

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
DOUTORADO EM EDUCAÇÃO**

**SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E FORMAÇÃO HUMANA:
MERCADO, TECNOLOGIA E CULTURA**

Weligton Rodrigues da Paz

Goiânia

2011

Weligton Rodrigues da PaZ

**SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E FORMAÇÃO HUMANA:
MERCADO, TECNOLOGIA E CULTURA**

Tese apresentada ao programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Goiás, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Educação.

Orientador: Prof^o. Dr. Ildeu M. Coêlho

Goiânia

2011

PAZ, Weligton Rodrigues

Sociedade do Espetáculo e Formação Humana: Mercado, Tecnologia e Cultura / Weligton Rodrigues da Paz. Goiânia: UFG / Faculdade de Educação, 2011. 109 f.

Orientador: Ildeu Moreira Coêlho

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Educação, Programa de Pós-graduação em Educação, 2011.

1. Espetáculo e Formação Humana. 2. Fundamentos da Educação – Tese. I. COÊLHO, Ildeu Moreira. II. Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Educação, Pós-Graduação em Educação. III. Sociedade do Espetáculo e Formação Humana: Mercado, Tecnologia e Cultura.

Weligton Rodrigues da Paz

**SOCIEDADE DO ESPETÁCULO E FORMAÇÃO HUMANA:
MERCADO, TECNOLOGIA E CULTURA**

Tese apresentada ao programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Goiás, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Educação.

Prof. Dr. Ildeu M. Coêlho (Orientador) – Universidade Federal de Goiás

Prof. Dr

Prof. Dr

Prof. Dr

Goiânia

2011

Dedico à Nina e Pilar, filhas, com amor.
E ao meu querido amigo Rodrigo.

Agradeço à orientação rigorosa e paciente do prof. Ildeu.

À Icaraí, por partilhar as dificuldades e ajudar a superá-las.

Sábio é o que *não* se contenta com o espectáculo do mundo.

Desvio a partir de Ricardo Reis

RESUMO

Este trabalho interroga os processos de formação contemporâneos, escolares ou não, cada vez mais múltiplos e variados e que se desenvolvem em ampla gama de instâncias sociais, desde as instituições tradicionais como a família e a escola até as práticas coletivas e individuais centradas no consumo de mercadorias, tecnológicas ou outras. Mostra que à sociedade atual é inerente uma forma de vida material, centrada na produção de objetos com valores de troca, mercadorias, e inseparável da alienação e da reificação. Essa sociedade foi rigorosamente estudada e compreendida por Marx (1818-1883) e Lukács como veremos abaixo. Demonstra ainda que em seus estágios mais avançados essa sociedade leva ao extremo as formas de alienação e fetichização da vida social estudadas, pensadas por Guy Debord (1931-1994), ao criar e trabalhar o conceito de sociedade do espetáculo, em sua busca de compreender a forma atual de alienação. Ressalta a importância da mercadoria tecnológica como mediação entre o indivíduo e a vida social, em especial como meio de comunicação e informação. A partir dessa ideia de sociedade e suas especificidades como a expansão da imagem ou dos produtos e veículos da indústria cultural, reflete sobre os mecanismos de formação que desenvolvem-se nessa formação histórico-social. Destaca o cerco mercantil à educação formal e às instituições, tradicionais de socialização assim como a importância semiformal do consumo infantil, da comercialização e economicização das práticas pedagógicas e das instituições de ensino.

Palavras-Chaves: Formação, Alienação, Espetáculo, Mercadoria, Consumo

ABSTRACT

This work interrogates the contemporary processes of training, educational or not, increasingly varied and diverse and that develop in a wide range of social levels, from traditional institutions like family and school practices by focusing on individual and collective consumption goods, or other technology. Shows that the current society is inherently a form of material life, centered on the production is the production of objects with values of exchange, goods, and inseparable from the alienation and reification. This society has been thoroughly studied and understood by Marx (1818-1883) and Lukacs as discussed below. It also demonstrates that in its most advanced society that leads to extreme forms of alienation and fetishization of social life studied, conceived by Guy Debord (1931-1994), and work to create the concept of society of the spectacle, in his quest to understand the current form of alienation. Here we emphasize the importance of the commodity technology as a mediation between the individual and social life, particularly as a means of communication and information. From this idea of society and its characteristics as the expansion of the image or the products and vehicles of cultural industry, reflects on the mechanisms of formation to develop this historical and social formation. Highlights the siege to formal education and commercial institutions, traditional socialization and the importance of children as consumers semiformal, marketing and economicização pedagogical practices and teaching institutions.

Key Words: Training, Sale, Entertainment, Goods, Consumer.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1 - FUNDAMENTOS DA TEORIA DO ESPETÁCULO.....	18
1.1 A gênese material do espetáculo: alienação	18
1.2 A mercadoria: enigma e fetiche	34
1.3 A vida como coisa: a reificação	38
CAPÍTULO 2 - A MERCADORIA COMO ESPETÁCULO: ALIENAÇÃO, FETICHISMO E REIFICAÇÃO CONTEMPORÂNEAS	52
2.1 A sociedade submetida à economia.....	52
2.2 Espetáculo, ideologia e tecnologia.....	62
2.3 A economia submetida à sociedade.....	71
CAPÍTULO 3 - EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO ...	75
3.1. Semiformação, cultura e consumo.....	75
3.2 O mercado como educador e a pedagogia do capital.....	94
CONSIDERAÇÕES FINAIS	103
REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	106

INTRODUÇÃO

A afirmação de que os processos de formação humana contemporâneos estão determinados, limitados e comprometidos com a forma vigente de sociedade do espetáculo constitui-se na ideia central desta reflexão. Essa afirmação, a ser demonstrada, tem como fundamento a teoria crítica do espetáculo elaborada pelo pensador e revolucionário francês Guy Debord desde sua militância na *Internacional Letrista* fundada em 1952 e na *Internacional Situacionista* entre 1958-1965, em seus seis filmes realizados e em seu livro *A sociedade do espetáculo*, publicada em 1967 e comentada por ele mesmo em 1988.

Ao rigor, à profundidade e à originalidade do pensador combina-se uma rara coerência entre as ideias e a trajetória pessoal que não separou vida e pensamento, afirmando uma existência individual radicalizada e leal às concepções por ele defendidas.

Nos textos, nos filmes e na conduta pessoal Debord produz uma crítica que qualifica o espetáculo como a forma contemporânea de organização capitalista de sociedade. Nesse estágio o espetáculo mercantil aprofunda e torna mais sutil os mecanismos fundamentais de alienação, de fetichismo da mercadoria e da reificação constituintes dessa forma societária.

Sua concepção, além de reafirmar a natureza essencialmente excludente e alienada da vida sob essa sociedade, revela ainda como essa formação social produz e acentua a sujeição dos homens pelas coisas, mercadorias e imagens reduzindo os indivíduos à condição de espectadores passivos, limitados à contemplação impotente da sociedade, da história, da economia e do movimento geral do mundo por eles mesmos criados.

A análise da lógica da ordem social espetacular e mercantil como uma totalidade compreende o conjunto de fenômenos e momentos particulares como manifestações específicas de uma certa maneira de produzir, consumir e viver na qual a dominância pertence às coisas, ao valor abstrato da troca, às representações que as legitimam e propiciam a adesão da maioria da sociedade a um mundo que a oprime.

Incompatível com essa concepção crítica e com a sua recusa da totalidade da sociedade vigente são as tentativas de reduzi-las à mera negação do meios de comunicação de massas, das mídias ou de uma suposta sociedade da informação. Não é como comentador dos eventos culturais superficiais ou das tecnologias da comunicação e da informação que Debord merece ser lido. Contra o conformismo e a aparente neutralidade desse tipo de crítica que não pretende ultrapassar o espetáculo Debord propõe uma mudança estrutural da sociedade que produz as mercadorias ininterruptamente exibidas pelos meios de informação. Para ele trata-se da superação revolucionária da sociedade e das categorias que a constituem como o valor, trabalho abstrato, dinheiro, mercado e estado responsáveis pela intervenção entre concreto e abstrato, necessidades humanas e lucro, meios e fins que caracterizam o modo de produção capitalista.

Em vez de assimilação e recuperação acríticas de seu pensamento busco compreender o conceito de espetáculo como categoria social total, da dimensão revolucionária que possui e estimula uma análise dos fenômenos sociais mais amplos capazes de inspirar práticas de transformação efetivas por um sujeito autônomo em luta pelo controle da própria existência. Retornar às fontes teóricas de Debord e a sua ressignificação de conceitos como os de alienação, fetiche e reificação constitui-se em momento importante do esforço teórico deste trabalho. A volta às origens dos conceitos que fundamentam a crítica do espetáculo articula-se com uma outra questão aqui problematizada. Trata-se de compreender a atualidade do conceito original de espetáculo para a reflexão sobre a formação no mundo contemporâneo. A perspectiva que coloca e o sentido desta reflexão não poderia ser a de limitar a reflexão sobre a formação no mundo de espetáculo apenas sob o ponto de vista da relação entre os meios de comunicação e os processos educacionais, analisando os primeiros como obstáculos ou instrumentos para a realização de fins formativos.

A atualidade da teoria do espetáculo reside na possibilidade de se pensar a importância do mercado como instância formativa, com crescente capacidade de subordinar e ocupar funções socializadoras e semiformativas até então desempenhadas pela escola, a família, as igrejas e demais instituições tradicionais. A formação espetacular é principalmente a semiformação de indivíduos passivos, consumidores reais ou imaginários de mercadorias e imagens, cuja finalidade é a apologia dos objetos mercantis, em particular e cada vez mais os tecnológicos.

A sociedade dominada pela economia mercantil e espetacular transforma os lugares e momentos em instâncias de aprendizado de sua lógica, valores e promessas. Os ideais, desejos, aspirações e condutas são os que preconizam o êxito material como um fim em si mesmo, em particular o que associa a gratificação pessoal com a posse do maior número de coisas. Esse processo tem ganhado maior visibilidade com o assédio mercantil à infância, em vias de desaparecimento como período formativo distanciado das exigências da produção e do consumo. Debilitadas, as instituições tradicionais de socialização têm perdido sua capacidade de legitimação para a quase inquestionável autoridade das mercadorias e os significados a elas associados. A ausência de mediações entre o individual e o coletivo torna as crianças objetos submetidos aos imperativos mercantis totalitários da sociedade. A formação na sociedade de mercado realizada por meio da abundância de mercadorias é a ideia central aqui proposta. Por isso a reflexão sobre a formação humana, objeto deste trabalho, processo cultural, educativo e social, precisa, inicialmente, delinear os contornos principais das sociedades específicas nas quais ocorrem, explicitando os conceitos teóricos e a perspectiva de análise desenvolvida.

O capítulo primeiro discute os aspectos principais, para essa questão, da sociedade capitalista como uma formação histórico-social voltada à produção de mercadorias, em especial os fenômenos da alienação e do fetiche da mercadoria, estudados por Marx (1993, 1991) e o processo de reificação, em Lukács (1974, 1979). A crítica marxiana ao capitalismo empreendida a partir dos *Manuscritos Econômicos e Filosóficos de 1844*, em que os conceitos de alienação e fetichismo ocupam lugar central, o estudo da mercadoria, presente no primeiro livro do *Capital*, fornecem os fundamentos teóricos para a compreensão da sociedade capitalista contemporânea. Os *Manuscritos de 1844* assinalam, de modo inaugural, o surgimento de uma reflexão original na maneira de explicar os fenômenos históricos e sociais, rompendo com a economia clássica e com o idealismo filosófico. Para Fernandes (1989) a crítica da economia política presente nesses textos conduz a uma nova forma, histórica e dialética, de explicação da realidade. Neles estão as principais ideias do materialismo histórico, desenvolvidas, ampliadas e aprofundadas nas obras posteriores de Marx. Ao movimento dialético do pensamento corresponde uma apreensão dialética do movimento do real. Esses aspectos centrais da concepção materialista da sociedade e da história estão presentes nesse trabalho

de importância especial para a elaboração posterior do conjunto do pensamento marxiano.

Ao estudar a vida em sociedade e o desenvolvimento histórico da humanidade como totalidade concreta, explicitando suas origens, formas de manifestação, a essência e a aparência dos fenômenos e, sobretudo, seu movimento contínuo de vir-a-ser, Marx apreende a estrutura fundamental da sociedade dividida em classes sociais. As análises da alienação, do trabalho alienado e da propriedade privada e suas relações causais apreendem precisamente a constituição central da forma social baseada na mercadoria. O momento em que ocorre a universalização forma mercadoria, dominante como modo de organização da vida social, a mercantilização de todas as instâncias, coletivas e individuais e de praticamente todos os aspectos da existência humana. A extensão e a profundidade desses procedimentos em nossos dias demonstram como a formação social baseada na produção mercantil, na alienação e na fetichização pôde se expandir ao longo da trajetória do capitalismo. Ao longo do primeiro capítulo serão desenvolvidos os três conceitos, a alienação, o fetiche da mercadoria e a reificação compreendidos nos aspectos articulados da estrutura básica da sociedade capitalista. O primeiro deles, a alienação, é compreendido como condição de separação e estranhamento dos indivíduos em relação a sua própria atividade e a seus produtos, alheamento face aos demais indivíduos e em relação a si mesmo. Em Marx a crítica da alienação desdobra-se na possibilidade da superação positiva de tal condição por meio da supressão da propriedade privada e do trabalho alienado.

O fetichismo da mercadoria refere-se à característica específica da produção de mercadorias sob o capitalismo: nessa formação social o valor da mercadoria, definidos pelo trabalho abstrato, geral e impessoal, assume a forma de elemento intrínseco dos objetos, naturalmente dados e independentes de qualquer interferência humana. Essa especificidade estabelece uma relação de equivalência entre produtos diferentes por meio dos valores de troca dos objetos. A relação direta entre os produtos ocorre como relação entre produtos, coisas. A reificação da relação entre os indivíduos generaliza-se como predominante na grande maioria das instâncias e dimensões da vida coletiva e pessoal. Objetivamente como relação entre coisas e subjetivamente como consciência reduzida à instrumentalidade, a reificação penetra os mais íntimos domínios da vida social, atingindo,

contemporaneamente, sua forma mais acabada e eficaz como tecnologia, principal veículo da reificação em nossos dias.

Esses conceitos são retomados no segundo capítulo para fundamentar a discussão da sociedade capitalista contemporânea definida como sociedade do espetáculo, por Guy Debord (1967). Reconhecer que vivemos numa sociedade do espetáculo implica a compreensão de uma sociedade que funciona como espetáculo, na qual os indivíduos deixam de ser sujeitos de seus atos, de suas vidas para serem espectadores passivos das ações dos outros. Fundamental nessa formulação é a definição do espetáculo como uma categoria que envolve a totalidade da vida social, em manifestações tão diversas como a cultura, a política, o urbanismo e as ciências, tendo sempre como base a distinção entre espectador e ator. A crítica ao espetáculo é, portanto, uma crítica dirigida a um tipo específico de sociedade, historicamente identificada com o capitalismo desenvolvido, fordista e pós-fordista, que emerge logo após a Primeira Guerra Mundial. Percebe-se, desde logo, que tal teoria resiste a qualquer tentativa de reduzi-la a uma crítica das mídias, da sociedade da informação e outras similares. A crítica de Debord, nunca é demais insistir, é à sociedade capitalista, à alienação que lhe é inerente e à sujeição do homem aos imperativos das coisas e da economia autonomizada que predomina sobre todas as instâncias sociais.

Para essa concepção o espetáculo é a fase extrema do processo de alienação, presente na totalidade do mundo capitalista, na produção, no consumo, na política, na cultura, no lazer, nas letras, nas artes, nas relações sociais e na relação do indivíduo consigo mesmo e com sua vida. Nesse estágio avançado do capitalismo a separação, a contemplação, a inércia e a passividade exprimem a forma radicalizada de alienação e o desenvolvimento pleno do fetiche que envolve a mercadoria, consumada no indivíduo-espectador da vida, da sociedade, da história e do mundo. Não por acaso o período posterior à Segunda Guerra Mundial constituiu-se como decisivo na consolidação da sociedade do espetáculo. Esse momento assinala o surgimento de profundas mudanças técnicas e científicas que sustentam essa forma de sociedade. A compreensão do papel da instrumentação técnica e dos meios tecnológicos produzidos a partir daí é condição para se compreender as novas formas, mais sutis e capilares assumidas pela alienação e a reificação no mundo do espetáculo e da mercadoria.

Proponho, nesse e em outros aspectos, uma aproximação entre Debord e os autores vinculados da teoria crítica da sociedade, em particular, Marcuse (1898-1979), Adorno (1903-1969) e Horkheimer (1895-1973). Em relação ao primeiro é a análise da moderna tecnologia e suas consequências sociais o aspecto central o que permite tal aproximação. Em Adorno e Horkheimer interessa-me a tematização da mercadoria cultural e do espetáculo como meio de subjetivação, central na conformação de indivíduos adaptados e resignados ao mercado.

Baseado no reinado soberano da economia mercantil que se autonomizou e subordinou todas as outras instâncias da sociedade, impondo suas categorias e procedimentos ao conjunto da existência social, o espetáculo realiza-se como uma representação da vida em que a mercadoria é a vedete. Detentor do monopólio da aparência e da comunicação o espetáculo faz da realidade representação e como representação reduz os indivíduos a espectadores passivos, distantes e impotentes.

Segundo Debord, o espetáculo aparece no momento em que o capital atingiu tal grau de acumulação que se transforma em capital-imagem. A imagem é o duplo, a contraface da mercadoria. As imagens potencializam a eficácia mistificadora da mercadoria e seu fetiche, acentuando sua independência e afastamento dos produtores diretos, submetidos ao objeto e a sua representação. A produção e o consumo de mercadoria assumem a condição de ideologia legitimadora do sistema que as produzem. A existência dessa sociedade é justificada então por sua produção material, pretensamente racional e único meio de progresso social e felicidade pessoal. O indivíduo reificado como espectador está submetido, objetivamente, à servidão imposta pela mercadoria, suas imagens e pelas mercadorias-imagens e, subjetivamente, encontra-se limitado à uma racionalidade instrumental e operacional, que impõe critérios de eficiência, produtividade e ganhos sob uma perspectiva puramente mercantil.

Neste segundo capítulo encontra-se, ainda, uma análise da existência das marcas nas mercadorias, a face publicitária e mercadológica das grandes corporações do mundo globalizado, cujas imagens representam cada vez a dominação do capital de modo abrangente sobre o indivíduo e sobre a sociedade, de acordo com o trabalho de Klein (2002).

A importância da semiformação para a continuidade do espetáculo também é objeto de reflexão desse capítulo, uma vez que a perpetuação desse modelo de sociedade supõe a preparação de pessoas segundo o pensamento espetacular

empobrecido. Essa formação degradada conduz à ausência de crítica, de contestação, ao conformismo e à sujeição aos imperativos econômicos hegemônicos. Segundo a teoria do espetáculo, a superação dessa forma social é alcançada à medida que os indivíduos se libertem dos desígnios mercantis e da subordinação da vida à racionalidade econômica, conquista histórica complexa e tortuosa que só poderá ser realizada como emancipação de todos os que sofrem a proletarianização de suas vidas, que lhes retirou o controle sobre o trabalho, o consumo, o tempo, os desejos e os sonhos. Para Debord, o sujeito desse processo revolucionário são os trabalhadores organizados em Conselhos autônomos, constituídos de forma independente de partidos, sindicatos ou governos e autogeridos pelos próprios proletários, em sentido amplo.

O terceiro capítulo discute os processos formativos, formais ou não, desenvolvidos numa sociedade cuja estruturas básicas são fundadas em processos alienantes de produção, consumo e vida. Em sua fase espetacular, essa forma de sociedade amplia e aprofunda as suas características principais como a separação, a passividade, a inércia e a contemplação que permeiam as relações do indivíduo com a sociedade, suas ações e a própria existência. Investiga os traços centrais da semiformação contemporânea destacando as mudanças nas formas de socialização face à ampliação dos meios de comunicação, da mercadoria tecnologicamente produzida, da mercantilização da infância e da educação. Com esse objetivo enfatiza-se os mecanismos atuais de socialização por meio do consumo destinado a crianças e jovens, em especial aquele estimulado pelos meios variados da indústria cultural, conforme conceito formulado por Adorno e Horkheimer ainda em 1946, em sua *Dialética do Esclarecimento*.

Num mundo social em que o sujeito não é o homem, mas o capital e a mercadoria toda e qualquer formação tende a degradar-se em mera adaptação e submissão aos imperativos econômicos. As instâncias tradicionalmente dotadas de uma autonomia, mesmo relativa, como a família e a escola, são implacavelmente subordinadas à lógica e dinâmica do mercado. A servidão consentida é obtida tanto mais eficazmente quanto maior a sutileza dos vínculos que unem o indivíduo à sociedade. A adesão da maioria reveste-se da crença e do desejos da mercadoria, tecnológica ou não, apresentada como capaz de gratificar e de satisfazer às necessidades, sonhos e aspirações. As mediações entre o indivíduo e o todo social são cada vez mais dissolvidas em favor de uma cooptação da consciência efetuada

diretamente pela estrutura social mais ampla, a começar pela produção material que impregna objetos e produtos com os fins propostos pela sociedade capitalista. Por isso esse capítulo final, discute, a partir de dados de fontes diversas a importância cada vez maior do consumo, real ou não, desde os primeiros momentos da vida.

Pensa a articulação desses mecanismos mais amplos de socialização com a educação formal e as instituições de ensino que cedem continuamente às exigências do mercado econômico e de trabalho, seja por meio de uma autêntica pedagogia do capital, expressão utilitária e instrumental de educação, que se reduz a uma precária preparação para o trabalho na sociedade tecnológica que absorve o mínimo de força de trabalho humana. Ou ainda por meio da assimilação aos produtos variados oferecidos por uma penetração massiva de publicidade e comercialização no interior das instituições de ensino.

CAPÍTULO 1 - FUNDAMENTOS DA TEORIA DO ESPETÁCULO

1.1 A gênese material do espetáculo: alienação

A reflexão sobre as perspectivas da formação humana na sociedade contemporânea, que procuramos demonstrar como caracterizada pelo domínio da mercadoria e da imagem, precisa recorrer aos fenômenos centrais que singularizam essa forma social. A compreensão da especificidade dos procedimentos formativos sob o espetáculo remete necessariamente à análise da alienação em suas múltiplas dimensões, do fetiche da mercadoria como expressão dessa alienação e da reificação associada à hegemonia da forma mercadoria.

“A separação consumada”, tal é o título da primeira parte do livro de Debord (1997), no qual a formação, o desenvolvimento e as características da forma social que ele denomina de mercantil-espetacular, conceito que exprime teoricamente os traços essenciais, tanto objetivos quanto subjetivos, do estágio atual da sociedade produtora de mercadorias.

Esse modelo de sociedade, segundo a teoria do espetáculo, remete, desde seus primórdios, a procedimentos, modos de produzir, consumir e viver baseados em princípios e categorias abstratos, desvinculados da existência real dos indivíduos, dos interesses e necessidades pessoais e coletivos, resultando no contínuo afastamento, estranhamento e subordinação da práxis humana ao mundo objetivo criado por suas ações. A ausência de controle sobre a própria atividade determina relações alienadas, de oposição e hostilidade, entre os indivíduos e os produtos dessa atividade, e de conflito e antagonismo entre si.

Para Debord, o espetáculo mercantil é o estágio contemporâneo da sociedade baseada na dominância das ações e das idéias que tendem a separar objetiva e subjetivamente os homens concretos e suas vidas reais dos objetivos perseguidos pela produção material. O momento espetacular da sociedade mercantil consolida a passividade, a inércia e a inatividade do homem no mundo que, a partir mesmo da produção e do trabalho alienados, estimula uma relação de contemplação impotente, de espectador dos processos e fenômenos que se desenvolvem sem sua intervenção direta e pessoal.

