismo de produção conforme à natureza, cujos fios foram tecidos por trás dos produtores de mercadorias, e continuam a tecer-se. Talvez a mercadoria seja produto de um novo modo de trabalho, que finge saciar uma nova necessidade, mas antes, de próprio punho, desperta uma necessidade (tradução nossa).⁵⁷

Walter Benjamin engendrou uma interessante expressão para refletir sobre a atração da mercadoria fetichizada sobre os homens no Capitalismo: o *sex appeal* do inorgânico, expressão consagrada em suas *Passagens*, que não apenas converte a obra de arte em mercadoria mas, principalmente, a mercadoria em obra de arte, finalidade última das aspirações mais idealizadas do homem moderno. O imaginário do Capitalismo representa um engodo fundamental, uma liberdade e uma autonomia que não mais pertencem ao homem produtor e reproduzidor de suas condições materiais de existência, e sim ao sujeito automático e fetichizado que é o capital, em suas formas de apresentação, mercadoria e dinheiro. A reificação das relações sociais implica reificação do homem, não apenas em relação às coisas fetichizadas, senão perante os outros homens. São todos prisioneiros desta clausura induzida pelo fetiche, porém os detentores dos meios de produção são convencidos de que presidem o modo de produção capitalista, de sua superioridade sobre aqueles cuja força de trabalho adquirem como mercadoria e de cuja mais-valia não cessam de se apropriar. Nesta relação vampírica, o vilão real é o capital não consciente de sua própria racionalidade, que se corporifica, encarnando na *persona* – não mais pessoa humana propriamente – do capitalista.

Como percebe Erich Fromm, o homem converte-se em mercadoria não apenas para o capital, como também para seus representantes – também eles reificados, sem consciência

⁵⁷ *Aber die Teilung der Arbeit ist ein naturwüchsiger Produktionsorganismus, dessen Fäden hinter dem Rücken der Warenproduzenten gewebt wurden und sich fortweben. Vielleicht ist die Ware Produkt einer neuen Arbeitsweise, die ein neu aufgekommenes Bedürfnis zu befriedigen vorgibt oder auf eigene Faust ein Bedürfnis erst hervorrufen will.* (K, I, 3, 2, p. 95).

deste processo – assumindo a feição de receptáculos corpóreos desumanizados. A única forma de travar relações sociais e com o mundo exterior a si, conhecida pelo homem mercadoria, no modo de produção capitalista, traduz-se como ambição de posse e consumo de toda externalidade. Quanto mais alienado o homem, mais fundamental e mesmo fundante de seu sentido existencial se torna a sanha de possuir e utilizar o mundo.⁵⁸

IV. Breve conclusão

A indagação fundante deste breve estudo, acerca da possibilidade de deduzir uma caracterização do imaginário capitalista a partir da reflexão de Marx acerca do fetichismo, pode ser, ao termo da argumentação precedente, respondida de modo positivo. Tal circunstância revela, sem dúvida, a relevância de aportar o Materialismo Dialético para a discussão do imaginário ocidental contemporâneo, vez que a análise da tessitura mental, do modo de representação do modo de produção capitalista, desvela as falácias mistificadoras em que seu edifício ideológico precipita os homens.

Ademais, a crítica radical de Marx às imposturas ideológicas e sua compreensão de que seria inocente e metodologicamente despropositado vislumbrar as formas de pensar, agir, sentir e construir cultura como dimensões de alguma forma autônomas em relação à maneira como os homens precisam produzir diuturnamente sua existência material e concreta, para lograr reproduzir, em escala ampliada, as condições ideais e materiais de sua vivência física e simbólica, ensejam a percepção de sua relevância para a História da Cultura. Nestes termos, também Jacques Le Goff adverte para a premissa metodológica imprescindível de se considerar a História do Imaginário nos termos de sua estreita vinculação com o material, o econômico e o social. Exercitada à luz dos conceitos propostos por Marx, em seu louvável rigor científico, a História da Mentalidade pode ofertar possibilidades concretas de uma dissecação profunda das formas de sociabilidade modernas, presididas pela fantasmagoria do fetiche do capital.

VI. Referência bibliográficas

ARIÈS, Philippe. “A história das mentalidades”. In: LE GOFF, Jacques (org.) *A História Nova*, São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BOBBIO, Norberto *et alii*. *Dicionário de Política*, Brasília: Editora da UnB, 2002.

⁵⁸ Cf. FROMM, Erich. *Op. Cit.*, p. 59.

- FRANCO JR, Hilário. *Idade Média: nascimento do Ocidente*, São Paulo: Brasiliense, 2001.
- FROMM, Erich. *Das Menschenbild bei Marx*, Frankfurt am Main: Europäische Verlagsanstalt, 1980.
- GRESPLAN, Jorge. *O Negativo do Capital*, São Paulo: Editora Hucitec, 1999.
- HERSKOVITS, Melville J. *Antropologia Cultural*, São Paulo: Editora Mestre Jou, 1963.
- HOUAISS, Antônio. *Dicionário da Língua Portuguesa*, Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- LABURTHE-TOLRA, Philippe. WARNIER, Jean-Pierre. *Etnologia Antropologia*, Petrópolis: Editora Vozes, 1997.
- MARX, Karl. *Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie*, Bonn: Voltmedia Verlag, 2006.
- MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. “A problemática do imaginário urbano: reflexões para um tempo de globalização”. In: *Revista da Biblioteca Mário de Andrade*, São Paulo, V. 55, janeiro/dezembro de 1997.
- PATLAGEAN, Evelyne. “A história do imaginário”. In: LE GOFF, Jacques. *A História Nova*, São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- RUBIN, Isaak I. *A Teoria Marxista do Valor*, São Paulo: Polis, 1987.
- VOVELLE, Michel. *Idéologie et Mentalités*, Paris: Folio Histoire, 1982.
- WEBER, Max. *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, Tübingen: Mohr Siebeck Verlag, 1988.