A teoria do espetáculo mercantil retoma, aprofunda e desenvolve as análises de Marx sobre o fenômeno da alienação (1993) e realidades a ele associados como o fetichismo da mercadoria (1988) e a reificação (Lukács: 1974, 1979). Os processos descritos como alienantes na produção, no consumo e na vida do indivíduo consigo mesmo são inicialmente desenvolvidos nos *Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844* (MEF de 1844) e objetos de análise de Marx (1993) ainda nos primórdios de sua extensa obra teórica. A partir desses escritos emergem elementos para a reflexão posterior do próprio Marx em suas obras de maior amplitude, culminando em *O capital*, e para o desenvolvimento original do conceito de reificação de Lukács (1974,1979) intrinsecamente vinculado à alienação e à fetichização da mercadoria.

Fundamentada nesses conceitos, a teoria do espetáculo explicita os vínculos entre esses fenômenos e a constituição da sociedade mercantil-espetacular contemporânea, forma específica de organização social inerente ao desenvolvimento do modo de produção capitalista, voltado para a criação de objetos orientada pelo princípio do valor que asseguram a autovalorização do capital, produtos, objetos e mercadorias expressos em seus valores de troca abstratos por meio de processos que subtraem a todas as ações humanas o controle e as decisões sobre a própria atividade.

Em sua análise do trabalho alienado e da propriedade privada Marx (1993) parte das categorias da economia clássica -propriedade privada, divisão do trabalho, capital, terra, salário, lucro do capital e renda fundiária, concorrência, valor de troca-,

para então ampliar e desenvolver um conjunto de questões que “abarcam todos os problemas filosóficos básicos em relação com a auto-alienação do trabalho: a questão da liberdade até a do significado da vida, a gênese da sociedade moderna e a relação entre a individualidade e o ‘ser comunitário’ do homem, a produção de ‘apetites artificiais’ até a ‘alienação dos sentidos’, desde uma avaliação da natureza até mediação da filosofia, Arte, Religião e Direito até uma ‘reintegração da vida humana’ no mundo real, por meio de uma ‘transcendência positiva’” (Mészáros, 1981, p. 73-4).

Contudo, diferente dos economistas burgueses que tomam esses elementos como dados, naturais e imutáveis, ele desvenda os mecanismos econômicos e sociais que fundam esses pressupostos a partir do conceito de alienação, para demonstrar como os fenômenos engendrados pela produção material assumem, sob a forma mercantil da sociedade capitalista, o caráter de atividade estranha e alheia

[*Entfremdung*] aos que a executam, ocultando os nexos e as relações que unificam componentes aparentemente isolados de uma mesma realidade, expressa pela totalidade do sistema produtor de mercadorias. Para Marx trata-se, prioritariamente, de desvendar a ligação essencial existente entre fenômenos como a propriedade privada, a divisão do trabalho, o capital e a propriedade fundiária, a troca e a concorrência, o valor e a desvalorização do homem, o monopólio e a concorrência e suas relações com o sistema econômico fundado sobre o dinheiro.

Nos *Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844* a compreensão desse vínculo essencial, revelado a partir do conceito de trabalho alienado, é inseparável da compreensão da totalidade dos fenômenos tratados de modo isolado pela economia clássica. A alienação nos processos de trabalho é o fenômeno primordial porque constitui-se como origem das mediações históricas e sociais que determinam o modo capitalista de produzir: a propriedade privada, a troca e a divisão do trabalho. Tais mediações impedem a vida produtiva como atividade criadora livremente determinada e reduzem o trabalho à produção de mercadorias que servem menos à satisfação das necessidades humanas reais que àquelas artificialmente estimuladas.

A concepção marxiana identifica a forma alienada do trabalho sob o capitalismo como obstáculo interposto entre o homem e sua atividade, impossibilitando sua realização por meio da ação produtiva criadora, forma essa oposta ao sentido amplo e geral do trabalho como determinação ontológica fundamental da humanidade. O trabalho é, então, um conjunto de atividades que se objetivam como produtos voltados à satisfação imediata de autoconservação, criando valores-de-uso, ao mesmo tempo em que contribuem para o desenvolvimento de habilidades, aptidões, potencialidades que ultrapassam as necessidades puramente físicas. Essa concepção ampliada do trabalho afirma sua necessidade para a existência humana, mediação indispensável entre o homem e a natureza, vínculo orgânico que lhe garante a própria sobrevivência.

O ser humano, como ser genérico-universal, produz-se na medida em que estabelece relações com a natureza, modifica-se internamente desenvolvendo características propriamente humanas, entre outras, a linguagem, a sociabilidade, a divisão do trabalho. A vida humana resulta da prática transformadora que proporciona ao homem o desenvolvimento intelectual e cognitivo, sendo sua humanização inseparável das ações realizadas no mundo exterior, de sua relação com a natureza, necessária a sua realização como sujeito da própria atividade.

A objetivação da atividade humana livre se expressa como transformação da natureza *inorgânica*, dos seres e elementos da natureza - plantas, animais, pedras, ar, luz, etc - que, pela intervenção e domínio humanos, transformam-se em seu corpo *inorgânico* sob a forma de alimento, aquecimento, vestuário, habitação e obras de arte em geral (Marx: 1993), enfim, na criação de um mundo humanizado. Diferente dos outros animais, que obedecem apenas aos imperativos biológicos imediatos, o homem exprime seu caráter genérico mediante sua “atividade consciente livre [...] A própria vida aparece apenas como meio de vida [...] objeto do seu querer e da sua consciência [...] sua própria vida é para ele objeto, precisamente porque ele é um ser genérico” (1993, p.67).

Ao compreender o trabalho alienado como “conexão essencial” entre os elementos estruturais, aparentemente isolados, da produção mercantil, Marx apreende e afirma os vínculos que revelam a forma mercadoria como totalidade contraditória, dinâmica e histórica de organização social, negando a suposta naturalidade atemporal das categorias da economia política, concebidas como dadas ou eternas, elevadas à condição de leis imutáveis e inerentes à condição humana. Com efeito, a transformação da atividade vital do homem em meio para fins abstratos engendra a realidade como separação, oposição e inversão entre os interesses e as necessidades humanas e os objetivos e práticas definidas pela racionalidade econômica. O trabalho degradado em produção de mercadorias explicita a relação entre as dimensões parciais da alienação e a totalidade da vida como atividade alienada, concebidos como componentes intrínsecos da sociedade pela economia clássica: a propriedade privada, a cupidez, a separação de trabalho, capital e propriedade fundiária, de troca e concorrência, de valor e desvalorização do homem, de monopólio e concorrência.

A crítica marxiana aos economistas clássicos a partir de suas próprias categorias resulta numa análise que, longe de eternizar e justificar a produção mercantil, vale-se do conceito de trabalho em seu significado de prática estranha e alheia aos sujeitos, para empreender uma crítica ao sistema capitalista, fundado na contradição essencial expressa na produção de uma enorme riqueza material proporcional ao empobrecimento crescente do operário que produz diretamente essa riqueza: “O operário torna-se mais pobre quanto mais riqueza produz, quanto mais a sua produção cresce em poder e volume [...] Com a valorização do mundo

das coisas cresce a desvalorização do mundo dos homens em proporção direta” (Marx, 1993, p. 62).

A produção material resultante do trabalho humano objetivado como mercadorias torna-se então perda do objeto, desrealização do trabalhador e sua servidão ao objeto, apropriação como alienação. O produto do trabalho como objetivação da atividade humana, como exteriorização, portanto, como alienação necessária historicamente determinada, apropriação e transformação do mundo natural pelo homem, manifestação de suas necessidades e potencialidades assume a conotação de trabalho dessapossado, objetivado em produtos nos quais não se reconhece, seres estranhos, hostis e poderosos que o enfrentam e submete.

Ao enfatizar a relação do trabalho alienado com a propriedade privada como estranhamento face aos produtos, Marx privilegia as categorias abstratas que orientam a organização da produção capitalista - valor de troca, trabalho abstrato, mercadoria - expressas como separação, divisão e oposição entre a atividade e necessidades reais dos indivíduos e as exigências derivadas dessas categorias, vale dizer, o princípio de autovalorização do capital, que ignora qualquer critério referido a imperativos éticos, sociais e humanos. Os processos de trabalho baseiam-se em procedimentos que ampliam a separação e a divisão entre produtos e trabalhadores, entre esses e o seu trabalho e, finalmente, opera a cisão do homem como ser genérico em indivíduo atomizado.

A forma mercadoria, a mais geral e primordial, desenvolvida pela produção burguesa, contém as categorias essenciais que singularizam a sociedade capitalista, por ser elemento nuclear de toda produção, generalizando-se como forma social que ultrapassa os limites da instância material e estende suas categorias e procedimentos ao conjunto da vida social. A principal característica dessa sociedade é constituir-se como modo de produzir e consumir cada vez mais assentado num processo sucessivo de abstração da atividade material que, ao produzir mercadorias para troca, engendra a alienação e os fenômenos associados como o fetiche e a reificação. Ao se referir às categorias fundantes da produção material e às condições reais de existência das sociedades, Marx afirma que as primeiras são expressões de formas e condições concretas de existência, como a sociedade produtora de mercadorias. Na organização da vida social capitalista segundo categorias da produção material, identifica o mesmo processo de abstração presente no trabalho e afirma a singularidade histórica dessa forma societária, característica da economia

mercantil. O desenvolvimento do modo capitalista de produção aprofunda e complexifica o processo de abstração das condições reais de vida, fazendo surgir abstrações cada vez mais gerais.

A forma mercantil produz, então, as contradições fundamentais que caracterizam a sociedade produtora de mercadorias, tendo como princípio o trabalho geral e abstrato, no qual desaparecem os trabalhos concretos, particulares e singulares. A abstração inerente a esse modo de produzir e consumir exprime-se na equivalência de trabalhos diferentes, executados por indivíduos específicos, resultando no trabalho humano abstrato, indiferenciado, que só se manifesta como parte do conjunto de atividades que formam o trabalho social. A atividade pessoal e qualitativa dissolve-se como trabalho social abstrato que tem como finalidade a troca dos trabalhos particulares mediados pelo dinheiro: "A igualdade de trabalhos *toto coelo* diferentes só pode consistir numa abstração de sua verdadeira desigualdade, na redução ao caráter comum que eles possuem como dispêndio de força de trabalho do homem, como trabalho humano abstrato" (Marx, 1983, p. 72).

Essa equivalência abstrata manifesta-se também na subordinação do valor de uso ao valor de troca na produção da mercadoria, visando a valorização do capital em detrimento da utilidade concreta dos produtos, definidas pelas necessidades humanas. A abstração da produção mercantil exprime-se ainda na determinação do valor da mercadoria segundo o tempo de trabalho socialmente necessário à produção, enfatizando a quantidade de força de trabalho do homem, por meio de sua duração, que determina o valor dos produtos de trabalho. Esse conjunto de determinações resulta em relações sociais em que os produtores enxergam os produtos do trabalho como lhes aparecem, não como resultado das relações diretas sociais entre pessoas com seus próprios trabalhos, mas como relações pessoais mediadas por coisas e relações sociais entre as coisas.

A forma de produzir mercantil, por suas categorias inerentes, valor, valor de troca, trabalho abstrato e mercadoria, constitui oposições que operam uma inversão entre as necessidades objetivas individuais e sociais e a reprodução do capital, afirmando essa última como prioritária: o trabalho geral e abstrato sobre o trabalho concreto diferenciado, a quantidade em detrimento da qualidade, a ênfase na rentabilidade da produção, que secundariza a demanda coletiva do consumo imediato e necessário de produtos específicos, subordinando, enfim, o valor de uso ao valor de troca contido na mercadoria. Esse conjunto de inversões exprime, afinal,

a contradição entre a vida humana e a lógica econômica, entre meios e fins da produção material. Reafirma o predomínio do caráter mercantil da produção e a reificação das relações sociais, manifestas como triunfo das categorias abstratas econômicas em detrimento dos processos humanos vitais, concretos e objetivos, vale dizer, o êxito da produção de objetos, produtos e coisas como finalidade última da atividade material, acima e indiferente à vida dos indivíduos.

A culminância desse modo abstrato de produzir e consumir é expresso pela onipotência de uma mercadoria que equaliza todas as mercadorias, o dinheiro, viabilizando a realização do ciclo de reprodução capitalista: a transformação do diferente em igual no processo de troca mediado por essa mercadoria equivalente.

O dinheiro expressa assim a mediação superior que articula o conjunto de mediações parciais da produção mercantil alienada, propriedade privada-troca-divisão do trabalho, interpostas entre o homem e sua atividade livre, isto é, o trabalho concebido em acepção geral como determinação ontológica fundamental para a humanização da espécie. Enquanto componente do modo capitalista de produzir tal atividade confunde-se com a forma mercantil de produzir, base de toda a alienação por ela engendrada.

Em várias passagens dos *Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844*, Marx demonstra o caráter onipotente do dinheiro, que se constitui no poder social capaz de determinar toda a conduta individual e os vínculos sociais, devido a sua característica fundamental, sua natureza de mercadoria equivalente abstrata, capaz de tudo comprar, de apropriar-se de todos os objetos. Sua onipotência deriva de sua qualidade de mercadoria universal, meio de aquisição de qualquer outra mercadoria. Na sociedade baseada na produção mercantil o dinheiro assume a condição de elemento de coesão e unificação sociais, vínculo que liga o indivíduo à sociedade, à natureza e aos outros homens, ao mesmo tempo em que demarca as diferenças e distâncias socialmente produzidas.

Como abstração onipotente o dinheiro determina os limites e possibilidades individuais. Por ser a mercadoria que tudo pode comprar, o dinheiro “sou eu”. Quem o possui adquire as propriedades, forças e poderes que o caracterizam, capazes de suprir carências, desejos, debilidade e imperfeições por meio da potência monetária. As fragilidades e as impotências são compensadas pela posse da mercadoria equivalente e universal.

O dinheiro, forma monetária do capital, é dotado do poder e dos meios para fazer da *representação realidade e da realidade mera representação*. Essa inversão transforma as qualidades e atributos humanos e naturais em abstrações por meio de representações. As individualidades convertem-se em seu oposto pela assimilação de características contraditórias. A inversão modifica os vínculos sociais em seu contrário: amor em ódio, virtude em vício, vício em virtude, estupidez em inteligência, inteligência em estupidez.

Como elo que unifica e divide a sociedade o dinheiro, como poder e meio universal e exterior, não criado pelo homem como homem, nem pela sociedade como sociedade, na medida em que inverte e confunde todas as coisas, reúne em si todas as forças e qualidades subtraídas aos indivíduos, elevando-se à condição de divindade visível que exerce controle absoluto sobre a humanidade.

A análise de Marx, que compreende a produção mercantil como uma série contínua de procedimentos abstratos, traduz-se na identificação das maneiras específicas de manifestação da alienação, sintetizadas como alienação do homem da natureza, alienação do homem consigo mesmo, alienação da vida genérica à vida individual e alienação do homem de si mesmo.

Nos mesmos *Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844* Marx explicita como a produção capitalista funda-se na apropriação privada dos meios de produção, presentes na natureza como objetos materiais sobre os quais se exerce a ação humana e como provedor dos meios necessários à realização dessa ação. O controle privado do mundo natural, objeto e meio da atividade humana, representa, para o operário, a expropriação das condições essenciais para seu trabalho e garantia de sua subsistência física imediata. Alienado da natureza sensível, portanto dos objetos de trabalho e meios de sobrevivência, vê-se dessapossado do produto de sua atividade, dependente da venda de sua força de trabalho como operário assalariado para perpetuar-se como sujeito físico. Temos, então, uma alienação primordial instaurada no cerne do processo produtivo expressa como desvalorização e empobrecimento do trabalho e o incremento do valor de troca do que é produzido. Por isso,

quanto mais o operário produz tanto menos tem para consumir, [...] quanto mais valores ele cria tanto mais desvalorizado e indigno se torna [...] quanto mais civilizado é seu objeto tanto mais bárbaro o operário, [...] quanto mais poderoso o trabalho tanto mais impotente o operário, [...] quanto mais pleno de espírito o trabalho tanto mais sem espírito e servo da Natureza se torna o operário (1993:64).

A realização do trabalho, objetivado em objetos, produtos e coisas, ocorre como (des) realização do operário que se relaciona com o resultado de sua atividade como se fosse uma realidade separada, estranha, dotada de um poder próprio, hostil ao criador. Em suma, “o que o produto do seu trabalho é, ele não é [...] Quanto maior, portanto, é esse produto tanto menos ele próprio é” (Ibid, p.63). O antagonismo entre produto e produtor, expresso no aprimoramento, refinamento e sofisticação dos objetos e no embotamento das capacidades intelectuais, criadoras e reflexivas do trabalhador, reflete a abstração dos procedimentos que ordenam a produção mercantil, realizando uma inversão entre meios e fins, transformando bens e objetos destinados à satisfação das necessidades humanas em mercadorias com elevado valor de troca para o consumo, o lucro e a acumulação de riquezas para alguns. O aumento da quantidade e da variedade da produção, portanto, da riqueza disponível traz, em contrapartida, o empobrecimento material e espiritual daqueles que os produzem diretamente.

Ao retirar do operário sua humanidade, a mercadoria, como fantasmagoria, humaniza-se. Colocando sua vida no objeto o trabalhador perde-a para ele. Destituído da própria vida, transferido ao o objeto, o operário perde também a posse desse produto, que o enfrenta poder hostil e estranho. O antagonismo produtor-produto é desdobramento da própria produção capitalista que produz o homem como mercadoria, a mercadoria-homem, ser desumanizado espiritual e fisicamente, ainda que consciente e ativo apesar da deformação e degradação.

Ao demonstrar essa ligação interna entre os elementos constitutivos do modo de produção capitalista Marx indica um fato inequívoco: mercantilizada e a serviço da criação de mais valores de troca, a produção material resulta na submissão humana ao poder, à quantidade e à grandeza das coisas. A realidade produzida pela atividade humana materializa-se como um amontoado de objetos não apenas dispostos pela superfície do mundo, mas como um ser estranho (*ein fremdes Wesen*), um poder independente do produtor direto. Nas condições do trabalho assalariado, para outro, a objetivação resultante da ação humana efetiva-se como *desrealização* do trabalhador, separação e servidão ao objeto, a apropriação como alienação. .

Como objeto *estranho* o produto apresenta-se distante, separado, independente e inacessível ao trabalhador. Para Marx a alienação expressa uma relação de antagonismo entre a atividade humana e o mundo objetivo, pois quanto maior a atividade do indivíduo maior o poder do mundo exterior, cada vez mais

independente e hostil em relação ao produtor. A riqueza da atividade externa contrasta com o empobrecimento interior a que o trabalhador está sujeito.

No limite, a realidade como objetividade estranha e hostil produzida pelo trabalho alienado expressa-se como a desrealização absoluta do trabalhador por meio da morte ou como *desapossamento* completo, incluindo os objetos necessários à sobrevivência daqueles que os utilizam no seu trabalho. Essa característica funda uma ordem social que separa os homens em duas classes distintas e antagônicas: os proprietários dos meios e dos produtos da produção e os operários desprovidos de ambos, já que o acesso ao produto de sua atividade lhe é vetado. É ainda o trabalho alienado que produz essa relação com outros homens que detêm a posse dos instrumentos e dos meios de produção. Se o trabalhador não reconhece o produto objetivado de sua atividade é porque ele pertence a outro homem que não ele, aquele que é proprietário e senhor desse objeto.

A consequência dessa constatação é identificar o trabalho alienado como condição para o surgimento da propriedade privada e a classe dos capitalistas como classe dominante na sociedade. A propriedade privada é resultado do trabalho alienado, que separa o homem da natureza e de si próprio, constituindo-se na forma primordial de alienação, inerente à produção capitalista. A separação e o antagonismo do operário dos produtos do seu próprio trabalho remete a outro aspecto da economia mercantil: a alienação como se apresenta no próprio *interior da produção*, no ato de produzir na própria atividade produtiva. A alienação do operário vincula-se à alienação no interior mesmo do processo de produção, pois o enfrentamento, a hostilidade e o caráter estranho assumido pelos produtos do trabalho são possíveis pela alienação presente no momento mesmo de produzir.

Para Marx, a alienação que opõe o produtor ao produto exprime o antagonismo presente nas relações de produção, que centraliza nos proprietários dos meios de produção o controle sobre o quê, como, quanto e a forma produzir. O trabalho para outro torna estranha ao trabalhador sua própria atividade. Ele não se reconhece no que faz. Sendo lhe exterior, o trabalho não é a satisfação de uma necessidade, mas uma forma de satisfazer necessidades que lhe são alheias.

Por não ser auto-atividade, “ela pertence a um outro, ela é a perda dele próprio”. Seu trabalho é “forçado, auto-sacrifício, mortificação” (1993, p.65). A alienação expressa na apropriação privada do trabalho que resulta da “separação de capital, renda fundiária e trabalho é mortal” (1993, p.13) para o trabalhador,

empobrecido materialmente e embrutecido física e mentalmente e é sentido como trabalho forçado, sacrifício, tortura. Nessas circunstâncias, segundo Marx, “se foge do trabalho como da peste” (p. 65). Em outros termos o trabalho é atividade de ganha-pão, ao qual o trabalhador submete-se com muito sofrimento e pesar. Nessa atividade consome suas forças e debilita sua potência.

Não apenas os objetos que produz, mas a própria atividade produtiva, sua energia física e espiritual aparecem como independentes e contrárias a ele, subordinadas a uma divisão do trabalho que o exclui das decisões que não estão sob seu controle, participando efetivamente de uma parcela muito reduzida das operações e tarefas da produção. A concentração do capital e a divisão capitalista do trabalho na produção fabril baseada na utilização das máquinas aparecem como elementos de incremento da produtividade mercantil, ainda que empobrecendo as aptidões físicas, intelectuais e espirituais do operário. Se por um lado a divisão capitalista do trabalho proporciona uma elevação sem precedentes da produção, por outro ela o faz diminuindo e roubando do trabalhador suas capacidades e qualidades.

Trabalho unilateral e dependente da concorrência dos homens entre si e entre esses e as máquinas uma vez que essas aumentam a possibilidade de se produzir a mercadoria em massa, utilizando o sistema fabril como fundamento dessa organização da produção. Degradado à condição de máquina, coisificado, o operário tem de enfrentá-la como sua concorrente.

A maquinização da produção provoca uma inversão objetiva entre trabalhador e instrumento de trabalho graças à adaptação do indivíduo ao ritmo, ao movimento e à velocidade das máquinas que subordinam a força humana de trabalho. Marx exprime essa inversão do humano à máquina com a incisiva reflexão: “até que ponto os homens trabalham *com* máquinas ou até que ponto os homens trabalham *como* máquinas” (1993, p. 23). Outra consequência do trabalho alienado e da propriedade privada apresenta-se articulada às duas formas anteriores de alienação. O trabalho alienado separa o operário de sua produção à medida que as relações de produção alienam o indivíduo no ato de produzir, retirando-lhe os meios de produção e o controle sobre o modo como desenvolve suas funções. A apropriação dos meios de produção pelos proprietários do capital determina uma organização do processo de trabalho que subordina os trabalhadores e nega-lhes o controle sobre sua atividade: divisão fragmentada das funções, especialização em atividades isoladas, repetitivas

e monótonas, separação das atividades de concepção e execução, adaptação ao ritmo da maquinaria, vigilância de gerentes e supervisores.

Ao converter-se em mercadoria assalariada que produz para outro o trabalhador aliena-se da sua condição de indivíduo pertencente ao gênero humano, privando-se das características que o singularizam como membro do gênero humano: a liberdade no agir e a consciência de sua universalidade. Para Marx a generalidade da condição humana reside no autorreconhecimento de sua própria universalidade e liberdade. Consciente de si próprio como ser universal e livre toma o gênero humano e toda a natureza como seu objeto.

Diferente dos outros animais o homem não se confunde de modo instintivo com sua atividade vital, mas a torna objeto da sua vontade livre. Sua atividade vital consciente confere-lhe a condição de ser genérico. A capacidade de deliberar conscientemente e de dirigir suas ações possibilita-lhe uma atividade livre, que deve ser entendida como vida produtiva, pois visa, sobretudo, a realização do homem genérico e universal. A vida produtiva e a vida genérica são uma só, “a vida que gera vida” (Marx, 1993, p.67). Liberdade, vontade e consciência singularizam as ações humanas. O homem produz para além da necessidade de sobrevivência e só produz de fato livre da necessidade imediata, sem coação ou determinação externa. Sob o trabalho alienado a atividade vital genérica, livre e consciente reduz-se às ações que proporcionem apenas a sobrevivência física. A atividade racional e criadora que pode proporcionar ao homem o desenvolvimento de suas potencialidades degrada-se como iniciativas que buscam as necessidades de manutenção da vida física. A atividade cuja finalidade reside na criação de mais vida, conforme a vocação humana fica reduzida, na produção alienada, a mero meio de autopreservação.

Essa autolimitação como ser universal traduz-se na inversão entre a vida produtiva, essência genérica do homem, como um fim em si mesma, em meio de preservar a vida. Marx distingue, então, a vida produtiva como atividade criadora livremente determinada e a produção como trabalho gerador de mercadorias que servem à satisfação das necessidades humanas reais ou artificialmente estimuladas. No primeiro caso trata-se de uma compreensão de trabalho no sentido mais amplo e geral de atividades que produzem uma objetividade que satisfaz às necessidades imediatas de autoconservação, criando valores de uso, ao mesmo tempo em que desenvolve habilidades, aptidões, potencialidades que ultrapassam a imediatez

da necessidade física. O ser humano produz-se na medida em que estabelece relações com a natureza, modifica-se internamente desenvolvendo características propriamente humanas: linguagem, sociabilidade, divisão do trabalho.

Além de produzir a alienação do produto do trabalho, do ato de produzir e do caráter genérico do homem, portanto, um mundo que lhe aparece separado e indiferente às suas ações, o trabalho alienado produz ainda a relação de estranhamento e hostilidade com outros homens. “Uma consequência imediata de que o homem está alienado do produto do seu trabalho, da sua atividade vital, do seu ser genérico, é a alienação do homem do homem. Quando o homem se enfrenta a si próprio, enfrenta-o outro homem” (Marx, 1993, p. 69). O outro a que Marx se refere como ser estranho e hostil ao trabalhador é, na verdade, a classe dos proprietários dos meios de produção que se apropriam da riqueza produzida pelo operário. A esses pertencem o trabalho e o produto do trabalho, sua fruição. Além da relação do homem com os objetos do trabalho e com o ato de produzir, o trabalho alienado engendra também as relações na com outros homens. Trata-se da relação do operário com o capitalista, “homem estranho ao trabalho” (p.71) marcada pela dominação, a coação e a dominação. O elo que permite estabelecer a conexão entre os elementos separados propostos como objetivo no início desse capítulo é a propriedade privada dos meios de produção.

Para Marx a supressão da alienação é inseparável da superação da propriedade privada uma vez que essa é o “produto, o resultado, a consequência necessária do *trabalho desapossado*, da relação exterior do operário com a Natureza e consigo próprio” (1993, p. 71). Ao recusar propostas como as de Proudhon () reivindicando melhoria salarial, Marx reafirma o vínculo necessário entre salário e trabalho alienado, e entre esse e a propriedade privada, descartando a igualdade de salários como alternativa para uma transformação real da sociedade. Não seria uma elevação do salário, ainda que significativa, que transformaria as condições de alienação do trabalho assalariado, posto que essa vincula-se, fundamentalmente, ao trabalho submetido à posse privada dos meios de produção.

O vínculo entre trabalho alienado e propriedade privada traz como desdobramento uma concepção de transformação social que considere a necessidade de uma “emancipação da propriedade privada, da servidão na forma *política da emancipação dos operários* [...] porque toda a servidão humana está envolvida na relação do operário com a produção e todas as relações de servidão

são apenas modificações e consequências dessa relação” (1993, p.72). A superação do trabalho alienado exige a supressão da propriedade privada como forma política dominante e assegurada pelo Estado e demais instituições que a legitimam, mas a transformação da sociedade alienada ultrapassa os objetivos ainda parciais da conquista do poder estatal, incapaz de assegurar por si só a permanência ou o surgimento de outras relações de alienação. A ação política é, portanto, condição, pré-requisito para a criação das circunstâncias favoráveis à superação da alienação moral e econômica. Objetiva uma supressão positiva de todas as manifestações de alienação, regresso de homem a si mesmo.

O comunismo apresenta-se como uma nova e ampla práxis social, como uma fase política necessária, mediação entre a vida alienada e a emancipação de seus condicionamentos. Rompe com a economia mercantil desvinculada do indivíduo real, abstraído de suas necessidades, comprometida somente com o aumento quantitativo da produção, contribuindo para o enriquecimento do ser humano, sua plenitude e riqueza como ser completo. Somente o comunismo, nova forma social, apresenta-se como a ruptura da autoalienação imposta pelo trabalho dessapossado que gera a propriedade privada. Como condição necessária para a eliminação dos processos objetivos e subjetivos da existência humana alienada, a superação material da propriedade privada representa uma transformação radical que supera a alienação do homem com a natureza, com os produtos do trabalho e com consigo mesmo. A auto-apropriação total e consciente do indivíduo humanizado, como social traduz-se como superação das contradições criadas pela vida alienada.

Este comunismo é, como naturalismo consumado=humanismo, como humanismo consumado= naturalismo, ele é a verdadeira resolução do conflito do homem com a Natureza e com o homem, a verdadeira resolução da luta entre existência e essência, entre objetivação e autoconfirmação, entre liberdade e necessidade, entre indivíduo e gênero. Ele é o enigma da história resolvido e sabe-se como essa solução (Marx, 1993, p. 92).

A superação da alienação é, então, por um lado, a transcendência das condições sócio-históricas produzidas pelas mediações da economia mercantil (propriedade privada, troca, divisão do trabalho) que separam o homem e sua atividade, sua realização no trabalho como atividade criativa, proporcionando ao indivíduo a apropriação humana dos produtos dessa atividade, tarefa política fundamental, porém, insuficiente. Se a transformação da sociedade não pode

prescindir da alteração da atividade produtiva alienada, essa, entretanto, não a esgota. É certo que na dinâmica da propriedade privada “todo o movimento revolucionário encontra tanto a sua base empírica como teórica” (Marx, 1993, p. 93) expresso na retomada da essência e vida humana pelo e para o homem, porém, não se limita numa apreensão traduzida pela posse, pela fruição unilateral e imediata, reduzida ao sentido de ter, mas exige uma mutação abrangente do indivíduo em relação à totalidade de sua vida.

A emancipação comunista da alienação não se limita a proporcionar um igualitário acesso à posse da mercadoria ou da propriedade, restaurando nos subalternos os danos e deformações físicas e mentais em seu sentido de ter, mas almeja formar indivíduos capazes de, em sua relação com o mundo e as coisas, criar, reconhecer e produzir um modo humano de se relacionar. A negação positiva da alienação, pressupondo a eliminação da propriedade privada, representa uma reapropriação humana da vida humana, condição necessária para supressão de uma sociedade fragmentada que empobrece os indivíduos.

Segundo Marx,

o homem apropria-se da sua essência omnilateral de uma maneira omnilateral, portanto como um homem total. Cada uma das suas relações humanas com o mundo, ver, ouvir, cheirar, saborear, tactear, pensar, intuir, sentir, querer, ser activo, amar, em suma, todos os órgãos da sua individualidade, bem como os órgãos que são imediatamente comunitários, são no seu comportamento objectivo ou no seu comportamento para com o objeto a apropriação do mesmo, a apropriação da realidade humana [...] (1993, p. 96).

Por ter reduzido o homem à estupidez, à unilateralidade e ao embotamento de todos os sentidos, limitando-o ao sentido do ter, a propriedade privada limitou a essência humana ao reduzi-la ao consumo imediato: “um objecto só é nosso se o tivermos, portanto se existir para nós como capital, ou se for imediatamente possuído, comido, bebido, trazido no corpo, habitado por nós, etc, em resumo, usado” (p. 96). Vale dizer, tornando o sentido de ter no senso de ter...dinheiro. A transformação comunista da sociedade não é uma etapa limitada à alteração da base econômica, mas almeja a emancipação dos sentidos e qualidades humanas como objetivo final de toda a perspectiva revolucionária socialista. Todas as iniciativas políticas e econômicas visam a consolidação de condições favoráveis ao

aprofundamento e à ampliação das características propriamente humanas dos indivíduos.

Para além da mera socialização dos meios de produção, nos *MEF de 1844*, evidencia-se a concepção marxiana de um processo transformador capaz de produzir um outro tipo de homem, plenamente desenvolvido, dispondo da totalidade de suas capacidades. Assim, a sociedade socialista não pode ser identificada com uma distribuição de renda mais justa, uma vez que os conceitos de necessidade e de riqueza deixam de se constituir como abstrações puramente quantitativas, como no capitalismo, para se vincular primordialmente às carências humanas que, postas como objetivos, resultam numa ampliação das potencialidades e capacidades do homem, portanto, em seu enriquecimento e desenvolvimento.

Conforme a concepção de Marx “sob o pressuposto do socialismo, a riqueza das necessidades humanas” supõe e exige “um modo novo da produção como também um objecto novo da produção” (p. 1993, p. 128). A produção como fim em si mesma, como autovalorização tautológica do valor, ao despertar as potencialidades e aprimorar as faculdades humanas, transforma-se qualitativamente, torna-se um meio pelo qual pode se alcançar a realização integral do homem. Trata-se de romper com a atividade alienada, que ao produzir mais objetos produz, concomitantemente, um aumento da servidão humana à quantidade crescente dos objetos mercantis.

Na economia mercantil cada indivíduo busca a gratificação egoísta das próprias necessidades pela criação de novas necessidades para o outro, aprofundando a dependência mútua capaz de satisfazer o interesse exclusivo e mesquinho de uns sobre os outros. A lógica da concorrência e exploração generalizada reforça a indigência de todos, face ao crescimento do poder do dinheiro, tornando a necessidade de possuí-lo a única necessidade. A economia organizada sobre a propriedade privada introduz nas relações sociais uma exploração generalizada dos homens entre si, em que “cada produto é um engodo com que se quer atrair a si a essência do outro, o seu dinheiro; cada necessidade real ou possível é uma fraqueza que trará os pássaros à armadilha” (Marx, 1993, p. 129).

Ao indivíduo “egoísta” suceder-se-á o homem enriquecido, em sua essência, pela atividade criadora de suas forças, cujo desejo de realização pessoal expressa uma necessidade interior profunda, irrenunciável. Ao insistir no enriquecimento do ser humano como razão de ser da sociedade emancipada, Marx opõe à riqueza

material, representada pelo dinheiro, à riqueza das capacidades humanas, rompendo com as abstrações da economia mercantil que reduzem o indivíduo à condição de trabalhador assalariado limitado à satisfação das necessidades mais elementares ou das que são artificialmente produzidas. Trata-se, em sua concepção, de compreender a atividade humana produtiva como algo distinto da mera produção econômica. Essa atividade vital, enquanto produção material desenvolve-se, então, sem ignorar o indivíduo real em favor de um aumento quantitativo e abstrato da produção.

Ao suprimir a propriedade privada e a mercantilização dos homens e suas relações, o comunismo assume uma clara dimensão ética e ontológica, não redutível à mudança da base produtiva, significando uma ruptura com a alienação engendrada pela economia capitalista e a apropriação de sua essência como ser consciente, moralmente autônomo, capaz de unificar as várias esferas da existência que se encontram separadas, submetendo os imperativos da atividade material ao enriquecimento e ao aprimoramento dos indivíduos. Da produção de coisas úteis e pessoas inúteis, solitárias, escravas das coisas por elas mesmas criadas, das quais aguardam a felicidade que prometem, debilitando-lhes a vontade e a iniciativa, deverá emergir um mundo humanizado em que prevaleça a comunhão dos interesses coletivos, repleto de compaixão e confiança capazes de superar o estranhamento e a impotência que envolvem o indivíduo alienado. A superação da vida alienada resulta da atividade autoconsciente dos indivíduos que podem subordinar a produção econômica à atividade humana produtiva, rompendo com o fetiche que oculta a ação humana sob a forma de uma lei cega e com a submissão do mundo dos homens ao poder das coisas.

1.2 A mercadoria: enigma e fetiche

A produção alienada de mercadorias resulta em outro fenômeno, associado e derivado do trabalho alienado, qual seja o caráter aparentemente autônomo assumido pelos objetos, supostamente independentes, animados por vida própria e dotados de uma existência “natural”, seres com conteúdos, formas e essência pretensamente desvinculadas da atividade humana e social que os engendram.

Constituem-se, assim, como produtos impregnados de um fetichismo que oculta sua origem humana e percebido como poder hostil e enigmático que enfrenta e submete os indivíduos diretamente envolvidos em sua criação.

Embora identificado em outras dimensões da vida social, nos fenômenos religiosos, especificamente, em Marx tal conceito designa a forma objetiva da produção material sob as relações econômicas capitalistas. Nessas circunstâncias, diferente da esfera religiosa, o fetichismo não resulta na criação de entidades dotadas de poderes imaginários, mas, em objetos materiais reais que se manifestam como formas concretas que se sobrepõem ao controle humano. A essa expressão peculiar de fetiche Marx denomina de *fetichismo da mercadoria*.

A análise do fetiche da mercadoria encontra-se delineada nos escritos de Marx sobre a alienação, seus desdobramentos aprofundados e sistematizados no primeiro livro de *O Capital* (1988), em especial nos capítulos primeiro e quarto, dedicados à questão da mercadoria e seu segredo. Baseado na teoria do valor Marx desvenda o caráter essencial da produção capitalista, sua razão de ser e, ao mesmo tempo, a define como irremediavelmente contraditória, produção de objetos dotados de um valor de troca que assegura sua lucratividade no processo de circulação no mercado, em detrimento do eventual valor de uso que possa conter para os indivíduos que deles necessitam. Produção de valores de troca que subordinam o valor de uso dos objetos.

Na sociedade capitalista a produção material e espiritual exprime a duplicidade da forma valor que preside a economia mercantil. Por um lado materializa-se como objeto externo, coisa para consumo, meio de subsistência ou de produção segundo um valor de uso: “A utilidade de uma coisa faz dela um valor de uso” (Marx, 1983, p. 45). Essa utilidade não existe no vazio, mas é determinada pelo uso ou consumo. Embora constituindo-se na expressão materialmente objetivada da riqueza, historicamente generalizada, a forma valor de uso no capitalismo torna-se o veículo material do valor em sua dimensão mercantil, condição para trocas de produtos com diferentes utilidades. Objetos de uso subordinados ao valor de troca impulsionam a produção de uma quantidade de mercadorias, transformando a atividade humana, “coisa ordinária física”, em uma “coisa fisicamente metafísica” (Marx, 1988, p.70). Como coisas que satisfazem necessidades humanas são triviais e evidentes, no entanto, identificadas com um valor que parece resultar de “características objetivas dos próprios produtos de trabalho, como propriedades

naturais sociais dessas coisas” (p. 71) tomam misteriosas formas que ocultam os traços da ação humana. A forma mercadoria proporciona a metamorfose da coisa puramente física em “coisas físicas metafísicas ou sociais” (Ibid, p.71). Naturalizando os vestígios da atividade dos indivíduos, dissimula-se, sob a aparência “fantasmagórica” da mercadoria, com brilho, cor e ‘potência’ socialmente produzidos, o trabalho humano singular, vivo, qualitativo. Completa-se o processo de fetichização dos resultados do trabalho humano: os produtos tornam-se enigmáticos, a forma mercadoria contém algo de “misterioso” que retira dos objetos qualquer caráter evidente ou trivial.

Sob o véu místico que encobre a mercadoria, seu ‘segredo’, sua complexidade, sua “sutileza metafísica e manha teológica” (Marx, 1988, p.70), encontra-se a produção assentada sobre a alienação do trabalho, que, engendrando a propriedade privada, separa o trabalhador da posse dos objetos por ele mesmo criados. O trabalho, pois, que produz mercadorias para troca que revela o que se oculta sob o seu caráter misterioso, de coisa morta que se move, “dança”, “fala” como ser vivo.

O mistério da forma mercadoria consiste, portanto, simplesmente no fato de que ela reflete aos homens as características sociais de seu próprio trabalho como características objetivas dos próprios produtos de trabalho, como propriedades naturais sociais dessas coisas [...] mercadoria, coisas físicas e metafísicas ou sociais (1988, p. 71).

Nesse processo acontece algo semelhante à religião, em que as criações humanas aparecem como possuindo existência autônoma, mantendo relações entre si e com os homens. Daí suas referências às “sutilezas metafísicas” e “manhas teológicas”. Dessa analogia Marx depreende o caráter fetichista da mercadoria: “Isso eu chamo de o fetichismo que adere aos produtos de trabalho, tão logo são produzidas como mercadorias, e que, por isso, é inseparável da produção de mercadorias” (1988, p.71). A análise marxiana revela a natureza aparente desse mistério, demonstrando que esse fetichismo provém na verdade da forma específica do trabalho que produz mercadorias.

A forma capitalista de produzir obedece a um conjunto de categorias que os economistas burgueses querem naturalizar, eternizando-as. No entanto, Marx afirma a historicidade de tais categorias, próprias do modo de produção de mercadorias. Diferentemente da economia política clássica que considera como dadas tais

categoria, ele demonstra as suas origens históricas e sociais, revelando as singularidades do trabalho no capitalismo, de seus produtos e da maneira como se define seu valor.

Superar a fetichização que envolve a mercadoria significa transformar o modo e os objetivos da produção, rompendo com o misticismo, a magia e a fantasmagoria que enevoam os produtos do trabalho como mercadorias. Graças à troca dos produtos do trabalho singular os indivíduos participam do trabalho social total. Mas nessa relação “desaparece” o caráter particular do trabalho social. Assim, somente pela troca, os produtos adquirem um valor igual, socialmente determinado, independente do uso objetivo a que se destina. A separação dos produtos em mercadorias dotadas de valor de uso e de valor de troca são definidos no momento em que são fabricados.

O fetichismo que envolve os produtos torna a criação humana objeto estranho, exercendo sobre ele uma dominação irresistível, especialmente pelas qualidades lhe que conferem o poder de subjugar. Nas relações de produção capitalistas a atividade humana significa não apenas *desapossamento* do objeto como também o *despojamento* da consciência e liberdade do homem. Ao poder do produto do trabalho corresponde o enfraquecimento e a impotência trabalhador, espiritualmente empobrecido e fisicamente debilitado, reduzido a servo do mundo natural transformado por ele próprio. Enquanto as coisas refletem cada vez mais beleza e espírito, o homem mais se coisifica pela idiotice e o cretinismo. O fetiche da mercadoria radicaliza a alienação do trabalhador que já colocara o homem na condição de objeto, desrealizado em sua essência e escravizado à própria atividade.

A *abstração*, a *subtração* e a eliminação das *qualidades sensíveis das coisas* em favor da noção de *quantidade*, características do sistema produtor de mercadorias, são sem dúvida a razão pela qual as propriedades sensíveis, singulares e qualitativas dos objetos acabam reduzidas a uma medida que, abstraindo e quantificando, elimina as diferenças, a uma mercadoria específica que promove pela equivalência as trocas dos produtos diferenciados, o dinheiro.

1.3 A vida como coisa: a reificação

Os *Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844* demonstram que a produção capitalista, alienada, constitui-se num crescente processo de abstração, um “retirar de” que, culminando na forma social mercadoria, estende seus princípios e categorias a toda a vida social, subordinando todas as ações e relações ao valor de troca, mediação alienada das necessidades humanas e sociais concretas. Essa produção opera a inversão que secundariza a vida humana face aos interesses de valorização das mercadorias. Na condição de forma mais ampla e generalizada da vida social orientada para a produção de coisas, alienação surge como uma de suas manifestações particulares mais significativas o processo de reificação de todas as relações, aspectos e ações humanas. O conceito de reificação refere-se ao contínuo despojamento dos atributos e características próprias dos indivíduos e sua transformação em seres semelhantes às coisas que, uma vez produzidas, são apreendidas como independentes. Separadas da origem humana, colocadas em movimento como mercadorias com valor e propriedades independentes impõem o domínio e o controle sobre o homem e terminam por governar sua existência. Constitui, portanto, um aspecto específico do processo mais geral da alienação, uma forma extrema e generalizada própria da moderna sociedade capitalista. Dessa forma, a riqueza material socialmente produzida provoca o empobrecimento físico, intelectual e humano do trabalhador.

O operário torna-se tanto mais pobre quanto mais riqueza produz, quanto mais a sua produção cresce em poder e volume. O operário torna-se uma mercadoria tanto mais barata quanto mais mercadoria cria. Com a *valorização* do mundo das coisas cresce a *desvalorização* do mundo dos homens em proporção direta (Marx, 1993, p.62)

A coisificação do homem inicia-se no momento mesmo em que a produção o qualifica como mão de obra assalariada. Seu valor é regulado, como qualquer outra mercadoria, pela relação entre a oferta e a procura da força de trabalho humana. A sobrevivência do trabalhador, no limite, é condicionada pelas demandas do capital e pelo capricho dos capitalistas. Do ponto de vista do capital a existência do operário como ser humano depende de sua inserção e utilidade produtivas. A economia mercantil desconhece o trabalhador afastado do trabalho, ignora-o quando

desvinculado das relações de produção. Como bandido, gatuno, mendigo, desempregado, esfomeado, miserável ou criminoso o trabalhador não existe socialmente, exceto como objeto de cuidados e vigilância do médico, do juiz, do coveiro, dos assistentes sociais, da polícia.

Com a introdução das máquinas a divisão do trabalho aviltou ainda mais a condição do trabalho, mercadoria desvalorizada, reduzido a apêndice e concorrente da produção mecanizada, trabalho unilateral, maquinal, que rebaixa aquele que o executa à condição de máquina, o que levou Marx a afirmar que os homens não só trabalham com máquinas, mas como máquinas. O crescimento extraordinário da velocidade e do volume da produção de riqueza proporcionados pelas máquinas amplia a capacidade quantitativa e diversifica a produção, ao mesmo tempo que reduz o trabalhador ao nível mínimo de desenvolvimento pessoal: “A simplificação da máquina, do trabalho, é utilizada para fazer do homem ainda em devir, do homem totalmente imprevisto – *a criança* -, operário, assim como o operário se tornou uma criança deixada ao desleixo” (Marx, 1993, p. 131). Acomodando-se à fraqueza do homem, a máquina torna-o o homem fraco diante de si. A produção mecanizada e fabril de coisas com valores de uso envolve contradição: uma excessiva fabricação de objetos destinados a todos os usos possíveis ao lado de pessoas subutilizadas, no trabalho e no consumo.

Mas não é apenas fisicamente que o homem adapta-se aos ritmos e aos movimentos prévios e tecnicamente estabelecidos das máquinas, reduzindo-se a um componente do aparato técnico. Essa subordinação estende-se aos aspectos interiores, subjetivos, cognitivos e intelectuais; determina a própria maneira do homem relacionar-se com o mundo, “reduz o espaço e o tempo a um mesmo denominador, reduz o tempo ao nível do espaço” (Ibid. 104):

pela subordinação do homem à máquina, diz Marx, cria-se um estado tal que ‘ os homens se apagam perante o trabalho: o pêndulo do relógio tornou-se a medida exacta da actividade relativa de dois operários, como o é da velocidade de duas locomotivas. Então, já não se diz que uma hora (de trabalho) de um homem por uma hora vale uma hora de outro homem, mas antes que um homem vale uma hora de outro homem por uma hora. O tempo é tudo; o homem já não é nada; é, quando muito, a carcaça do tempo. A questão já não é de qualidade. Só a quantidade decide tudo: hora a hora, dia a dia’ (Apud Lukács, 1974, p. 104).

Analisando a forma mercadoria como categoria mais geral da produção capitalista, ainda em desenvolvimento, Marx afirma a relativa simplicidade, nesse estágio econômico, de identificar o caráter fetichista da mercadoria. Como forma dominante, em que prevalecem relações e fenômenos mais complexos, desaparece a aparente simplicidade dos primórdios em favor da complexificação da economia mercantil, como demonstra o sistema monetário fetichizado baseado no dinheiro. Ao estudar o caráter social peculiar do trabalho que produz mercadorias, Marx demonstra que essas resultam dos diversos trabalhos individuais e independentes que, considerados em conjunto, formam o trabalho social total. Os trabalhadores individuais, relacionam-se, entretanto, somente pela troca de seus produtos particulares de trabalho, de modo que as relações entre produtores deixam de se constituir como relações sociais entre pessoas com seus trabalhos próprios e aparecem como o que são: “relações reificadas entre as pessoas e relações sociais entre as coisas” (1988, p. 71).

Ao retomar a análise da alienação, Lukács (1974) observa que as duas grandes obras da maturidade de Marx principiam pela investigação da questão da mercadoria. Decifrar o enigma da estrutura da mercadoria permanece a tarefa teórica prioritária desta etapa da evolução da sociedade capitalista. A partir da reflexão marxiana sobre a produção alienada e fetichizada da mercadoria Lukács considera possível “descobrir na estrutura da relação mercantil o protótipo de todas as formas de objetividade na sociedade burguesa” (1974, p.97). Nessa análise, como em Marx, deve-se considerar a questão da forma mercadoria, não como um problema particular da sociedade ou de uma ciência específica. “mas como o problema central, estrutural da sociedade capitalista em todas as suas manifestações vitais” (Ibid, p.97).

Lukács afirma que as análises de Marx revelam o fetichismo que impregna a mercadoria como uma “forma de objetividade e, por outro lado, como modo de comportamento do sujeito que lhe está coordenado” (Ibid, p.98). A compreensão da mercadoria como forma social total leva a uma articulação indispensável entre as dimensões objetivas e subjetivas capazes de explicitar as características fundamentais que conformam a sociedade e os indivíduos singulares que a compõem. A mercadoria deve, então, ser compreendida como “categoria universal do ser social total” (p.100). Trata-se, pois, de apreender a categoria de totalidade como central para a compreensão da sociedade capitalista em sua aparente

multiplicidade, articulando fenômenos supostamente singulares e isolados, objetivos e subjetivos. A categoria totalidade é indispensável na compreensão do pensamento de Lukács em sua interpretação de Marx, pois, sem determinismos ou reducionismos, fundamenta uma compreensão da sociedade que vincula a estrutura material com a multiplicidade de fenômenos e instâncias que caracterizam o modo de produção capitalista. Ainda que partindo de Hegel e sua filosofia elaborada como sistema, Marx recusa o caráter formal, arbitrário e puramente abstrato de suas formulações que, embora estabelecendo vínculos e conexões entre os elementos, o faz apenas num plano lógico, sem a articulação com o concreto e apresenta uma unidade sem referência à historicidade, aos aspectos processuais e à complexidade que envolve os fenômenos históricos e sociais. Esse modo de pensar um sistema fechado, estático, dado, completo e conclusivo, contudo, é incompatível com o movimento real que proporciona as mudanças historicamente observadas.

Onde a totalidade não é um fato formal do pensamento, mas constitui a reprodução mental do realmente existente, as categorias não são elementos de uma arquitetura hierárquica e sistemática; ao contrário, são na realidade “formas de ser”, determinações da existência, elementos estruturais de complexos relativamente totais, dinâmicos [...] (Lukács, 1979, p. 28).

Se em Marx “as relações de produção de cada sociedade formam um todo” (Apud Lukács, 1974, p. 24) em Lukács essa afirmação constitui “o ponto de partida metodológico e a chave do conhecimento histórico das relações sociais” (p.24), fundamenta sua análise dos fenômenos produzidos pelo capitalismo, em particular aqueles cuja origem resulta do desenvolvimento da estrutura econômica voltada à produção de mercadorias. Embora a troca e as relações mercantis sejam anteriores ao capitalismo, a forma mercantil como forma de dominação sobre a sociedade surgiu apenas com o capitalismo moderno.

O fetiche e a reificação aparecem, portanto, como resultado da produção alienada consolidada e generalizada como modo de organização da vida social. Com o desenvolvimento da produção mercantil, sua complexificação e amplitude, mais difícil torna-se ver, para além do véu que a encobre, as manifestações de reificação.

Trata-se, então, de compreender as condições de produção baseadas no trabalho alienado, organizado segundo um princípio de racionalização para incremento da produtividade e sua repercussão sobre a consciência e o

comportamento dos indivíduos, nessa sociedade que tudo produz obedecendo às possibilidades de cálculo sobre os resultados buscados. O cálculo e a previsão dependem de uma decomposição extrema e exata dos diversos momentos da produção. Assim a racionalização mercantil põe fim à produção orgânica do trabalho artesanal, impondo com a fragmentação das tarefas, a especialização das diversas atividades envolvidas no processo. À fragmentação do objeto corresponde a fragmentação do sujeito que, especializado, executa uma parcela mínima do produto completo. Nessa organização do trabalho e da produção,

o homem não aparece, nem objetivamente, nem no seu comportamento, em relação ao processo de trabalho como verdadeiro portador deste processo, está incorporado como parte mecanizada num sistema mecânico que encontra pela rente, acabado e a funcionar em total independência relativamente a ele, a cujas leis tem de se submeter (Lukács, 1974, p.103).

Por outro lado, fundamental para este trabalho, é a caracterização do trabalho submetido à racionalização e à máquina como mera contemplação que, bem entendido, não exclui a execução de tarefas, esforço físico e mental, só que desprovido de qualquer iniciativa pessoal, nada restando do que chamaríamos atividade livre e criadora: “A esta submissão acrescenta-se ainda o facto de que quanto mais a racionalização e a mecanização aumentam, mais a actividade do trabalhador perde o seu carácter de actividade para se tornar uma atitude contemplativa” (1974, p. 104).

Lukács afirma que a evolução do processo de conhecimento caracteriza-se por um lado na dissolução do objeto mediante a parcelização de sua produção e por outro numa secundarização do sujeito subordinado à repartição do trabalho centrado na máquina e imposto externamente. Essa maneira de organizar o processo produtivo, ao ver o fator humano como fonte provável de erro, tende a diluir, minimizar ou suprimir a importância e a abrangência dos elementos subjetivos, expressão da racionalidade humana, por resultarem em consequências e efeitos que extrapolam os limites das possibilidades de cálculo e controle formal e abstratamente racionais, qualitativamente diferentes dos interesses e objetivos humanamente formulados. Assim,

a elucidação crítica da contemplação tende cada vez mais energicamente a suprimir por completo da sua própria atitude todos os momentos subjectivos e racionais, todo o elemento antropomórfico, a separar cada vez mais energicamente do ‘homem’ o sujeito do conhecimento e a transformá-lo num sujeito puro, puramente formal (1974, p. 145).

Marx elucida o caráter passivo e a contemplação dos homens face ao processo social, que encontramos em outras passagens, aqui coloca em termos bastante amplos essa autonomização da vida social, comandada pela economia, que aparece como sujeitos da vida e os homens objetos desprovidos de controle sobre os mesmos. A dinâmica do social possui, para os indivíduos, a forma de um movimento de coisas que os controlam em vez de serem por eles controladas.

As formas de conhecimentos disponíveis e aprovadas estimulam uma perspectiva reificante por tomar como critério válido os conceitos do mundo natural adotados como aceitáveis na análise da realidade social. A abstração progressiva das categorias e conceitos que regem a vida social, formuladas como leis naturais, reduzem a atividade do sujeito à mera observação dos movimentos da história e da sociedade.

Sob as condições impostas pela sociedade produtora de mercadorias: "(...) as categorias decisivas da economia vão superando cada vez mais sua originária ligação predominante com a natureza, assumindo de modo cada vez mais nítido um caráter predominante social" (Lukács, 1979, p. 54). A mercantilização da produção e economicização da sociedade influenciam a tanto a dimensão exterior quanto a interior, compreendendo a vida social como um todo, diferenciando-se qualitativamente das sociedades pré-capitalistas ou de capitalismo pouco desenvolvido, em que tais fenômenos ocorrem de modo circunscrito e parcial.

Como forma social predominante a produção mercantil é a única que exerce uma influência no exterior e no interior da sociedade. Recusando determinismos, Lukács conclui que para assumir a forma constituinte de toda a sociedade objetiva e subjetivamente, ultrapassando os limites da produção material, a forma mercadoria tem que estar presente em todas as instâncias significativas da sociedade, modificando-a de acordo com os seus princípios, procedimentos e objetivos. Aprender a amplitude da forma mercadoria significa apreendê-la como forma que abarca o conjunto da vida social, seus contornos objetivos e as formas de consciência criadas nessas condições.

Só neste contexto a reificação surgida da relação mercantil adquire um significado decisivo, tanto para a evolução objetiva da sociedade como para a atitude dos homens em relação a ela, para a submissão da sua consciência às formas por que se exprime esta reificação [...] (Lukács, 1974, p. 100).

A generalização objetiva e subjetiva dessa forma social resulta da abstração do trabalho humano materializado como mercadoria. Assim, objetivamente produz-se um mundo ocupado por coisas e relações sociais entre coisas, o mundo da mercadoria e seu movimento no mercado. Subjetivamente a atividade humana manifesta-se como mercadoria regida por “leis sociais naturais”, estranhas e independentes dos homens. A dominância do trabalho abstrato, formalmente igual, possibilita a consolidação da forma mercantil, uma vez que só na troca de objetos qualitativamente diferentes, nas relações que estabelecem entre si, é possível à mercadoria objetivar-se.

Lukács atribui essas características reificadas do processo produtivo à divisão capitalista do trabalho que generaliza sua racionalidade quantitativa e calculável pela vida social, consolidando esses procedimentos.

[...] o processo de trabalho é retalhado em operações parciais abstractamente racionais [...] que destrói a relação entre o trabalhador e o produto como totalidade [...] pela racionalização e em consequência desta, o tempo de trabalho socialmente necessário, fundamento do cálculo racional [...] a ser produzido como uma quantidade de trabalho objetivamente calculável que se opõe ao trabalhador qual objectividade consumada e fechada (1974, p. 102).

Embora o fenômeno da reificação seja anterior ao capitalismo, presente de modo primitivo na consciência humana que tende frequentemente à reificação de todo ente; depois, amplia-se, alcançando também a ciência e a filosofia. Lukács afirma que na análise da mercadoria e da reificação, Marx mostra como esta ultrapassa o domínio das categorias propriamente econômicas e engendra uma transformação ontológica que perverte as principais criações humanas. Dentre os objetos espirituais mais refinados, elaborados e importantes, Lukács detém-se na crítica ao racionalismo ocidental, filosófico e científico que incorpora os conceitos, procedimentos e objetivos das formas de conhecimento constituídas a partir do modelo das ciências da natureza, da geometria, da matemática e, posteriormente, até da física. Essa transformação do pensamento ocidental resulta numa antinomia que, segundo Lukács, inviabiliza o conhecimento verdadeiro do real. O racionalismo burguês, de Kant (), por exemplo, pressupõe a capacidade de conhecimento, pelo o entendimento proporcionado pela razão e, conseqüentemente, a possibilidade de intervir de modo transformador na realidade, mas veda ao indivíduo a capacidade de

um conhecimento que revele a natureza última dos fenômenos, representada pela coisa em si inacessível à razão,

[...] porque o conceito formal do objeto do conhecimento destilado na sua forma pura, a coesão matemática, a necessidade das leis da natureza como ideal de conhecimento, transformam cada vez mais o conhecimento numa contemplação metodologicamente consciente dos puros conjuntos formais, das 'leis' que funcionam na realidade objetiva, *sem intervenção do sujeito* (Lukács, 1974, p.145).

Em outras palavras, a promessa racionalista de tornar o objeto inteligível pela depuração dos elementos irracionais que o envolvem (fé, mitologia, superstições) acaba reduzido à pura objetividade sensível, empírica, racional. Concebido como portador potencial do erro e do irracional, o sujeito também termina por ser secundarizado ou excluído do processo de conhecimento, pois “ a tentativa para eliminar o elemento irracional inerente ao conteúdo já não se dirige apenas para o objeto: dirige, também, e em crescente medida, para o sujeito” (p. 145). Exclui-se, assim, todo componente humano e racional, eliminando os aspectos subjetivos, retirando do homem a condição de sujeito do conhecimento, ao torná-lo sujeito puramente formal. Se o pressuposto racionalista está correto então é preciso responder se podemos ou não conhecer um mundo construído por nós mesmos.

A questão põe-se, então do seguinte modo: os factos empíricos (quer sejam puramente 'sensíveis', que o seu carácter sensível constitua apenas o último substracto material da sua essência de 'factos' devem tomar-se como 'dados' na sua facticidade, ou antes, dissolver-se-á este carácter de dado em formas racionais, isto é, deixar-se-á pensar como produzido pelo 'nosso' entendimento? (1974, p.132).

Do ponto de vista do pensamento burguês, em suas tendências predominantes, a resposta à questão só pode ser negativa. Pois, ainda que o conhecimento por ele produzido aprofunde e amplie os elementos particulares de cada instância da vida social, ele perde a possibilidade de um saber que abarque a sociedade como totalidade. Conceber a sociedade como um conjunto de elementos isolados, particulares, cuja unidade é apenas formalmente elaborada sem demonstrar os vínculos objetivos entre seus componentes significa abdicar da “concepção grandiosa segundo a qual o pensamento só pode compreender o que

ele próprio produziu) em favor da [...] barreira inultrapassável do dado, da coisa em si” (Lukács, 1974, p.139).

Recuperando esse ideal de conhecimento intrínseco ao racionalismo, Lukács afirma a possibilidade de outra relação sujeito e objeto do conhecimento, que não exclua um dos dois componentes, mas possibilite a compreensão da sociedade a partir de sua interação.

O que nos interessa para o problema que estamos a tratar é o facto de o sujeito do conhecimento, a eguidade, ser apreendido como conhecido também no seu conteúdo, por conseguinte, como ponto de partida e como guia metodológico. Assim nasce para a filosofia, de modo bastante geral, a tendência para uma concepção em que o sujeito possa ser pensado como produtor da totalidade dos conteúdos (1974: 139).

A superação da atitude contemplativa do sujeito face ao objeto implica uma redefinição entre a teoria e a praxis. Na perspectiva acima criticada essa relação realiza-se como subordinação da prática à teoria porque, formalizada e desprovida de conteúdos concretos, não pode guiar ou orientar a práxis do sujeito, tornando-a inteiramente subordinada à teoria e à contemplação. Superar a passividade contemplativa de mero observador dos fenômenos objetivando uma ação modificadora implica erigir o “princípio da prática”, “à medida do abstracto material e concreto da acção, para poder actuar sobre ele quando em acção entrar” (p.143). Quando o vínculo entre a contemplação pelo sujeito e o caráter formal do conhecimento se revela, a questão coloca-se de tal maneira que ou se renuncia a superar a irracionalidade ou busca-se resolvê-la a partir de uma inflexão no sentido da práxis.

A ruptura com a contemplação impõe-se como tarefa histórica do sujeito social capaz de efetuar essa mudança de ponto de vista porque se a particularidade do modo capitalista de produção é “uma estrutura econômica para toda a sociedade, uma estrutura de consciência formalmente unitária para o conjunto da sociedade” (Lukács, 1974, p.114) é o proletariado a força social capaz de romper com essa consciência unitária: “O conhecimento de si é, pois, para o proletariado, o conhecimento objectivo da essência da sociedade” (p. 168).

Porque embora compartilhe a reificação da vida com as outras classes, inclusive a burguesia, nele exprime-se de modo mais ‘agudo’ e ‘profundo’ a desumanização por ela engendrada.

A classe possuidora e a classe do proletariado evidenciam a mesma alienação de si do homem. A primeira destas classes sente-se, porém, à vontade nesta alienação de si e sente-se confirmada por ela, sabe que a alienação é o seu próprio poder e possui nela a aparência de uma existência humana; a segunda, sente-se aniquilada pela alienação, apreende nela a sua impotência e a realidade de uma existência desumana (Marx Apud Lukács, 1974, p. 169).

Por ser o objeto das consequências mais fragrantas, visíveis e danosas da alienação o proletariado também, potencialmente, qualifica-se como a possível “classe da consciência”. Nessa classe, por sua condição objetiva na estrutura social, o conhecimento histórico fundamenta-se na compreensão da sua própria situação social e pela identificação de suas necessidades. Para o proletariado gênese e história coincidem, pois as categorias que determinam sua existência social são inseparáveis daquelas que constituem as características da estrutura social presente. O conhecimento de sua situação explícita a essência do modo capitalista de vida.

É a condição de objeto que, dialeticamente, possibilita ao operário, a passagem à condição de sujeito: a quantificação dos objetos e a abstração impostas pela forma mercadoria incidem sobre o operário como transformação de suas capacidades em força de trabalho, mercadoria que é obrigado a vender e que deixa de pertencer-lhe. Junto com sua força de trabalho aliena sua própria existência inserindo-se num processo fragmentado, mecânico, racionalizado, fechado e acabado, como um elemento quantitativo abstrato, ferramenta que executa ações restritas, mínimas e determinadas pela divisão pormenorizado do trabalho.

Apenas com a consciência de ser uma mercadoria pode o operário desvendar o caráter fetichizado da produção mercantil e suas próprias relações com o capital. A consciência primeira do trabalho como mercadoria permite compreender o caráter fetichista da mercadoria produzida pela força de trabalho assalariada

O processo de reificação da consciência atinge não apenas o trabalhador que vende sua força de trabalho como envolve, de maneiras diversas, o empresário, o técnico ou o burocrata. A padronização das formas de pensar apresenta uma diversidade quantitativa e de grau, não uma diferença qualitativa nas formas de consciência. De modo geral estamos de alguma maneira submetidos em nossas vidas aos limites e pressupostos colocados pelo imperativo racional do cálculo

mercantil, que pretende conhecer e planejar, controlando os eventos, segundo supostas leis naturais que prescindem do julgamento individual.

A característica comum aos diversos indivíduos das distintas classes sociais é a passividade face ao desenvolvimento dos processos sociais, pois o triunfo da fábrica moderna, racionalmente organizada e baseada na utilização das máquinas, torna a todos, em diferentes níveis, espectadores da produção econômica e dos fenômenos políticos, bem como da própria vida individual sobre a qual já não temos nenhum controle. Diferente do artesanato tradicional, face às modernas técnicas de produção, todos estamos em posição meramente contemplativa, como o operário em sua relação com a máquina, na qual desempenha funções de controle e observação. A iniciativa autônoma ocorre apenas como uma autonomia limitada ao pleno funcionamento dos instrumentos mecânicos ou, de forma mais comum, como subserviência aos procedimentos que dirigem o processo de produção.

Lukács já elabora nesse texto do início dos anos 20 do século passado a noção de uma sociedade assentada na produção racional e mecanizada de mercadorias que determina uma relação de passividade, inércia, não intervenção dos indivíduos face ao trabalho e ao curso dos acontecimentos que determinam os rumos da sociedade. A figura do indivíduo-espectador aparece, então, como produto da estrutura reificada de consciência, que se tornou extensiva à toda a sociedade. Assim, o operário, o empresário, o técnico, o burocrata estão sujeitos às mesmas consequências na estrutura da consciência desta reificação geral da vida social.

Em sua análise o Estado, o direito, a burocracia, enfim, a estrutura administrativa da sociedade capitalista emerge como produtos da racionalização formal que perpassa, a partir da produção, o conjunto das instâncias da sociedade capitalista. Essas instituições também estão estruturadas segundo a racionalização mercantil e fundam seu funcionamento segundo leis intrínsecas a cada uma dessas esferas, rigidamente separados dos demais.

A articulação entre estrutura econômica e consciência demonstra o alcance subjetivo das categorias econômicas quando impostas como critérios absolutos de vida. Ao impor “idênticas repercussões na consciência” do operário, do técnico, do empresário ou do burocrata,

esta estrutura unitária exprime-se, justamente, pelo facto de os problemas da consciência relativos ao trabalho assalariado se repetirem na classe dominante, refinados, espiritualizados, mas também, por isso mesmo,

exacerbados. E o “virtuoso” especialista, o vendedor das suas faculdades espirituais objectivadas e coisificadas, não só se transforma num espectador do devir social [...] (a administração e a jurisprudência modernas se revestem, por oposição ao artesanato, das características já evocadas da fábrica) como também adopta uma atitude contemplativa em relação ao funcionamento das suas próprias faculdades objectivadas e coisificadas (Lukács, 1974, p.115).

As formas de subjetividade predominantes no capitalismo moderno resultam do longo processo de evolução do modo de produção capitalista que, continuamente, consolidou sua tendência a fetichizar as relações econômicas e reificar as relações sociais. Transformado os fenômenos da sociedade segundo a economia mercantil, transformam-se o modo de apreender tais fenômenos.

O caráter mercantil da mercadoria, a forma quantitativa abstracta da possibilidade de calcular, aparecem aqui na sua forma mais pura; esta forma torna-se pois, necessariamente, para a consciência reificada, a forma como se manifesta a sua própria imediatidade que, como consciência reificada que é, não tenta superar, antes pelo contrário, se esforça por fixar e eternizar, aprofundando cientificamente os sistemas de leis susceptíveis de serem apreendidos (Lukács, 1974, p.108).

Segundo a interpretação de Lukács, já nos Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844, Marx, analisando o trabalho alienado, afirma a especificidade da relação práxis e consciência, uma vez que a segunda pode não corresponder a uma compreensão correta da práxis dos indivíduos, sem que por isso deixe de apresentar-se como verdade para os sujeitos envolvidos. O conceito de reificação, em Lukács, demonstra que as ações práticas dos homens realizadas conscientemente, bem como os seus resultados, assumem para os indivíduos particulares a forma de uma necessidade exteriormente condicionada e que ultrapassam seu entendimento. Um exemplo desse modo da consciência compreender, ou não, é o dinheiro: “surgido como produto necessário da atividade humana, irrompe, porém, na sociedade como fato incompreendido, inimigo, que destrói todos os vínculos consagrados e conserva por milênios esse poder ameaçadoramente circundado de mistério” (1979, p.51). A análise da reificação esclarece que as ações sociais e econômicas, apesar de resultarem da práxis humana, são para os indivíduos singulares opacas e ininteligíveis. A exemplo do que Marx afirmara, os homens “não sabem o que fazem, mas o fazem” (Apud Lukács, 1979, p. 52).

Embora originada na essência da estrutura mercantil Lukács localiza esse modo reificado de agir e pensar no conjunto da vida social.

[...] uma vez estabelecida essa relação entre práxis e consciência nos fatos elementares da vida cotidiana, os fenômenos da reificação, do fetichismo, da alienação— enquanto cópias feitas pelo homem de uma realidade incompreendida— apresentam-se não mais como expressões arcanas de forças desconhecidas e inconscientes no interior e no exterior do homem, mas antes como intermediação por vezes bastante amplas, que surgem na praxis elementar (Lukács, 1979, p. 52-3).

Resultado dessa coisificação da vida social e da subjetividade é a produção de uma “objetividade ilusória” em que desaparecem os vestígios da ação humana em favor de uma estrutura dotada de “leis próprias”, “rigorosa”, “fechada” e “racional” que lança um véu que obscurece a relação entre os homens” (1974:97). Ora, para Lukács a predominância da subjetividade reificada aparece como consequência necessária da produção alienada de mercadorias. Esta, “imprime a sua estrutura a toda a consciência do homem; as propriedades e faculdades desta consciência não estão ligadas somente à unidade orgânica da pessoa, aparecem como ‘coisas’ que o homem ‘possui’ e ‘exterioriza’ tal como os diversos objetos do mundo exterior” (Lukács, 1974, p.115).

Objetiva e subjetivamente o homem não reconhece a vida social como processo, luta e ação. Torna-se, mediante a autonomia da mercadoria, objeto de “leis”, “naturais e imutáveis”, que lhe retiram a iniciativa e a capacidade de intervenção. Ao penetrar cada vez mais profundamente na consciência do homem, constitutivamente, a estrutura reificada estimula a passividade, a inércia que reduz o indivíduo à condição de espectador do movimento da mercadoria, envolvida pelo fetichismo que oculta sua origem e pela reificação que torna opaca ao indivíduo a verdadeira natureza das relações sociais.

A figura do processo social da vida, isto é, do processo da produção material apenas se desprenderá do seu místico véu nebuloso quando, como produto de homens livremente socializados, ela ficar sob seu controle consciente e planejado, ou seja, rompendo com uma [...] formação social em que o processo de produção domina os homens, e ainda não o homem o processo de produção (Marx, 1988. p.76).

Em Lukács, por sua vez, a realidade reificada

[...] só pode ser superada por um esforço constante e constantemente renovado para provocar a ruptura prática da estrutura reificada da consciência, por uma relação concreta com as contradições que se manifestam concretamente na evolução e conjunto, por uma tomada de consciência do sentido imanente de tais contradições para essa mesma evolução de conjunto (1974, p.219).

Por isso, a consciência de classe do proletariado como consciência prática é capaz de realizar a transformação da sociedade. A ruptura com a forma mercadoria só pode ocorrer, segundo Lukács, com a consciência do proletariado sobre as contradições insuperáveis da sociedade capitalista. É a consciência da totalidade que pode permitir ao proletariado aparecer como sujeito capaz de uma prática que transforme a sociedade. A superação da estrutura reificada da consciência coincide com a compreensão dialética da totalidade, porque [...] o método dialético, ao mesmo tempo que rasga o véu da eternidade das categorias, deve também rasgar o seu véu de coisidade para abrir a via do conhecimento da realidade” (1974, p. 30).

O conhecimento da realidade não é menos que a percepção pelos próprios indivíduos da sociedade como produto das ações e relações que, criada por homens, autonomizou-se e agora nos oprime e domina.

CAPÍTULO 2 - A MERCADORIA COMO ESPETÁCULO: ALIENAÇÃO, FETICHISMO E REIFICAÇÃO CONTEMPORÂNEAS

2.1 A sociedade submetida à economia

A teoria do espetáculo elaborada por Debord e publicada em 1967 é uma interpretação da natureza da sociedade capitalista em sua forma contemporânea, em particular as características e os fenômenos que emergem a partir dos anos 1920 do século passado e consolidados a partir do final da Segunda Guerra Mundial, em 1945.

Ao desenvolver e aprofundar as análises marxianas sobre a alienação e o fetiche da mercadoria, empreendidas por Marx, em seus *Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844* e no capítulo sobre a mercadoria no livro I de *O Capital* (1888), Debord recusa, desde o início, a suposta separação epistemológica entre um *Marx juvenil, utópico, humanista* e ainda essencialmente hegeliano e um *Marx maduro, científico e economista* formulada e popularizada na década de 1960 por autores como Louis Althusser (1918-1990).

Essa suposta *ruptura epistemológica* em seu afã de conferir legitimidade científica ao pensamento marxiano, eliminando os resíduos *idealistas* da sua teoria, termina por ignorar ou tornar irrelevantes conceitos como o de alienação, constitutivos da concepção marxiana. O retorno aos escritos primeiros de *Marx* significa, portanto, considerar como indispensáveis tais conceitos numa correta interpretação de suas idéias, preservando, de fato, o objetivo primordial de suas análises, qual seja, uma transformação radical da sociedade capitalista não limitada à mera substituição de um modo de produzir injusto por outro capaz de assegurar uma distribuição equitativa da riqueza material. Trata-se, na realidade, de uma mutação societária completa, que ultrapassa uma igualitária distribuição de renda, apontando para a criação de condições objetivas com consequências ontológicas, isto é, a recuperação da essência genérica-universal do homem, seu caráter de ente dotado de liberdade e consciência, em outras palavras, da humanização do indivíduo alienado, impedido de realizar todas suas potencialidades e capacidades criadoras que o singularizam como ser vivo. Nessa perspectiva, a emancipação

humana realiza-se não apenas pela economia mas constitui-se como libertação da própria economia, enquanto submissão da vida às coisas, liberando, de fato, os homens do império da necessidade, periodicamente recriadas, para o reino da liberdade, primeira e principal necessidade dos indivíduos.

É a emancipação como ruptura com o conjunto dos limites e obstáculos que impedem a completa realização da humanidade do homem que Debord encontra, no texto marxiano de 1844 que, ao desvendar o trabalho alienado na produção da mercadoria, revelam o modo como as coisas se *humanizaram* e o homem se *coisificou* numa inversão completa do sentido da vida social. Por isso, também, a recorrência a Lukács que, solitariamente, ainda em 1923 (!), retoma e aprofunda os fenômenos da alienação e do fetiche no contexto do capitalismo desenvolvido, concebidos como processos de reificação da produção, da subjetividade, das relações sociais e do indivíduo com o mundo em que vive, com a história e a política.

A centralidade desses conceitos para compreender o capitalismo contemporâneo inclui, com todas as especificidades e nuances, pensadores como Debord e Lukács na chamada *corrente minoritária do marxismo* (Anderson, 1982), bem como autores como Adorno, Horkheimer, W. Benjamin (1892-1940), A. Gramsci (1891-1937), entre outros, que na contramão do marxismo dogmatizado dos partidos comunistas, da organização conhecida como *Associação Internacional dos Trabalhadores* e do movimento operário controlado por seus representantes, que relegaram tais fenômenos ao longínquo e nebuloso mundo da *superestrutura*, da *cultura* e da *subjetividade*, derivados mecanicamente e constituindo-se como elementos secundários face à *base econômica* da sociedade. Não por acaso Debord, preocupado com as complexas articulações e interações recíprocas entre essas instâncias, retoma Lukács e o princípio que institui o domínio da categoria totalidade como constitutivo do método de análise científico e revolucionário. Por todas essas razões considero adequado pensar o problema da formação situando-o nos limites de uma sociedade onde atualizaram-se, aprofundaram-se e generalizaram-se os fenômenos essenciais da sociedade capitalista.

A recusa do conjunto da sociedade capitalista constitui-se, assim, em princípio epistemológico da teoria do espetáculo: “A compreensão deste mundo só pode basear-se na contestação. E esta só tem verdade e realismo, enquanto contestação da totalidade” (Internacional Situacionista, págs. 7/9, 10, Apud Jappe, 1999, p. 39). A análise do espetáculo mercantil baseia-se no pressuposto de que

esse abarca o conjunto da vida social, englobando a economia, a política, a ideologia, a cultura, a vida cotidiana, a arte. É, assim, o estágio contemporâneo do modo de produção capitalista que se manifesta em falsas opções aparentemente contraditórias: diferentes tendências políticas, estilos de vida opostos ou concepções artísticas contrárias. A adesão a essas falsas alternativas parciais apenas reforça a natureza comum de um processo total que as unifica como momentos isolados do espetáculo mercantil. A negação dessa forma social implica conseqüentemente a recusa de mudanças localizadas que não traduzam um julgamento crítico global capaz de se opor ao conjunto desta sociedade. Esse pressuposto metodológico é expresso por Lukács do seguinte modo:

É o ponto de vista da totalidade e não a predominância das causas econômicas na explicação da história que distingue de forma decisiva o marxismo da ciência burguesa. A categoria da totalidade, a dominação do todo sobre as partes, que é determinante e se exerce em todos domínios, constituem a essência do método que Marx tomou de Hegel e que transformou de maneira original para dele fazer o fundamento de uma ciência inteiramente nova. [...] E o que há de fundamentalmente revolucionário na ciência proletária não é apenas o facto de opor à sociedade burguesa conteúdos revolucionários, mas sim, em primeiro lugar, a essência revolucionária do próprio método. *O reino da categoria da totalidade é o portador do princípio revolucionário da ciência* (1974, p. 41).

Para Lukács o pensamento burguês, sua ciência e filosofia, correspondem à atividade social objetivamente fragmentada, cujo modelo é a divisão social do trabalho, fragmentado e parcial, expresso teoricamente como a incapacidade de apreender o conhecimento dos fatos particulares numa perspectiva totalizante da realidade. A teoria de Debord, coerente com esse princípio, compreende o espetáculo como forma social total, econômica, cultural, individual, inseparável da estrutura material que o produz e na qual reafirmam-se os modos de ser e de agir que o reforçam: “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos” (Debord, 1997, p. 13).

Essa definição contém como conceito implícito a idéia de alienação, de processos que engendram a separação entre o agir do indivíduo e o mundo produzido pela intervenção do homem. Na sociedade mercantil essa separação aparece como supremacia da estrutura material sobre todos os aspectos da vida. O espetáculo, então, é a forma como se manifesta a dominância das categorias

econômicas sobre as necessidades e interesses coletivos e individuais. O espetáculo é o momento do desenvolvimento da economia capitalista caracterizado pela servidão da sociedade aos imperativos da produção alienada de mercadorias, que “domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. Ele nada mais é que a economia desenvolvendo-se por si mesma” (Debord, 1997, p.17-18). A submissão de toda a vida à economia capitalista e suas categorias, valor, mercadoria, trabalho abstrato, valor de troca, resulta, na sociedade do espetáculo, numa forma desenvolvida de alienação que consolida e amplia o fetiche dos produtos, sob a forma de mercadorias-imagens, levando ao limite as abstrações que presidem a economia mercantil: “O espetáculo é o *capital* em tal grau de acumulação que se torna imagem” (Debord, 1997, p.25). Imagens da mercadoria, mercadorias como imagens, imagens-mercadorias são as formas que evidenciam o estágio mercantil-espetacular atingido pela produção capitalista.

O capital-imagem é, de várias formas, o elemento predominante na sociedade contemporânea. Como complemento inseparável da mercadoria, expressão geral da racionalidade do sistema capitalista e como setor da produção responsável pela criação de imagens-objetos, filmes, noticiários, programas variados, anúncios, comerciais e propagandas é o eixo da produção econômica contemporânea, verdadeira indústria cultural da consciência. O espetáculo refere-se não somente à produção de imagens apologéticas da mercadoria, constituindo-se, simultaneamente, como forma social, principal componente dessa sociedade e “*seu instrumento de unificação*” (Debord, 1997, p.14). Como manifestação da alienação presente na produção e no consumo confunde-se com a estrutura material mercantil, e como parte da sociedade atua como instância que concentra toda a consciência e o olhar, por fim, pretende operar como instrumento capaz de proporcionar uma unificação da separação que cinde a sociedade entre realidade e imagem. Contudo, a unificação que pode realizar é apenas a que exprime a separação generalizada. A separação imagem e realidade não pode unificar-se como representação uma vez que a divisão compõe a unidade desse mundo. As imagens expressam a linguagem do espetáculo, representação autonomizada do mundo da mercadoria, inseparável da produção econômica e sua finalidade principal.

A origem da sociedade do espetáculo é a fragmentação do mundo mercantil-espetacular, a fragmentação social, a abstração do trabalho particular e a abstração geral da produção, fenômenos que encontram sua mais perfeita tradução no próprio

espetáculo que, embora dotado de materialidade, manifesta a própria concretude como abstração. Uma representação na qual uma parte do mundo apresenta diante do todo de modo autônomo e independente. Dividindo a vida entre mundo real e imagens o espetáculo torna a realidade um objeto separado, mundo de pura contemplação. Esse pseudo-mundo converte-se em imagens autonomizadas da vida real, que só podemos ver, uma vez que tocá-lo não é mais possível. Essa divisão entre o real e as imagens previamente escolhidas consolida a separação primordial presente na estrutura mercantil de produção operada pela divisão do trabalho, na fragmentação e na especialização das atividades que opõem o produtor aos produtos por ele criados e os próprios produtores, que não mais se relacionam de modo direto. O espetáculo, abstração suprema, surge como forma contemporânea do fetiche mercantil, acentuando a aparente independência do mundo humanamente criado.

A economia espetacular, domínio soberano da mercadoria, apresenta-se como processo abstrato, quantitativo, impondo seus pressupostos e objetivos ao espaço social como um todo por meio da “superposição contínua de camadas geológicas de mercadorias” (1997, p.31). Inseparável da dominação autocrática da produção econômica, o espetáculo é, portanto, “o momento em que a mercadoria *ocupou totalmente* a vida social” (p.30) A supremacia da mercadoria sobre a economia efetivou-se mediante um longo processo de desenvolvimento, concomitante às transformações históricas do capitalismo: revolução industrial, divisão do trabalho, produção em massa para um mercado mundial.

A dominação da mercadoria sobre a economia exerceu-se primeiro de um modo oculto, pois a própria economia, como base material da vida social, era desapercibida e incompreendida [...] Numa sociedade em que a mercadoria concreta é rara ou minoritária, o domínio aparente do dinheiro se apresenta como o de um emissário munido de plenos poderes que fala em nome de uma potência desconhecida (1997, p.30).

O desenvolvimento das forças produtivas apresenta-se como a história real inconsciente, que, ao longo das diferentes etapas da sociedade, criou as condições necessárias para a sobrevivência e a reprodução da vida humana, constituindo-se como elemento principal da base econômica que garante a extensão e a profundidade das mudanças sociais. Em sua análise Debord demonstra como a redução da estrutura material à produção de mercadorias faz um longo percurso,

inseparável do desenvolvimento do processo de acumulação do capital e sua expansão como economia de mercado, centrada no valor de troca dos objetos consumidos em escala mundial consolidando a centralidade da forma-mercadoria como elemento principal desse modelo de organização da vida fundada na autonomia da economia. A produção das mercadorias permaneceu, em seus primórdios, como atividade econômica secundária, vindo a assumir o controle da economia no momento em que apareceram as condições objetivas para esse domínio: a intensificação das trocas, pela ampliação do comércio e a acumulação de capitais. Apoderando-se da atividade econômica a dominância da mercadoria transforma a produção material em instância que submete todas as outras esferas da sociedade. Em nome da necessária satisfação das necessidades de sobrevivência a economia afirma sua supremacia pela produção artificial de demandas e uma oferta quantitativa de objetos de gratificação. A libertação das necessidades básicas de sobrevivência, por meio da produção material e do desenvolvimento econômico, liberou, também, a mercadoria para exercer sua supremacia sobre o conjunto das outras instâncias sociais. O triunfo da economia no âmbito da economia transformou o libertador em novo senhor da sociedade.

As mudanças acima assinaladas constituem o sistema produtor de mercadorias como modo de produção mundialmente hegemônico, submetendo todas as demais formações sociais ao seu império. Nesse estágio de desenvolvimento da economia, a mercadoria consolida-se como poder que submete toda a sociedade a suas determinações. Dessa forma o sistema produtor de mercadorias estendeu seu reinado, intensiva e extensivamente, a todas as partes do mundo. A sociedade que emerge desse processo assegura a realização plena do fetichismo da mercadoria, porque agora o real, com toda sua diversidade e contradições traduz-se como imagens desvinculadas e acima da própria realidade. A separação entre o homem e a realidade aprofunda-se como contemplação da imagens da vida e do mundo, em que a realidade sensível é substituída por imagens cuidadosamente selecionadas.

As “sutilezas metafísicas e manhas teológicas da mercadoria”, produtoras de um ser material dotado de atributos sensíveis, constituem os objetos-imagens dotados da fluidez, do movimento, da plasticidade e dos detalhes sedutores proporcionados pelos recursos da imagem tecnológica. Por isso, o espetáculo é o apogeu do fetichismo da mercadoria, a dominação da sociedade por coisas que

aparecem como “supra-sensíveis embora sensíveis” (Debord, 1997, p. 28). Ao “iluminar” o real, o espetáculo o faz como um mundo destituído de qualquer dimensão qualitativa, povoado por objetos mercantis que expressam a pretensa equivalência, baseada na igualdade quantitativa e abstrata. Sob todos os pontos de vista, a forma mercadoria é a igualdade confrontada consigo mesma, a categoria do quantitativo. A mercadoria desenvolve o quantitativo e só nessa dimensão encontra as condições de sua existência. A realidade do espetáculo onipresente é a exibição ininterrupta da mercadoria fetichizada, homogênea, desprovida de qualidades que a singularizem, exemplar quantitativo do mesmo, produto da alienação do trabalho humano.

Ao reduzir toda a atividade concreta a imagens, o espetáculo apresenta-se como o duplo da mercadoria, negação da intervenção humana sobre a realidade. “Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (Debord, 1997, p. 13), isto é, substituição da vida concretamente experienciada por mecanismos que produzem formas artificiais de identificação com o que era efetivamente realizado pelos indivíduos. A contemplação do vivido é o sucedâneo da vida, forma extrema de alienação no mundo do espetáculo: “Quanto mais se contempla menos se vive, quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seus próprios desejos” (p.24). A tendência imanente à produção mercantil de promover inversões, entre o abstrato e o concreto, a troca e o uso, a quantidade e a qualidade, as necessidades humanas e os imperativos econômicos, sob a sociedade do espetáculo representa a “inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo” (1997, p.13). Assim, o espetáculo sustenta-se sobre modos de fazer, viver e pensar que exigem a ausência de intervenção direta dos indivíduos, a contemplação inerte e a passividade, procedimentos próprios do trabalho alienado que se estendem à vida social mais ampla e às condutas singulares de cada um.

A alienação espetacular consome a separação do indivíduo e seu mundo, com a sua sociedade e a impotência individual face à própria existência. Diante da realidade reificada o indivíduo torna-se objeto passivo de uma comunicação sem diálogo, unilateral e inquestionável. A comunicação pessoal e direta entre os indivíduos é praticamente suprimida. Assiste-se o não vivido, a perda de controle sobre suas próprias vidas e uma crescente proletarização do mundo enquanto

aumento do número de pessoas desprovidas de qualquer controle sobre as próprias vidas. Etapa desenvolvida da alienação como fenômeno da sociedade capitalista.

Apresentado como imagem, o mundo do espetáculo já não pode ser vivido diretamente. O real que o espetáculo faz ver coloca as imagens como “seres reais e motivações eficientes para um comportamento hipnótico [...] serve-se da visão como o sentido privilegiado da pessoa humana - o que em outras épocas fora o tato; o sentido mais abstrato, e mais sujeito a mistificação, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual” (Debord, 1997, p.18). A questão fundamental não é, então, a existência da imagem, mas da sociedade mercantil que precisa dessas imagens e de todas as formas de representação que escapam ao controle dos homens e impõem objetivos particulares como mandamentos para o conjunto da vida social e individual. Reduzido ao mero olhar o espetáculo subtrai-se à atividade do homem, às mudanças e transformações que sua prática exige. A representação independente é condição para a existência do espetáculo.

Pretendendo unificar a contradição presente na sociedade entre a realidade e as imagens, o espetáculo impõe uma falsa realidade, uma redução de toda a vida humana e social a simples aparência. Contudo, tal aparência expressa apenas “o discurso ininterrupto que a ordem atual faz a respeito de si mesma, seu monólogo laudatório. É o autorretrato do poder no momento da sua gestão totalitária das condições de existência” (Ibid, p.20). Sua linguagem se apresenta como uma enorme positividade, inalcançável e indiscutível, sem réplica em razão da posse exclusiva da aparência, cujo discurso repete incansavelmente que “o que aparece é bom, o que é bom aparece. A atitude que por princípio ele exige é a da aceitação passiva que, de fato ele já obteve [...] (p.17). Salvo iniciativas como as manifestações de maio de 1968 ou o movimento contra a discriminação racial, presenciados por Debord, o espetáculo oferece à sociedade uma realidade que estimula a passividade e a inércia.

As afirmações acima conduzem a um grave equívoco na compreensão da sociedade do espetáculo se entendidas apenas como o predomínio abusivo da visão numa sociedade produtora de técnicas de produção e difusão em massa de imagens. O espetáculo “é uma *weltanschauung* [visão de mundo] que se tornou efetiva, materialmente traduzida. É uma visão de mundo que se objetivou” (Ibid, p.14). Para Debord, não estamos diante apenas de conjunto de imagens, mas de uma mediação das relações sociais centrada em imagens, uma forma total de

organização social, que, sob fenômenos aparentemente diferentes, assenta-se e reproduz a forma mercadoria como modelo societário. Ainda que considerando sua importância no conjunto da sociedade os meios de comunicação de massas representam apenas seu aspecto mais limitado e imediato, conveniente à reprodução total da sociedade, principalmente por estimular nos indivíduos a condição de consumidores da mercadoria tecnológica fetichizada que os mantém na inércia e na inatividade. Dessa forma os meios de comunicação servem como mediação indispensável à ordem social fundada no afastamento e na separação. As tecnologias da informação e da comunicação, a publicidade e a indústria cultural de modo geral são a face visível, a manifestação objetiva do espetáculo e o reforçam pelos conteúdos e mensagens, mas não devem ser confundidos como o espetáculo enquanto forma social. A inovação e a onipresença dos meios de informação e comunicação, quando não situados no conjunto da sociedade do espetáculo, terminam ocultando o fato principal: o que transmitem são *ordens*, que serão analisadas e defendidas, pelos mesmos que as produzem. Essa concepção distingue a teoria do espetáculo, como formulada por Debord, de muitas outras que, graças aos avanços dos meios de informação e comunicação, caracterizam nossa sociedade como dominada pelas mídias, como sociedade tecnológica, de consumo ou de massas. Propaganda, publicidade, diversão ou informação constituem-se nas formas particulares, visíveis, manifestas e as mais superficiais deste modelo de sociedade. O espetáculo, como totalidade da vida social é, antes, causa e não consequência, dos equipamentos e instrumentos que veiculam os conteúdos, os valores e as idéias que servem à sua reprodução. O espetáculo mercantil, para além de suas expressões mais esmagadoras, é inseparável do modo de produção existente, seu projeto e resultado. É o cerne do irrealismo, da aparência e da representação que caracterizam a sociedade realmente existente.

O espetáculo não é uma mera decorrência dos meios e bens tecnicamente produzidos. Os produtos, objetos e meios técnicos são, pelo contrário, escolhidos pela sociedade, que os instrumentalizam. Como fase desenvolvida da produção mercantil essa sociedade produz segundo o princípio do valor que, em seu movimento, visa o acréscimo de mais valor em relação ao capital inicialmente empregado. Essa autovalorização do capital realiza-se com a subordinação de toda produção à criação de objetos com valores de troca que viabilizem a lucratividade no circuito de consumo. O processo, que envolve nessa lógica produção-circulação-

consumo, resulta em mais capital disponível para novos produtos valorizados na troca mercantil. A economia mercantil apresenta-se como um contínuo processo de acumulação tautológica de capital, em que os objetos produzidos tornam-se, em razão do valor de troca, simples meios para a reprodução e acúmulo de capital. A economia, como produção de mercadorias, constitui-se num processo de desenvolvimento puramente quantitativo dirigido pelo valor de troca autonomizado face ao valor de uso possível dos objetos. No estágio atual da economia Debord identifica o espetáculo com o dinheiro.

O espetáculo é a outra face do dinheiro: o equivalente geral abstrato de todas as mercadorias. O dinheiro dominou a sociedade como representação da equivalência geral, isto é, do caráter intercambiável dos bens múltiplos, cujo uso permanecia incomparável. O espetáculo é seu complemento moderno desenvolvido, no qual a totalidade do mundo mercantil aparece em bloco, como uma equivalência geral àquilo que o conjunto da sociedade pode ser e fazer. O espetáculo é o dinheiro que *apenas se olha*, porque nele a totalidade do uso se troca contra a totalidade da representação abstrata. (1997, p.34).

Da natureza tautológica imanente ao princípio do valor decorre um imperativo que regula a economia mercantil. O consumo da mercadoria é o complemento indispensável da fabricação e da oferta abundante de objetos e produtos e sua aquisição reforça as condições gerais de sua produção e reproduzem a necessidade de sua utilização. O consumo alienado é o corolário da produção alienada. Por essa razão Debord reafirma a contradição essencial do capitalismo, ainda mais acentuadas sob as condições de desenvolvimento das forças produtivas: a atividade humana, na estrutura econômica mercantil, não visa atender “as necessidades humanas, sumariamente reconhecidas” (p.35), mas satisfazer as necessidades impostas pelo desenvolvimento econômico ininterrupto. As carências humanas e sociais cedem à criação contínua de necessidades artificialmente estimuladas, que se esgotam na verdadeira necessidade de perpetuar a produção mercantil. Essa contradição, no estágio espetacular da economia mercantil tem reforçado os mecanismos de alienação através do consumo, real ou desejado, das mercadorias ou de suas imagens, estimulando o consentimento à sociedade do espetáculo mediante a adesão passiva aos produtos e objetos, tecnológicos ou não, que perpetuam o mundo do capital.

2.2 Espetáculo, ideologia e tecnologia

A sociedade capitalista contemporânea assume, em meados da década de 20 do século passado, características que impulsionam sua capacidade produtiva, por meio das inovações tecnológicas que incorporam elementos como a eletricidade e o petróleo, e a introdução de formas “científicas” de racionalização e organização do trabalho, fordismo e taylorismo à frente. Concomitante ao aumento da produtividade, crescimento em volume e redução do tempo de produção via aprimoramento de instrumentos e equipamentos, verifica-se o esforço empresarial em expandir o consumo incorporando uma massa crescente ao mercado de compra e venda, desenvolvendo em padrões técnicos a propaganda e a publicidade. A generalização das ofertas de mercadorias possibilita sua dominância no conjunto das instâncias sociais e consolida o seu reinado autocrático - espetacular.

Coerente com o princípio metodológico da totalidade Debord identifica a consolidação da mercadoria como forma social total que, modificando a base produtiva, repercute em todas as instâncias, sociais, políticas, culturais e nas consciências e condutas individuais. Uma das principais consequências dessas transformações refere-se às relações indivíduo e sociedade. Para Debord, “o espetáculo é, materialmente ‘a expressão da separação e do afastamento entre o homem e o homem’” (1997, p. 138) referida às formas de integração, adesão e consentimento dos indivíduos à ordem estabelecida. Nas atuais condições, “o espetáculo confundiu-se com toda a realidade, ao irradiá-la” (1997, p.173). A ideologia que legitima essa sociedade está impregnada pela objetividade da produção material mercantil. Essa concepção de ideologia aproxima-se, em seus aspectos mais importantes, das idéias de H. Marcuse sobre o tema. Tanto em Debord quanto em Marcuse encontramos os vínculos entre ideologia e tecnologia nas sociedades capitalistas desenvolvidas. Para Marcuse (1973), nas sociedades industrialmente avançadas instaura-se uma nova forma de dominação. Nessas, a opressão reveste de “uma falta de liberdade confortável, suave e razoável [...] um testemunho do progresso técnico presente na sociedade tecnológica” (p. 23). Seu pressuposto é de que os elos que unem o indivíduo a sua sociedade alterou-se e que a dominação sustenta-se sobre as novas necessidades criadas pelo desenvolvimento técnico próprios do capitalismo desenvolvido. A adesão e o

consentimento dos indivíduos nessas sociedades ocorre graças à identificação desses com as mercadorias produzidas tecnologicamente como automóveis e aparelhos eletrônicos de todo tipo. Isso tornou-se possível porque o desenvolvimento de uma tendência, já analisada por Adorno e Horkheimer (1986), consolidou-se na sociedade contemporânea, qual seja, de que agora a ideologia fundiu-se com o próprio processo de produção. Essa fusão articula de modo inseparável economia e cultura, idéias e realidade material, em suma, une o mundo dos valores, ideais e concepções com a estrutura objetiva da sociedade. A tecnologia assume, assim, um duplo aspecto: além da reprodução material que ela proporciona, afirma sua própria racionalidade como a única capaz de garantir a melhoria das condições de existência e a satisfação das necessidades sociais e desejos individuais. Nessas sociedades, a dominação efetiva-se, portanto, não só pela tecnologia mas como tecnologia.

A racionalidade tecnológica não produz apenas coisas, atitudes, necessidades e desejos. Além de principal força produtiva, a tecnologia emerge como legitimadora das relações sociais do modo de produção capitalista. A dominação contemporânea funda-se na permanente criação de necessidades de consumo artificiais, socialmente produzidas e que alimentam a incessante oferta de novos objetos e serviços. A essa diversidade de produtos e serviços o indivíduo liga seus afetos, desejos, paixões e sonhos. Ciência e tecnologia apresentam-se como poderes capazes de resolver os problemas sociais e proporcionar gratificação aos indivíduos. A mercadoria tecnológica constitui-se no principal veículo da ideologia dominante, capaz de assegurar a adesão do indivíduo à ordem capitalista o que só é possível porque as pessoas se identificam com a forma social mercantil materializada pelos objetos, produtos e equipamentos tecnológicos. Trata-se de identificar outras mediações interpostas entre os indivíduos e a sociedade além da educação, da família e da igreja, tradicionalmente consideradas como responsáveis por essa articulação entre o particular e o coletivo. A ideologia extrapolou as idéias, valores e normas veiculadas por essas instituições fazendo-se presente, ganhando concretude nas mercadorias, tecnológicas ou não, nos instrumentos, aparelhos e meios de informação responsáveis por sua veiculação. Materializada, ela vai além das mensagens transmitidas, responsáveis pela criação de uma falsa consciência.

O aparato produtivo e as mercadorias e serviços que ele produz 'vendem' ou impõe o sistema social como um todo. Os meios de transporte e comunicação em massa, as mercadorias casa, alimento e roupa, a produção irresistível da indústria de diversões e informações trazem consigo atitudes e hábitos prescritos, certas reações intelectuais e emocionais que prendem os consumidores mais ou menos agradavelmente aos produtos e, através destes, ao todo (Marcuse, 1973, p. 29-30).

Os indivíduos são cooptados subjetivamente pelas mercadorias, as práticas sociais, os hábitos de consumo e os comportamentos impregnados pelas características da sociedade que as produzem, conformando suas consciências segundo os imperativos do capital. A subjetividade reifica-se na relação com o mundo material: comprar bens e serviços, postar-se frente à televisão e o computador, idolatrar os automóveis ou telefones celulares, constitui-se no modo dominante de sujeição dos indivíduos à reprodução da sociedade capitalista, tecnologia e espetacular.

Os produtos doutrina e manipulam; promovem uma falsa consciência que é imune à sua falsidade. E, ao ficarem esses produtos benéficos à disposição de maior número de indivíduos e de classes sociais, a doutrinação que eles portam deixa de ser publicidade; torna-se um estilo de vida. É um bom estilo de vida- muito melhor do que antes- e, como um bom estilo de vida, milita contra a transformação qualitativa. São redefinidos pela racionalidade do sistema. Surge, assim um padrão de pensamento e comportamento unidimensionais nos quais as idéias, as aspirações e os objetivos que por seu conteúdo transcendem o universo estabelecido da palavra e da ação são repelidos ou reduzidos aos termos desse universo dado e de sua extensão quantitativa (Marcuse, 1973, p. 32).

Para Marcuse, a tecnologia coloca um véu entre o homem e a verdade da sociedade, aparecendo como um poder autônomo, separado e independente da ação humana e dos interesses das classes sociais. Esse véu tecnológico assemelha-se ao fetiche da mercadoria das fases iniciais do capitalismo.

No interior da vasta hierarquia dos conselhos executivos e administrativos, prolongando-se...no laboratório científico e no instituto de pesquisa...a fonte tangível da exploração desaparece atrás da fachada da racionalidade objetiva. O ódio e a frustração são privados do seu alvo específico, e o véu tecnológico esconde a reprodução da desigualdade e da servidão (Apud Rouanet, 1983, p. 215).

Nas circunstâncias produzidas pelo espetáculo dominante a ideologia assume uma amplitude e generalidade, garantindo sua eficácia por meio da servidão individual aos objetos e serviços mercantis. Se em outros momentos de

desenvolvimento da sociedade a integração era assegurada, sobretudo, pelo convencimento pessoal sobre as idéias, valores, crenças e normas que fundam e perpetuam a sociedade de classes, justificando e legitimando sua existência, incessantemente veiculadas pelas instituições socializadoras como família, igreja, escola, hoje a adaptação social ocorre, primordialmente, pela fusão do discurso ideológico com a realidade material. Para a teoria do espetáculo, a ideologia, já fundamental na reprodução das sociedades classistas ao longo da história, como conjunto de idéias que conferem legitimidade às desigualdades sociais, adquire uma expressão material traduzida pelas mercadorias, suas imagens e sua presença avassaladora na vida social. Ao ganhar materialidade por meio da produção material dificulta a possibilidade de um pensamento negativo sobre a realidade social, presente de modo mais intenso em períodos anteriores à sociedade mercantil espetacular. Consciência deformada da realidade, a ideologia espetacular, converte-se numa concepção de mundo materialmente objetivada, deformada e deformante da realidade, tanto mais que “a *materialização* da ideologia provocada pelo êxito concreto da produção econômica autonoimizada, na forma do espetáculo, praticamente confunde com a realidade social uma ideologia que conseguiu recortar todo o real de acordo com seu modelo” (Debord, 1997, p. 137).

Debord refere-se a uma aproximação entre as categorias e procedimentos econômicos e os modos de pensar, viver e sentir como consciência dominante dos indivíduos nessa sociedade. O mecanismo de dominação ideológica implica uma relação em que o real e a representação reforçam-se mutuamente por meio da inatividade do indivíduo, espectador passivo que, em sua inércia, vive o mundo espetacular como sua vida autêntica. O espetáculo, como ideologia, associa tecnologia, produção material com a dominação no plano das idéias. Isso porque, para ambos os autores, a tecnologia é portadora de uma síntese de algumas idéias fundamentais capazes de determinar o que pensamos, como pensamos e onde pensamos.

É a afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e o consumo que decorre dessa escolha. Forma e o conteúdo do espetáculo são, de modo idêntico, a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a *presença permanente* desta justificativa, como ocupação da maior parte do tempo vivido fora da produção moderna (1997, p. 14-5).

Esferas historicamente separadas e relativamente autônomas, a instância material, sob a sociedade de capitalismo desenvolvido, assimilou materialmente, em seus procedimentos e produtos, a dimensão intelectual, espiritual ou ideológica que fornecia os argumentos capazes de legitimar a racionalidade, a justiça e as promessas que a tornavam desejáveis e aceitáveis como única alternativa realista e razoável de modelo da vida social. Os elos que vinculam o indivíduo à sociedade deixam de ser assegurados somente pelas instituições encarregadas da transmissão das idéias dominantes. A mediação principal que garante a submissão individual aos interesses dominantes da sociedade é dada pela própria produção da mercadoria e as promessas de gratificação associadas ao seu consumo, ilusório ou real. O espetáculo é a ideologia por excelência, porque traduz plenamente as características de todos os sistemas ideológicos: o empobrecimento, a sujeição e a negação da vida real. Constitui-se na “nova força do embuste” que nele se concentrou e tem por base a produção das mercadorias. Retomando Marx e Hegel, Debord identifica espetáculo e novas condições de alienação porque

com a massa de objetos cresce [...] o novo domínio dos seres estranhos a quem o homem fica sujeito. É o estágio supremo de uma expansão que fez com que a necessidade se oponha à vida. “A necessidade de dinheiro é a verdadeira necessidade produzida pela economia política e a única necessidade que ela produz” (Manuscritos Econômico-Filosóficos). O espetáculo estende a toda a vida social o princípio que Hegel, na *Realphilosophie* de *Iena*, concebe como o do dinheiro: é “a vida do que está morto se movendo si mesma” (1997, p. 138-9).

A legitimação e justificação da ordem espetacular apóia-se na falsa escolha da abundância espetacular que e nas e aparentes alternativas. A liberdade concedida ao indivíduo é a que possibilita ao espectador agir como consumidor do cardápio aparentemente diversificado oferecido pela ordem espetacular. O espetáculo, “catálogo apologético” (1997, p. 43) da sociedade mercantil, oferece aos indivíduos, espectadores debilitados e impotentes diante do próprio sofrimento, a promessa de gratificação e compensação mediante o consumo de fragmentos da abundante oferta de mercadorias. Na economia mercantil espetacular a concorrência de objetos, produtos e serviços variados fortalece a forma mercadoria como eixo da organização social. A disputa entre as mercadorias particulares, embora imponha uma hierarquia entre os concorrentes, fortalece, no geral, o próprio sistema produtor

de mercadorias. A “democracia da mercadoria”, em que pese a concorrência individual que estabelece, encontra sua unidade no interesse comum e final de perpetuar o espetáculo.

Como instrumento de unificação da cisão social, resulta na unidade possível, a proporcionada pela sujeição à mercadoria. Debord lembra que, embora as pseudo-necessidades do consumo moderno, resultem de necessidades e desejos autênticos modelados pela sociedade e pela história, na sociedade do espetáculo “a acumulação mecânica liberta um *artificial ilimitado*, diante do qual o desejo vivo fica desarmado” (1997, p. 45). Na sociedade capitalista a satisfação enfaticamente assegurada é inevitavelmente frustrada pelo próprio caráter da produção, que afirma os atributos singulares e insuperáveis das mercadorias mais recentes ao mesmo tempo que os substitui velozmente. Ocorre que “a satisfação, já problemática, que é considerada como pertencente ao *consumo do conjunto* é desde logo falsificada pelo fato de o consumidor real só poder tocar diretamente numa sequência de fragmentos dessa felicidade mercantil” (1997, p. 44). Dessa forma, os laços que atam o indivíduo à sociedade expressam mais que uma falsa consciência, uma ilusão materialmente estimulada: “O consumidor real torna-se consumidor de ilusões. A mercadoria é essa ilusão efetivamente real, e o espetáculo é a sua manifestação geral” (Debord, 1997, p.33). Consequência do trabalho social apropriado por poucos, as promessas de uma abundância econômica para todos revela-se mera aparência encobridora de toda a realidade. Por isso, “o capital já não é apenas o centro invisível que dirige o modo de produção: a sua acumulação o estende até à periferia, sob a forma de objetos sensíveis. Toda a extensão da sociedade é o seu retrato” (1997, p. 34). Em que pese essas modificações na forma como opera a ideologia, do discurso à objetivação material, ela não se torna uma “quimera”, como observa Debord; pelo contrário, incorporada aos produtos e objetos previamente selecionados, complexifica-se, faz-se sutil e eficaz em seu propósito de ocultar a essência do mundo capitalista, promovendo a adesão e o conformismo às mercadorias e suas imagens.

O aparato técnico de produção e os objetos que fabrica contém procedimentos, modos de operar e características que traduzem os princípios e objetivos da economia mercantil-espetacular: a produção alienada de objetos, instrumentos, máquinas e equipamentos para consumo que reafirmam tais princípios e características: a separação, a passividade, a contemplação. A alienação

intrínseca à economia mercantil autônoma funda-se numa produção que fortalece o isolamento dos indivíduos. Os bens selecionados para serem produzidos, automóveis, televisão, telefones, computadores e outros, reforçam a separação entre as pessoas. A produção técnica do isolamento reforça ainda mais a ausência de relações diretas, espontâneas e autênticas. A alienação do homem com seu mundo é sentido como solidão ontológica e não histórica. “Numa sociedade em que ninguém consegue ser *reconhecido* pelos outros, cada indivíduo torna-se incapaz de reconhecer sua própria realidade. A ideologia está em casa; a separação construiu o seu próprio mundo” (1997, p.140). A pertença ao mundo, a comunicação, a participação e a ruptura com o isolamento é associado ao acesso à abundância mercantil.

A partir da estrutura mercantil de produção e consumo, como formas de subjetivação e constituição de estilos de vida, opções políticas ou estéticas, alternativas de lazer ou “projetos” individuais, o espetáculo apresenta-se como o modelo ideal da vida na sociedade atual. Modelo que se expressam por escolhas pré-determinadas, heterônomas, externas aos desejos e interesses pessoais, em que a liberdade limita-se às ofertas que excluem a participação direta, a atividade, a iniciativa, a opção autônoma. Em todas as esferas da vida reproduz-se o modo alienado da produção: passividade, contemplação, não intervenção.

Para Debord, o dever de consumir, real ou ilusoriamente, é estimulado pela escolha seletiva de imagens que “faz ver [...] o mundo da mercadoria dominando tudo que é vivido” (1997, p. 28). Na economia mercantil, espetacular cada mercadoria separada é justificada como componente da totalidade da produção de objetos. Toda mercadoria apresenta-se como única, “atalho fulgurante para enfim aceder à terra prometida do consumo total [...] apresentado cerimoniosamente como a singularidade decisiva” (p. 46).

A produção em série, requisito para o consumo massivo, desfaz ela própria a ilusão da mercadoria singular dotada de poderes mágicos de satisfação.

O caráter prestigioso desse produto decorre apenas do fato de ele ter sido colocado por um momento no centro da vida social, como o mistério revelado da finalidade da produção. O objeto, que era prestigioso no espetáculo torna-se vulgar na hora em que entra na casa desse consumidor, ao mesmo tempo que na casa de todos os outros (1997, p. 46).

A natureza efêmera, mutável e descartável da mercadoria, inerente ao sistema produtor, impede qualquer satisfação duradoura, alimentando um ciclo infernal feito de promessas e expectativas continuamente frustradas. As possibilidades de realização definitiva são incompatíveis com as contínuas mudanças de produtos colocados à disposição. Substituindo-se permanentemente os produtos adia-se para mais além a felicidade alardeada. Nesse movimento de repetidas promessas e frustrações, [...] Cada *nova mentira* da publicidade é também a *confissão* da mentira anterior (1997, p. 46-7). Os objetos e os produtos anunciados e comercializados como definitivos ocultam sua existência de mercadoria produzida para uma rápida obsolescência que impulsiona uma inútil e infundável busca pela mercadoria que, finalmente, possa preencher os desejos e as necessidades. O que permanece no espetáculo é somente a mudança incessante.

O único elemento duradouro presente na profusão de mercadorias produzidas para uma decrepitude precoce é o princípio do valor assegurado pela rentabilidade de sua comercialização. Sob a aparente diversidade dos objetos permanece a característica comum que preside a fabricação de toda a mercadoria, o valor de troca, expresso monetariamente como preço em dinheiro nas transações econômicas. Um autor como Shakespeare, apreciado e frequentemente citado por Marx, identifica assim o componente inalterável dos produtos e objetos: “O mais rico adereço, o mais perfeito, perde a beleza, mas o ouro fica; De ser tocada, a forma de um tesouro desaparece, só ficando o ouro” (Comédia dos erros, II, Apud Paris, 1954, p. 161). Ao consumir as ilusões da mercadoria a grande maioria dos homens reduz esse consumo às formas mais elementares de autoconservação como comer, habitar, trocando uma vida plena pela pura sobrevivência, ainda que mais confortável.

Como componente do espetáculo a imagem cristaliza essa relação indivíduo e sociedade, produzindo pessoas cujas consciências, desejos e aspirações confundem-se com o discurso dos meios espetaculares: “A consciência espectadora, prisioneira dum universo achatado, limitado pela *tela* do espetáculo, para onde sua própria vida foi deportada, só conhece os *interlocutores fictícios* que a entretêm unilateralmente com sua mercadoria e com a política da sua mercadoria (1997, p. 140).

Para Debord, enquanto mediação das relações sociais, as imagens-mercantis determinam fortemente as condutas das pessoas na medida em que a ilusão de

objetividade e veracidade encobre uma construção da própria realidade segundo os recursos dos meios e as intenções dos indivíduos que os dirigem. O vínculo mais significativo é o que relaciona o indivíduo ao mundo social de modo indireto, por meio das imagens previamente elaboradas e escolhidas, sem participação ou controle daqueles a que se destinam. A relação passiva com a imagem fornece a experiência fundamental da submissão e constitui-se na matriz psicológica da dominação consentida. O autor analisa a essência oculta sob a profusão de imagens-mercantis, regidas por uma lógica unitária que liga todas essas manifestações aparentemente autônomas e isoladas, a lógica da forma mercadoria, subjacente às mais sutis expressões da totalidade. Assim como a lógica da mercadoria preserva os interesses gerais do modo de produção capitalista para além da concorrência particular, a lógica do espetáculo está subjacente às mais diversas e extravagantes manifestações das mídias particulares.

A lógica do modo de vida espetacular remete ao desenvolvimento da economia capitalista que, ao longo de sua transformação, provoca grandes alterações sobre os sentidos, a sensibilidade e as maneiras de conhecer dos indivíduos, operando um deslocamento do *ser* para o predomínio do *do ter*, da posse, eminentemente tátil, para o *parecer* que mobiliza o *olhar-escuta* incapaz, entretanto, por si só, de permitir seu desvendamento. Mudanças que ocorreram em consequência dos efeitos empobrecedores da propriedade privada sobre o indivíduo total, limitando ou degradando suas faculdades e aptidões e reduzindo suas qualidades e capacidades.

A propriedade privada fez-nos tão estúpidos e unilaterais que um objecto só é o nosso se o tivermos, portanto se existir para nós como capital, ou se for imediatamente possuído, comido, bebido, trazido no corpo, habitado por nós, etc, em resumo, usado [...] Para o lugar de todos os sentidos físicos e espirituais entrou portanto a simples alienação de todos esses sentidos, o sentido do ter. A essência humana tinha de ser reduzida a esta absoluta pobreza para com isso dar à luz a sua riqueza interior (1993, p. 96).

O homem unilateral resultante desse processo tem todos os demais sentidos alienados ao sentido do possuir. A alienação contemporânea reforça-se com essa redução da riqueza sensível à supremacia do olhar. No mundo das imagens-mercadorias, as únicas cujo consumo são efetivos, a absolutização do olhar torna-se condição para perpetuação de um real falseado,“ [...] como a *negação* visível da

vida; uma negação da vida que se *tornou visível*” (1997, p. 16). Assim, suprimir a propriedade privada significa emancipar todos os sentidos e qualidades humanas, formados ao longo da história e que na sociedade capitalista são limitados ao uso unilateral e imediato ou como contemplação impotente.

2.3 A economia submetida à sociedade

A teoria do espetáculo mercantil comporta, necessariamente, junto com a crítica e a recusa da sociedade por ele engendrada, alternativas que indicam as possibilidades de sua superação. Debord afirma que a consolidação de uma economia autônoma anuncia ao mesmo tempo as condições para sua superação. A produção material abundante, nessa sociedade, perpetua suas contradições estruturais e mostra-se incapaz de superá-las. Suas promessas de gratificação imediata mediante o consumo das mercadorias opõem-se aos interesses da lógica que preside a produção capitalista, qual seja, a valorização do capital por meio da criação do valor de troca dos objetos. O espetáculo moderno exprime a contradição entre aquilo que tornou-se já possível historicamente, o que a sociedade *pode fazer*, e o que lhe é permitido realizar conservando as mesmas condições de existência.

Se o desenvolvimento econômico criou as condições para que a sociedade se libertasse das necessidades naturais imediatas de sobrevivência, ele o faz submetendo a sociedade às necessidades da economia mercantil, “A *independência* da mercadoria estendeu-se ao conjunto da economia sobre a qual ela reina” (1997, p. 120). A liberação da pressão natural pelo desenvolvimento das forças produtivas resulta na subordinação do conjunto da sociedade ao imperativo econômico. Trata-se, pois, da contradição entre a possibilidade objetiva de satisfazer necessidades humanas e o automovimento do capital que vê o desenvolvimento econômico como um fim em si mesmo: “A unidade irreal que o espetáculo proclama é a máscara da divisão de classe sobre a qual repousa a unidade real do modo de produção capitalista. O que obriga os produtores a participar na edificação do mundo é também o que disso os afasta” (Debord, 1997, p.21).

A ruptura da subordinação da vida social da economia autonomizada pressupõe o controle, pela sociedade, sobre a independência da produção material: “No momento em que a sociedade descobre que ela depende da economia, a economia, de fato, depende da sociedade. Esse poder subterrâneo, que cresceu até

parecer soberano, também perdeu sua força. No lugar em que havia o *isso* econômico, deve haver o *eu*” (1997, p. 35).

Numa referência à indagação freudiana, na frase final da citação acima, pensando no nascimento da criança, Debord reafirma as próprias idéias sobre a supressão do cego processo tautológico que rege a economia, enfatizando a necessária emergência de indivíduos emancipados da tutela da produção material cuja finalidade última é a sua auto-reprodução: “Onde isso estava/deve advir o sujeito?” (Freud Apud Janvier, 1988, p. 75). A superação da sociedade mercantil-espetacular depende, então, da saída do inconsciente social em que permanece a atividade produtiva e que perpetua a subordinação das necessidades humanas ao imperativo econômico para objetivos conscientemente definidos pelos interesses coletivos. Ainda numa perspectiva freudiana lembra Debord que “tudo o que é consciente se usa. O que é inconsciente permanece inalterável. Mas uma vez liberto, não cai por sua vez em ruínas?” (Freud Apud Debord, 1997, p. 14).

A referência à psicanálise não esgota as alternativas de superação do espetáculo que exige uma revolução em toda a sociedade. A supressão desse modo de produzir demanda a consciência, a organização e a luta política da classe que pode contrapor-se a esse modelo de sociedade: “O sujeito não pode emergir senão da sociedade, isto é, da luta que está nela própria. A sua existência possível está suspensa nos resultados da luta de classes, que se revela como o produto e a produtora da fundação econômica da história” (1997, p. 15). É a própria luta desenvolvida ao longo da história que pode, mediante a fusão da teoria e da prática, qualificar os trabalhadores como sujeitos revolucionários: “A constituição da classe proletária em sujeito é a organização das lutas revolucionárias e a organização da sociedade no momento revolucionário: é aqui que devem existir as condições práticas da consciência, nas quais a teoria da práxis se confirma tornando-se teoria prática” (1997, p.28).

Sem determinismos, fatalismo ou messianismo, Debord afirma que a teoria crítica do espetáculo terá que se transformar na ação coletiva prática contra a ordem mercantil-espetacular. Teoria e prática são necessárias para impulsionar a classe da consciência, por isso, classe revolucionária, à luta antiespetáculo. O sujeito da revolução é, portanto, a classe que na economia mercantil, pela alienação a que está submetido, perdeu todo controle sobre sua vida: o proletariado, em sentido

ampliado. O objetivo da mudança revolucionária é a dissolução das classes e a recuperação da atividade consciente.

A consciência do desejo e o desejo da consciência são um mesmo projeto que, sob a sua forma negativa, quer a abolição das classes, isto é, a posse direta pelos trabalhadores de todos os momentos da sua atividade. O seu contrário é a sociedade do espetáculo onde a mercadoria se contempla a si mesma num mundo que ela criou (1997,p. 15).

Debord reconhece que, embora enfraquecido quantitativamente, desmobilizado politicamente e cooptado pelo Estado do Bem-Estar Social, o proletariado ainda é, num sentido ampliado do termo, o agente revolucionário por excelência. Proletários são todos os assalariados que estão submetidos à alienação e à exploração do trabalho pelo capital, sem qualquer controle sobre as próprias vidas. Nesse sentido a expansão do setor de serviços, a redução do campesinato nos países avançados e a proletarização de grande parte das atividades intelectuais, reafirmam a condição objetivamente revolucionária dos trabalhadores, ainda que subjetivamente submetido às condições do espetáculo.

[...] o proletariado dos países industriais perdeu toda a afirmação de sua perspectiva autônoma e, em última análise, as suas ilusões, mas não o seu ser. Ele não foi suprimido. Permanece irredutivelmente existente na alienação intensificada do capitalismo moderno: ele é a imensa maioria dos trabalhadores que perderam todo o poder sobre o uso da sua vida, e que, *assim que tomam conhecimento disso*, se redefinem como proletariado, o negativo em ação nessa sociedade. (1997, p.81).

Debord define o projeto revolucionário como ação prática que revele a natureza falseada do espetáculo, por meio da organização autogestionária da classe revolucionária. Instâncias como os conselhos de trabalhadores são formas que antecipam a dissolução da passividade, da representação, da não intervenção e da contemplação características da sociedade do espetáculo.

Emancipar-se das bases materiais da verdade invertida, eis no que consiste a auto-emancipação da nossa época. Nem o indivíduo isolado nem a multidão atomizada e sujeita à manipulação podem essa 'missão histórica de instaurar a verdade no mundo', tarefa que cabe, ainda e sempre, à classe que é capaz de ser a dissolução de todas as classes, ao resumir todo o poder na forma desalienante da democracia realizada, o Conselho, no qual a teoria prática se controla a si mesma e vê sua ação. Somente, onde os indivíduos estão 'diretamente ligados à história universal' somente

ali o diálogo se armou para tornar vitoriosas suas próprias condições (1997, p.141).

Apenas como classe da consciência anticapitalista pode o proletariado criar as condições para que se supere “uma formação social em que o processo produtivo domina os homens, e ainda não o homem o processo de produção” (Marx, 1988, p. 76). É a consciência da exploração e de todas as formas de alienação que deve mobilizar os que opõem-se ao espetáculo.

O amadurecimento das forças produtivas não pode garantir um tal poder, mesmo pelo desvio da despossessão crescente que traz consigo. A tomada jacobina do Estado não pode ser um instrumento seu. Nenhuma ideologia lhe pode servir para disfarçar fins parciais em fins gerais, porque ele não pode conservar nenhuma realidade parcial que seja efetivamente sua (1997, p.27).

Afinal, “a crítica que vai além do espetáculo deve *saber esperar*” (1997, p. 141). Não a espera devota dos fiéis, que fazem da esperança um consolo para a opressão. Tampouco a espera passiva do espectador contemplativo, mas a que estimular a compreensão das contradições e dos limites dessa sociedade, transitória e histórica, produto da atividade humana.

CAPÍTULO 3 - EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

3.1. Semiformação, cultura e consumo

Nos *Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo* (1997) Debord mostra que a principal transformação ocorrida duas décadas após a publicação de seu livro e que assinala o êxito e triunfo dessa sociedade foi o “fato de que a dominação espetacular tenha podido criar uma geração submetida às suas leis” (p.171-2). Os indivíduos portadores da consciência espectadora dominante foram formados nos padrões de socialização próprios do espetáculo mercantil, cuja realidade é a única conhecida, sem qualquer termo de comparação. Nesse momento da sociedade capitalista, o aprendizado das regras, idéias, normas e valores socialmente exigidos tornou secundárias as instâncias de mediação entre o indivíduo e a sociedade. As instituições relativamente autônomas, entre as quais a escola, convivem com novas formas de socialização em que a “coexistência, a multiplicidade e a diversificação” caminham no sentido da “desinstitucionalização das agências socializadoras” (Dubet, 1996 Apud Setton: 2000, p. 66).

As gerações que nasceram e cresceram sob a sociedade do espetáculo não conheceram processos formativos autênticos, segundo a ideia originariamente pela então classe burguesa revolucionária, que concebia a formação cultural como criação de indivíduos racionais e livres radicados na própria consciência autônoma.

A sociedade do espetáculo, caracterizada “pela combinação de cinco aspectos principais: a renovação tecnológica incessante, a fusão econômico-estatal, o segredo generalizado, a mentira sem contestação e o presente perpétuo” (Debord, 1997, p. 175) deve seu êxito, sobretudo, a outro traço, uma vez que

o movimento de inovação tecnológica, que já dura há muito tempo, é constitutivo da sociedade capitalista, chamada às vezes de industrial ou pós-industrial. Mas, desde que recebeu seu mais recente impulso (logo após a Segunda Guerra Mundial), ele reforçou ainda mais a autoridade espetacular; por seu intermédio, todos se vêem inteiramente entregues inteiramente entregue ao corpo de especialistas, aos seus cálculos e aos seus juízos sempre satisfeitos com esses cálculos (1997, p. 175).

Mais relevante que a instrumentação técnica ou a expansão das tecnologias de comunicação, foi a formação dessa geração de espectadores.

As condições extraordinariamente novas em que viveu esta geração constituem um resumo exato e suficiente de tudo o que doravante o espetáculo impede, e também de tudo o que ele permite (1907, p. 171-2).

O espectador “é suposto ignorante de tudo, não merecedor de nada. Quem fica sempre olhando, para saber o que vem depois, nunca age: assim deve ser o bom espectador” (1997,p.183). A contemplação incessante de imagens elaboradas e selecionada por outros tornou-se o modo de ser do indivíduo no mundo, do qual encontra-se separado e sem possibilidades de nele intervir..

Retomando a idéia segundo a qual a mercadoria não pode mais proporcionar a satisfação por sua utilidade real, Debord afirma que “o único uso que ainda se expressa aqui é o uso fundamental da submissão” (1997, p. 45). A consciência expectadora encontra, pois, inicialmente a submissão à mercadoria e em seguida às suas imagens, as causas de sua adesão e consentimento à servidão espetacular. Essa “psicologia da submissão das massas’ (Debord, 1997, p. 188) pode ser localizada, na relação do indivíduo com a mercadoria tecnológica, na qual se explicita a convicção dominante que assegura a superioridade da tecnologia como instância superior de conhecimento, análise e capacidade de julgamento diante da fragilidade do intelecto humano e de habilidades como a leitura, a escrita, a reflexão e a crítica.

A linguagem binária do computador também é um irresistível estímulo para que se admita a cada instante, sem reservas, o que foi programado por outra pessoa, a seu bel-prazer, pessoa que se apresenta como a fonte intemporal numa lógica superior, imparcial e total. Que economia de tempo e de vocabulário para julgar de tudo o que existe! Âmbito político? Social? É preciso escolher. Ou é uma coisa ou outra. Minha escolha está feita. Ouço vaías, e todos sabem a quem convém estas estruturas. Não é de estranhar que, desde pequenos, os alunos facilmente comecem com grande entusiasmo, pelo Saber Absoluto da informática: enquanto isso, ignoram cada vez mais a leitura, que exige um verdadeiro juízo a cada linha; e é a única capaz de dar acesso à vasta experiência humana antiespetacular. A conversação está quase extinta, e em breve também estarão muitos dos que sabiam falar (1997, p. 188-9)

As características da formação espetacular são a supressão da perspectiva histórica, do pensamento lógico e da personalidade autônoma, capaz de criticar e

negar, produzindo um consenso que envolve as correntes políticas de direita e as de esquerda, sindicatos e patronato, socialismos e capitalismo. A homogeneidade dos discursos e projetos cristaliza-se na aceitação e na crença geral na forma mercadoria como modelo perfeito de organização social, suprimindo do horizonte político qualquer alternativa qualitativamente diferente de sociedade.

A mercadoria já não pode ser criticada por ninguém, nem como sistema geral, nem mesmo como esses trastes que os chefes de empresa acharam conveniente colocar por enquanto no mercado. Em toda a parte onde reina o espetáculo, as únicas forças organizadas são as que querem o espetáculo. [...] Liquidaram com a inquietante concepção, que predominara por mais de duzentos anos, segundo a qual uma sociedade podia ser criticada e transformada, reformada ou revolucionada. E isto não foi obtido pelo aparecimento de argumentos novos, mas apenas porque os argumentos se tornaram inúteis. Por esse resultado é possível medir, mais que a felicidade geral, a força terrível das redes da tirania (1997, p. 183).

O consenso articulado em torno da mercadoria exprime-se como hegemonia de um pensamento unidimensional que enaltece as virtudes e a imutabilidade da forma mercadoria. A quase unanimidade em torno dessa ordem social unifica as matizes políticas, teóricas, ideológicas, as classes e grupos sociais, enfim, as forças e tendências unidas em favor da continuidade do espetáculo.

A ausência de crítica expressa, para Debord, a dissolução do próprio conhecimento histórico em geral e, sobretudo, do passado mais recente: “O espetáculo organiza com mestria a ignorância do que acontece e, logo a seguida, o esquecimento do que, apesar de tudo, conseguiu ser conhecido” (1997, p. 177). No reino espetacular, que se alimenta da novidade e do instantâneo, interessa a ausência de todo parâmetro comparativo, central para a crítica da sociedade que busca ocultar sua própria história, origem, constituição e dominação. Congelando a história num presente eterno, o espetáculo tem como contraface uma necessidade de um esquecimento permanente. A verdade sobre o mundo contemporâneo perde-se numa nebulosa onde se entrecruzam argumentos inverificáveis, estatísticas pouco confiáveis, explicações e raciocínios insustentáveis, inverossímeis ou simplesmente absurdos (p.178) emitidos pelos especialistas do espetáculo. Os especialistas midiáticos-estatais formam um inatacável grupo encarregado da formulação, interpretação, análise e justificativas dos fenômenos sociais segundo os interesses do espetáculo. Pretendem, com seu conhecimento sancionado, substituir

os próprios indivíduos como sujeitos capazes de compreender seu mundo e suas vidas.

Os *especialistas* a serviço do espetáculo substituíram os espaços ainda autônomos, comunidades em geral, associações ou instituições em que ainda havia algum espaço para o debate, a dúvida, a contestação. Como detentor da verdade, “aquilo de que o espetáculo deixa de falar durante três dias é como se não existisse. Ele fala então de outra coisa, e é isso que, a partir daí, afinal, existe. As consequências práticas, como se percebe, são imensas” (1997, p. 182). A dissolução da consciência histórica associa-se à depreciação pelo pensamento lógico, veiculando conteúdos sem contextualização temporal ou geográfica, desvinculado de causas históricas ou sociais inteligíveis e sem consequências previsíveis plausíveis. O compromisso com a coerência e a razoabilidade dilui-se na escolha arbitrária e parcial das informações que mais interessam e menos revelam.

O discurso sem réplica do espetáculo, ao impedir a resposta, inviabiliza o diálogo imprescindível à lógica. Aquele que fala no espetáculo apresenta-se como a autoridade suprema, importante, rico e prestigiado. Esse respeito imposto espetacularmente repercute sobre os espectadores. O argumento válido é o expresso pelos meios de comunicação, que prescinde do esforço de compreensão e da atividade autônoma do espectador, embalado na mesma preguiça e estreiteza do intelectual semiformado, dogmático, superficial e empobrecido teoricamente. Para Debord a dissolução do pensamento lógico é uma consequência do trabalho incessante dos profissionais midiáticos e dos senhores que os controlam. Os “anestesistas-animadores” do espetáculo inocularam, em altas doses, na população, procedimentos que inviabilizam uma elaboração lógica do pensamento. A incapacidade de fazer distinções, de formular conceitos e juízos, de identificar os elementos prioritários e secundários de um fenômeno e de estabelecer a compatibilidade ou não de argumentos diferentes constituem-se nos traços principais do pensamento espetacular danificado. O *discurso competente* desses profissionais do espetáculo, ignorando os conflitos presentes na sociedade e os interesses divergentes, portadores do poder conferido pelo espetáculo de linguagem unilateral “são absolutamente corrompidos pela sua experiência do desprezo e do êxito do desprezo, pois reencontram o seu desprezo confirmado pelo conhecimento do *homem desprezível* que é realmente o espectador (1997, p. 127).

O pseudo-conhecimento, a-histórico e desprovido de lógica, produzido pelo espetáculo e difundido por seus porta-vozes midiáticos vale-se da capitulação da ciência à razão mercantil. Submetido aos imperativos econômicos, o saber científico renuncia à sua autonomia parcial e coloca-se inteiramente a serviço da dominação e justificação dos interesses do mercado e do lucro privado. Os últimos resíduos de independência intelectual e compromisso ético-político são negados pela subordinação à produção mercantil e pelo comprometimento com a realização de pesquisas e a produção de conhecimentos contrários aos interesses e às necessidades da maioria da sociedade, ameaçando muitas vezes a sobrevivência da humanidade. Percebe-se, nessa perspectiva, que a passagem de uma racionalidade científica à razão mercantil, como qualquer elemento da cultura e da natureza, transformou-se em objeto de lucro segundo os interesses da indústria moderna: da devastação do meio ambiente à medicina dominada pelos laboratórios da indústria farmacêutica ou a pesquisa genética empreendida pelos grupos privados, localizamos a ciência comprometida com os meios e objetivos de reprodução do capital. O conhecimento desenvolvido e identificado com o espetáculo não pode nem quer pensar a si mesmo criticamente, seus critérios, objetivos e implicações éticas, políticas e sociais. Abdicando da própria noção de progresso que a fundamenta, limita-se a formular razões para tudo o que se faz ou não se faz, em nome do capital.

A geração formada e em formação pela consolidação da sociedade do espetáculo, segundo Debord, o grande trunfo obtido por anos de aprendizado mercantil espetacular, está prematuramente comprometida com a adesão e a submissão a esse modelo de organização social.

O indivíduo que foi marcado pelo pensamento espetacular empobrecido, mais do que por qualquer elemento da sua formação, coloca-se de antemão a serviço da ordem estabelecida, embora sua intenção subjetiva possa ser o oposto disso. Nos pontos essenciais, ele obedecerá à linguagem do espetáculo, a única que conhece, aquela que lhe ensinaram a falar. Ele pode querer repudiar essa retórica, mas vai usar a sintaxe dessa linguagem. Eis um dos aspectos mais importantes do sucesso obtido pela dominação espetacular (1997, p. 191).

A diluição do pensamento lógico e da perspectiva histórica implica, ainda, que os indivíduos não sejam senhores de suas ações, mas espectadores de um processo em que o sujeito é a mercadoria. Quando muito sujeitos debilitados

capazes de ações isoladas sem, no entanto, controlar ou dirigir o desenvolvimento histórico e social. A vida individual quotidiana não se vincula à história, segundo o ponto de vista espetacular, pois os eventos e acontecimentos sociais e políticos não são mais produzidos pelo homem particular, que apenas os assistem. Assim, a experiência individual permanece anônima, obscura, isolada e incomunicável.

O indivíduo-espectador do mundo e de sua vida, em nome da preservação pessoal e social, deve lealdade integral ao espetáculo, abandonando qualquer veleidade de aspiração e realização autônomas. A diluição da personalidade individual é uma exigência posta à vida sob o espetáculo. A adesão e a fidelidade aos ideais e valores espetaculares obstaculizam a realização de experiências autênticas, de descoberta de preferências e opções pessoais e da possibilidade de vivê-las autonomamente.

Para Adorno (1992) trata-se de pensar sobre uma promessa realizada como sua negação, a formação como semiformação. Na perspectiva da burguesia ascendente, via revoluções inglesa e francesa, a ideia de formação está ligada a um conjunto de qualidades e aptidões que distinguem o indivíduo do estamento dos homens feudais. Foram essas diferenças que

tornaram a classe ascendente capaz de desempenhar suas tarefas econômicas e administrativas. A formação não foi apenas sinal da emancipação da burguesia, não foi apenas o privilégio pelo qual os burgueses se avantajaram em relação às pessoas de pouca riqueza e aos camponeses: sem ela dificilmente o burguês teria se desenvolvido como empresário, como encarregado ou como funcionário (Adorno, 1992, p. 36).

A formação seria o processo pelo qual se realizaria a utopia de uma classe ainda tomada de ímpeto revolucionário : uma sociedade livre composta de indivíduos livres e iguais. Entre os descaminhos das promessas revolucionárias da burguesia como classe agora dominante encontra-se a recusa à maioria da sociedade dos pressupostos necessários à formação, acima de tudo o tempo livre negado aos trabalhadores na produção capitalista. À maioria assalariada nega-se a formação em favor de uma pseudoformação. Essa falsa democratização da cultura é sobretudo uma socialização da semicultura. A generalização da semiformação corresponde a uma regressão da formação, a universalização da primeira articula-se com a crise de

universsalização da segunda. A semiformação não precede a autêntica formação, ao contrário, a segue.

No conceito original de formação repousa a possibilidade de uma educação dos indivíduos autônomos e voltados para a emancipação social. Sua degradação resulta na supressão da crítica e da resistência inerentes aos processos educacionais, desenvolvendo apenas sua dimensão adaptativa, a outra face do mesmo processo.

A crise da formação deve ser compreendida como parte da crise política e social da sociedade moderna. Produto da crítica iluminista do século XVIII ao Antigo Regime baseada na afirmação de uma racionalidade emancipatória, crítica e numa concepção de ciência comprometida com a possibilidade de uma ordem social racionalmente orientada, a ideia de uma formação humana capaz de proporcionar a contestação, a recusa e o desejo de transformação social sucumbe no momento em que a razão e a ciência convertem-se em forças produtivas orientadas segundo critérios instrumentais e reduzidas à dominação da natureza e dos homens. Esvaziadas da dimensão ética, a razão, a ciência e a tecnologia limitam-se aos padrões de uma racionalidade submetida aos objetivos econômicos do lucro e da exploração subjacentes à produção material capitalista.

A submissão às exigências econômicas autonomizadas, imediatas, quantitativas e abstratas minam as condições necessárias para o desenvolvimento de processos formativos empenhados na criação de indivíduos capazes de juízos autônomos e de autodeterminação v em suas ações. Os pressupostos fundamentais como independência de pensamento, julgamento próprio e decisões autônomas, características da formação, são diluídas ou negadas quando da identificação imediata e acrítica dos indivíduos semiformados e submetidos a ideais, valores e fins impostos de fora, exteriores àqueles que os adotam e realizam.

A separação, o afastamento, a passividade e a contemplação que resultam no indivíduo espectador do mundo e da própria vida, analisadas por Debord, estão no cerne dessa degradação da formação em semiformação tematizada por Adorno. A formação espetacular empobrecida reafirma essa relação alienada do indivíduo consigo mesmo e com a vida social e histórica da qual participa apenas como objeto de poderes heterônomos. O vínculo entre a ação individual e o mundo objetivo, mediado pela técnica, como força produtiva, impede a uma relação direta entre os homens e a sociedade a qual pertencem. Razão, ciência e tecnologia tornam-se

assim em entraves à apropriação consciente do homem com a vida social que produzem. Sujeito e realidade permanecem estranhos um ao outro enquanto a razão instrumental, a ciência formal e a técnica fetichizada produzem a reificação na qual submergem os indivíduos.

A consciência coisificada analisada por Adorno antecipa a consciência espectral nos termos de Debord. Adorno refere-se ao enfraquecimento das instâncias de mediação como parte da supressão geral de instituições que proporcionavam alguma liberdade de pensamento e discussão subtraídos da tutela espetacular.

Já não existe *ágora*, comunidade geral; nem existem comunidades restritas aos grupos intermediários ou a instituições autônomas, a salões ou cafés, aos trabalhadores de uma mesma empresa; nem nenhum lugar onde o debate sobre as verdades que concernem àqueles que lá estão possa se liberar de modo durável da esmagadora presença do discurso mediático, e das diferentes forças organizadas para substituí-lo (1997, p.181).

Essas mudanças indicam a consolidação e a expansão da forma mercadoria, das categorias abstratas sobre as quais se fundamenta. A organização da produção material segundo essas categorias permitiu a emergência da economia como componente autônomo da estrutura social, cuja dinâmica obedece apenas à finalidade tautológica de autovalorização do capital. Essas características impõem alterações sobre as maneiras como ocorrem os mecanismos de integração dos indivíduos na sociedade. Na sociedade mercantil espetacular, império da economia autonomizada, que penetra e subordina todas as instâncias a suas categorias, a seus princípios e procedimentos, inexistem espaços que possam constituir-se em refúgios individuais ou coletivos subtraídos à racionalidade do cálculo e dos imperativos abstratos que presidem a produção de mercadorias. Nenhuma instituição formativa ou socializadora preservou a autonomia necessária para transmitir idéias ou valores contrários ao pensamento dominante. A família ou a escola não são mais anteparos que assegurem a proteção, a intimidade e o afeto como vínculos de relações e valores diferentes dos mercantis. Assim como as demais instituições, a família fragiliza-se cada vez mais como instância formativa, dentre outras razões, porque os valores que a constituíam, não mercantis, vêm sendo substituídos por outros, econômicos; isto quando não dissolvida em função das crises periódicas que acompanham o capitalismo desde suas origens,

manifestas atualmente sob a forma do desemprego estrutural, que tem como um de seus efeitos a erosão da tradicional autoridade paterna no interior das famílias. A impotência econômica da família para proteger e sustentar seus membros estende-se à incapacidade de fazer valer sua autonomia diante das exigências da sociedade. O mercado, com seus produtos de consumo, os meios de informação, publicidade e propaganda, o lazer e o entretenimento mercantilizados extorquiram da família e da escola o monopólio do processo de socialização. A disseminação das categorias mercantis dissolveram os laços emocionais ou psicológicos que encontravam nessas instituições espaços paralelos às exigências totalitárias da sociedade. O enfraquecimento dessas instituições ocorreu ao longo do século passado, como podemos verificar por uma simples observação feita por Adorno e Horkheimer referindo-se ao contexto da família alemã nos anos 50 do século XX.

A família cumpre cada vez menos a sua função de instituição de aprendizagem e educação. Na Alemanha, ouve-se dizer hoje, repetidamente, mesmo a respeito de famílias das camadas superiores da sociedade, “nada trouxeram de casa”; e os professores universitários comprovam até que ponto é escassa a formação substancial, realmente experimentada pelos jovens, que possa ser considerada como pré-adquirida (1978, 143).

Paradoxalmente, a emancipação da tutela das instituições tradicionais não se traduziu em maior autonomia para os indivíduos. A sujeição assume outras formas.

O indivíduo não precisa mais recorrer a si mesmo para decidir o que deve fazer, numa dolorosa dialética interna de consciência moral, autoconservação e impulsos. Sua vida profissional é determinada pela hierarquia das organizações e pela administração pública, e sua vida privada pelos esquemas da indústria cultural que sequestra até os últimos impulsos íntimos dos consumidores compulsivos... (Adorno e Horkheimer apud Rouanet, 1983, p. 125).

A fragilidade formativa da escola pode ser percebida em sua subordinação às formas empresariais de organização, conteúdos e objetivos. Ainda que preservando algo de sua autonomia formal, na prática elas vem transformando-se em espaço de socialização para o mercado, intensificando-se a adoção de critérios de avaliação, aprendizagem e preparação segundo as demandadas das empresas, reificando o conhecimento e procedimentos de ensino e aprendizagem. A adaptação ao universo social dominado pela mercadoria se faz em nome do realismo incessantemente proclamado por outras instâncias, como a indústria cultural e seus meios de

informação. O conceito de indústria cultural, criado por Adorno e Horkheimer em 1946, opõe-se ao de uma suposta cultura de massas, pois essa não é nem cultura e tampouco é produzida pelas massas. A indústria cultural ao fundir a cultura erudita com a cultura popular impõe a união de esferas separadas há milênios, com o prejuízo de ambas. Essa fusão e homogeneização da arte, apoiada nos meios técnicos, ao prometer o acesso de todos à cultura resulta numa ideologia comercial e semidemocrática. A cultura assim produzida e consumida representa, de fato, a conquista do espírito pelo fetiche da mercadoria. Cinema, televisão, rádio, jornais e revistas oferecem conteúdos produzidos em série, padronizados, estratificados, esteticamente empobrecidos, degradados esteticamente, empobrecendo tanto o erudito quanto o popular. Embora reivindicando-se como novidade, preocupa-se em não perturbar hábitos e expectativas, garantindo sua inteligibilidade pelo maior número de pessoas, espectadores ou leitores, evitando a complexidade por meio da interpretação literal ou ainda melhor, minimal.

Ao conquistar o mundo do espírito produzindo uma mercadoria cultural tecnológica fetichizada, a indústria cultural ratifica e reforça o estado atual de consciência dos indivíduos. Essa mercadoria apresenta conteúdos socializadores, prescritivos e normativos, constituindo-se num elemento de coesão social, que é obtida mediante o sacrifício da dimensão crítica, utópica e negativa. Essa produção dirigida ao público consumidor por meio de veículos variados oferece

bens de formação cultural que, por estarem neutralizados e petrificados, ajudam a manter no devido lugar aqueles para os quais não existe nada de demasiado elevado ou caro. Isso se consegue ao ajustar o conteúdo da formação, na base dos mecanismos de mercado, à consciência daqueles que foram excluídos do privilégio da cultura e aos que se tinha que modificar como primeiro passo do processo (Adorno, 1992, p. 37-8).

Os produtos culturais industrialmente produzidos fornecem, ainda, informações e conselhos insignificantes ou simplificados, prescreve padrões de comportamentos conformistas ou estereotipados e mobiliza o desejo sem gratificá-lo, além de comprometer a singularidade e a espontaneidade, atrofiando a criatividade e a espontaneidade dos indivíduos. A linguagem da cultura administrada é mimese e seu objetivo é a reprodução incessante do real, fundindo suas mensagens e conteúdos com a própria realidade. Racional e desejável é o que aparecesse em

seus meios e produtos que se apresentam como portadores da verdade incontestável. Segundo Horkheimer,

Assim como a criança repete as palavras e o adolescente imita o comportamento brutal dos mais velhos, quando o maltratam, assim através da recreação comercializada e da propaganda popular cada vez mais indistinguíveis uma da outra – o gigantesco auto-falante da cultura industrial duplica sem cessar a superfície da realidade... O cinema, o rádio, as biografias e os romances populares entoam todos o mesmo estribilho: eis a realidade como ela é, como dever ser e como sempre será (apud Rouanet, 1983, p. 138).

Do ponto de vista da formação tem-se em mente uma socialização realista produz indivíduos intelectual, moral e psiquicamente ajustados à realidade.

É necessário ser realista. Tal noção de realismo, contudo, não se refere à necessidade de julgar e explicar com base num conhecimento objetivo e factual, mas ao postulado de que é preciso reconhecer desde o início a superioridade esmagadora do existente sobre o indivíduo e suas intenções; de que é indispensável um tipo de ajustamento que implica resignação e dúvida quanto a qualquer forma de aperfeiçoamentos básicos, de que é imperioso renunciar a tudo o que se pareça com devaneio, de que o indivíduo deve transformar-se num apêndice da máquina social (Adorno apud Rouanet, 1983, p. 190).

O indivíduo, que antes formulava seus propósitos, tornou-se objeto de coordenação e organização. Seu comportamento não visa a realização de fins autonomamente definidos. “Motivado, guiado e medido por padrões externos a ele, padrões talhados para tarefas e funções predeterminadas” (Marcuse, 1996, p. 117), seu comportamento não visa a realização de fins autonomamente definidos. A ação individual é cada vez mais socialmente determinada e avaliada segundo uma noção de eficiência definida por padrões mercantis: “O indivíduo eficiente é aquele cujo desempenho consiste numa ação apenas na medida em que é a reação apropriada aos requisitos objetivos do aparato, e sua liberdade é confinada à seleção dos meios mais adequados para atingir um que ele não estabeleceu” (Marcuse, 1996, p. 117). As mudanças na socialização tradicional, realizada pelas instituições que em sua semiautonomia ultrapassava os ditames mercantis, resultaram em um processo de integração que secundariza as instâncias tradicionais de mediação entre o indivíduo e a sociedade, subtraindo, na prática, mesmo a autonomia parcial que permitia certo grau de independência e pluralidade de idéias. A economia autonomizada foi capaz de impor-se como atividade central da ordem capitalista, penetrando e subordinando

todos os outros setores da vida social a seus procedimentos e objetivos. Assim, a economia, a política, a ciência, a cultura, o lazer, as relações pessoais e a consciência dos indivíduos, as idéias e valores estão impregnados pela lógica espetacular que reduz a existência coletiva e pessoal à dimensão econômica e mercantil. A educação, sob o espetáculo, incorpora procedimentos, valores e objetivos mercantis que reforçam uma “psicologia de massas da submissão e da adesão”, reforçando a passividade face ao discurso espetacular apresentado como verdade inquestionável sobre a realidade.

Para Debord, a ocupação totalitária de todas as instâncias sociais pela mercadoria tem, entre outras, implicação direta na formação dos indivíduos, uma vez que o consumo mercantil apresenta-se como mecanismo de adesão, cooptação e consentimento a essa forma de ordenação da sociedade. A criação de gerações servis ao espetáculo resulta da assimilação de sua visão de mundo caracterizada pela separação, pela passividade, pela contemplação submissa do movimento e das imagens da mercadoria. A socialização como iniciação ao mundo capitalista, conduzida no e pelo mercado é cada vez mais precoce: “Os menores de dez anos já são uma categoria como os teenager na grande família de consumidores: consumindo a infância em vez de vivê-la, a criança envelhece em tempo recorde” (Vaneigem, 2002, p. 228). Tal evidência ganhou amplitude ainda maior face ao contato cada vez mais precoce da criança com a televisão, meio onde a mercadoria é a protagonista onipresente.

Como demonstra Lynn (2006).

Pesquisas recentes mostram que, na média, os pais colocam os bebês diante das telas aos seis meses de idade e que os expõem à televisão aos nove meses. Bebês entre 1 e 23 meses [...] uma média de 1,12 hora. Ficam diante de uma tela por mais de 90 minutos todos os dias. [...] num dia típico, quase 60% das crianças com menos de 2 anos assistem à televisão (p.76).

Um exemplo de marketing para crianças são os programas, supostamente educativa, dirigida a crianças de apenas um ano de idade e um marco no esforço publicitário de incentivar o reconhecimento de marcas antes mesmo da criança ter desenvolvido a fala. Em linguagem mercadológica trata-se de promover uma relação com as marcas que garanta fidelidade a elas do “berço à universidade ou do berço ao túmulo” como desejam os mais entusiastas profissionais do ramo.

Mesmo sem verbalizar os nomes das marcas, as empresas apostam em seu reconhecimento precoce a ser expresso em palavras logo que desenvolvam a linguagem.

Como mecanismo de socialização o espetáculo conforma consciências e comportamentos marcados pela impossibilidade de intervenção direta sobre o mundo em que, de indivíduos-espectadores limitados à condição de objetos face à realidade que lhe escapa e sobre a qual parece não ter qualquer controle ou poder.

A transmissão dessa visão de mundo permeada por uma concepção que economiciza a vida e produz uma consciência reduzida à racionalidade mercantil, é realizada hoje mais eficientemente pela ampla estrutura midiática-espetacular a serviço do modo de produção de mercadorias. O alcance, a extensão e a profundidade do aparato tecnológico de comunicação, informação, publicidade e propaganda convivem, reforçam e, cada vez mais, suplantam as instituições educativas nas tarefas de socialização. Os meios de comunicação de massas por meio dos conteúdos veiculados ou como mercadorias tecnológicas fetichizadas assumem importância crescente como instância mediadora entre o indivíduo e a vida social. A socialização na sociedade do espetáculo ultrapassa a aceitação dos conteúdos do discurso dominante transmitidos por esses meios ou por instituições como escola e família para efetivar-se como adesão irrestrita ao consumo dos objetos que a transmitem. Fundamenta-se na crença socialmente generalizada que apresenta a posse da mercadoria como condição de satisfação dos desejos, afetos, sonhos e paixões daqueles que lhe têm acesso. A justificativa e a legitimação da ordem social exprimem-se na produção incessante de mercadorias que reproduzem, cada uma delas, as características do sistema capitalista como um todo. Ao constituir o consumo dessa produção mercantil como garantia de felicidade e bem-estar social e pessoal impõe-se atitudes, hábitos, procedimentos emocionais e intelectuais que proporcionam a aceitação do sistema como todo mediante os vínculos com os objetos de desejo específicos. A adesão é estimulada pelo desejo ou consumo das coisas impregnadas das características que fundam a produção mercantil: alienação, fetiche, passividade e contemplação. É pela mistificação da mercadoria tecnológica como panacéia universal, pelo culto e idolatria da novidade das inovações, dos modelos e pela reprodução da inércia, da não intervenção e do isolamento que assegura os vínculos entre os indivíduos e a sociedade, forma original de controle e coesão da ordem.

A servidão torna-se consentida pela submissão dos homens às coisas sob a forma de dependência impotente dos bens e serviços oferecidos, do postar-se passivo frente à televisão e ao computador, do desejo permanentemente frustrado pelos últimos lançamentos de eletrodomésticos, telefones ou automóveis, instaurando uma dominação, aparentemente, 'suave, agradável' e dispersa pelo conjunto da sociedade. A servidão tecnológica manifesta-se pela identificação afetiva e intelectual dos indivíduos com as mercadorias que possui e passam a canalizar seus investimentos financeiros e emocionais estabelecendo fortes vínculos objetivos e subjetivos. Assim, podemos afirmar que a principal instância mediadora das relações indivíduo e sociedade, hoje, não é a família, nem a escola, tampouco a mídia, mas a própria mercadoria tecnológica fetichizada. A sociedade capitalista encontra no consumo dessa mercadoria seu principal elemento de integração, coesão e reprodução, debilitando continuamente a força da família e da escola. A mídia em geral e a televisão em particular, comumente identificadas como as novas e únicas instâncias de socialização, numa perspectiva que as concebe como meios tecnológicos autônomos ou neutros, reforça interruptamente o consumo da mercadoria sob a forma de propagandas e anúncios dos produtos comercializados. De fato, a televisão constitui-se numa janela para o mundo da mercadoria e rivaliza continuamente com as outras instituições como fonte de legitimidade. Essa avassaladora presença das imagens da mercadoria sobrepõe-se em volume e tempo aos próprios programas que supostamente seriam os conteúdos predominantes. As propagandas comerciais constituem-se como momentos prioritários apenas intercaladas e interrompidas pela programação oferecida pelos canais de televisão. Curiosa inversão que torna filmes, jornais, novelas e outros em intervalos dos anúncios publicitários da mercadoria transformada na vedete midiática incontestável. O espectador televisivo é, sobretudo, um consumidor de anúncios que exaltam as virtudes das diferentes mercadorias. Pesquisas de mercado, tradicionalmente envolvendo trabalhos sociológicos e psicológicos, utilizadas para identificar a viabilidade econômica dos produtos, o público-alvo, consumidor potencial, e a linguagem adequada para sua veiculação publicitária tem sido acompanhadas por um novo procedimento capaz de assegurar a eficácia dos comerciais, anúncios e propagandas: trata-se do neuromarketing. Esse novo modelo de marketing, adotado por empresas como a Mercedes-Benz e a rede McDonald's, objetiva a criação de anúncios irresistíveis para o consumidor valendo-se das mais

recentes descobertas sobre o funcionamento do cérebro humano. Realizam-se experiências buscando entender os mecanismos cerebrais que interferem na preferência pelo consumo de determinados produtos e marcas. Em 2003, experiência coordenada por neurologistas americanos concluíram que se oferecidos refrigerantes de duas marcas diferentes em copos sem identificação a voluntários com cérebros monitorados o resultado foi empate. A experiência demonstrou ainda igual funcionamento dos cérebros dos participantes, com a atividade concentrada na mesma região, o putame ventral, ligada à percepção de sabores gostosos. Uma vez informados das marcas consumidas o resultado alterou-se radicalmente indicando uma preferência acentuada (75%) pela Coca-Cola em detrimento da Pepsi. Tal mudança foi acompanhada de distintas atividades cerebrais, deslocadas agora para a área do córtex medial, ligada às emoções. Os responsáveis pela experiência, apoiados no funcionamento neural dos envolvidos, concluíram pela natureza irracional das escolhas, centradas nas marcas dos produtos, em detrimento do sabor da bebida consumida. Essa experiência pioneira generalizou a prática do neuromarketing, reunindo em consultorias especializadas cientistas e publicitários que prestam serviços para cerca de 20% de corporações que têm adotado seus procedimentos. A Mercedes, por exemplo, foi informada que os consumidores gostam de carros que lembrem rostos de pessoas, em razão de serem utilizados os mesmos circuitos cerebrais na contemplação de rostos de pessoas. O que pode parecer um delírio surreal de ficção científica ganha concretude e maior eficácia se considerarmos iniciativas como as desenvolvidas pelo Georgetown Early Project (Projeto de Aprendizagem Precoce de Georgetown) que corrobora experiências pessoais segundo as quais a propaganda visa a emoção e não o intelecto. Esse estudo sugere que crianças de um ano ou um ano e três meses já demonstram alguma capacidade de reagir, positiva ou negativamente, às imagens a que são expostas. Os bebês dessa idade parecem dedicar alguma atenção às imagens, ainda que intermitentes, imitação de ações simples ou sons que vêem e escutam na tela do aparelho de televisão. Segundo o psicólogo David Walsh, presidente do National Center on Media and the Family.

A emoção concentra atenção, determina o que lembramos, molda opiniões, motiva e nos conduz à ação. Não deveria nos surpreender, portanto, que os centros emotivos do cérebro tornem-se o alvo primário dos profissionais de marketing e dos publicitários. Essa lista de papéis que as emoções

desempenham pode facilmente ser confundida com uma lista de desejos de um anunciante. Que anunciante não gostaria de captar a atenção do cliente, implantar a mensagem em sua memória, moldar suas atitudes, motivá-lo e mudar seu comportamento? (Apud Lynn, 2006, p. 78).

A contemplação passiva da assistência da televisão ampliou-se nos últimos anos com a expansão do uso pedagógico dos computadores. Entre 1997 e 1999 as vendas de programas educativos para crianças em idade pré-escolar subiu de 45,2 milhões de dólares para 67,8 milhões de dólares, somente nos EUA. As horas passadas frente à televisão são acrescidas com o tempo gasto com jogos supostamente educativos, na lógica da permanência das crianças diante das telas, reduzindo ainda mais o tempo para outras atividades e o convívio social (Lynn, 2006).

A irracionalidade das escolhas entre objetos mercantis, certamente não determinadas exclusivamente pela atividade cerebral, oculta um outro tipo de racionalidade, inteligível se considerarmos o caráter fetichizado assumido pela mercadoria, percebida e associada à capacidade de proporcionar a satisfação almejada pelos consumidores. A ideologia materializada na mercadoria tecnológica pressupõe a convicção na resolução dos problemas sociais, humanos e históricos, mediante o desenvolvimento técnico-científico no contexto de uma economia de mercado. Tal concepção revela-se ideológica, ao reforçar as características da sociedade ocultando os interesses de classe subjacentes às inovações tecnológicas sob o manto da neutralidade que supostamente buscam atribuir-lhe, apresentando-se como acima dos conflitos que perpassam a vida social. O véu encobridor da natureza essencialmente injusta e alienante da sociedade torna-se mais espesso e menos visível, ao fundir ideologia e produção material. O fetiche da mercadoria tecnológica possibilita sua aparência como poder separado da atividade humana, independente da intervenção dos sujeitos concretos e da práxis social na qual se desenvolve. A cooptação das crianças pelo mercado e seus produtos constitui um fenômeno, presente, como realidade ou tendência, em países capitalistas, mais ou menos desenvolvidos: europeus, norte-americano e avança rapidamente no Brasil.

A sociedade brasileira é exemplar no assédio mercantil à infância: inicialmente tratada como mercadoria-vedete da indústria cultural, num assustador processo de exposição e sexualização da criança em programas de auditório, para adultos ou não, anúncios e concursos-mirins de toda espécie. A mercadoria-criança

transforma-se, muito rapidamente, em consumidora-criança, tornando-se os destinatários privilegiados da produção de mercadorias destinada a esse novo segmento. Essa incorporação da criança pelo mercado só é possível graças à utilização dos meios midiáticos como vitrine publicitária da inesgotável variedade de objetos e produtos oferecidos pelo capitalismo para todos e cada um, não deixando ninguém à margem, do consumo e do desejo de consumir. A televisão, em particular, vem gradativamente constituindo-se na principal atividade da criança, ocupando a maior parte de seu tempo e estabelecendo vínculos tão intensos com o público infantil que influenciam direta e profundamente seu comportamento e aspirações. A presença da televisão, no mundo infantil assume seguidamente o caráter de relação privilegiada com a vida social, impondo, permanentemente a introjeção dos valores dominantes. Ou seja, as crianças brasileiras ficam mais tempo frente à televisão que no convívio com familiares ou na escola (Linn, 2006, p. 12). Dados mais assustadores quando consideramos que uma criança americana comum vive em famílias que possuem três televisores, dois aparelhos de CD, três rádios, um videogame e um computador (p. 26). No caso americano estamos falando de um contingente que engloba desde adolescentes e pré-adolescentes até crianças em idade pré-escolar ou menores ainda. O consumo desse universo adolescente e infantil inclui produtos que vão dos tradicionais alimentos e brinquedos aos refrigerantes, artigos de higiene, maquiagem, lingerie sexy, computadores, videogames e televisores para uso em seus quartos.

No Brasil a importância do mercado consumidor infantil é proporcional a sua dimensão quantitativa, representando mesmo assim 55 milhões de indivíduos, ou 38% do total da população brasileira, com idade entre um e 14 anos, segundo o IBGE. Aproximadamente 25% , segundo os critérios dos institutos de pesquisa, cerca de 14 milhões de pessoas, pertencem às “classes” A, B e C presumivelmente dotadas de melhor poder de compra. O mercado infantil movimenta cerca de 50 bilhões de reais, responsável por 10% do PIB brasileiro. A publicidade, explícita ou dissimulada na programação para esse público-alvo, demonstra a importância desse meio como veículo fundamental na determinação de suas preferências de consumo, evidenciada pela quantidade de horas em que a criança permanece frente à televisão. Na faixa etária entre dois a 14 anos são, em média, 4hs e 6 minutos diários dedicados à assistência de programas e comerciais que, sem dúvida, são os responsáveis diretos pela quantidade de mercadorias consumidas especificamente

por crianças: são elas que consomem entre 60% a 80% da produção de iogurtes, 40% de refrigerantes, 30% de sorvetes, 80% de achocolatados, 100% dos chicletes de bola e entre 25% a 30% de roupas. Somente em brinquedos são 650 milhões de dólares/ano de faturamento resultante do consumo infantil. Esses números excluem as aquisições de inúmeros outros bens, eletrodomésticos, computadores e automóveis cuja compra pelas famílias são decisivamente determinadas pela participação crescente das crianças, tão eficazmente condicionadas e familiarizadas com os procedimentos mercadológicos e técnicas de marketing que agora são exercitados no convívio familiar como aliados da publicidade.

No Brasil, ou nos Estados Unidos, considera-se que essa invasão mercantil “[...] enfraquece os valores democráticos ao encorajar a passividade, o conformismo e o egoísmo [...]” (Linn, 2006, p. 13). A cooptação desse novo grupo de consumidores é motivada por várias razões, mas uma das principais é sua influência em mais de 600 bilhões de dólares gastos anualmente. A crescente comercialização da infância implica o controle por parte de empresas poderosas do que as crianças comem, bebem, vestem, lêem e brincam diariamente, resultando em lucros extraordinários bem como na influência sobre idéias, valores e objetivos.

Porém, embora a onipotência e onipresença da televisão a qualifiquem como meio principal de veiculação de mercadorias para o consumo infantil, outros meios também contribuem, de modo até mais explícito, para a ação pedagógica segundo os ideais e valores mercantis. E mais uma vez temos que constatar com perplexidade a subordinação das instituições de ensino ao assédio mercantil da infância: uma aparentemente ingênua atividade desenvolvida com crianças da pré-escola ensina a associar as letras do alfabeto com marcas de produtos de toda espécie, como C e Coca-cola, B e Bom Brill, D e Danone, F e Fiat, L e Lacta.

Paradoxalmente, o enfraquecimento e a conseqüente liberação da tutela das agências socializadoras como escola e família não significou mais autonomia aos indivíduos, pois propiciou a imposição de formas de controle inéditas, ampliadas e diluídas pelo espaço social confundido como local de atividades e relações mercantis. O enfraquecimento da dimensão autoritária presente nos processos de socialização manifesta-se em seu caráter normativo que aprova ou pune comportamentos e padrões de conduta segundo o critério dos costumes, regras e moral vigentes, mas que, contraditoriamente, pelo confronto com os constrangimentos exagerados e arbitrários, permitiu a constituição de sujeitos

independentes, autônomos e, potencialmente, capazes de contestar seus valores, não se traduziu na emergência de pessoas mais livres. O controle do todo social sobre o indivíduo exerce-se, em grande parte, fora dessas instituições fechadas em cujo interior desenvolvia-se o aprendizado requerido à adaptação ao coletivo, do lado de fora dos espaços de confinamento, “ao ar livre”, em todos os momentos, locais e circunstâncias estruturados e dirigidos pelos diversos setores da economia mercantil. É no universo do mercado, que ocorre a assimilação das idéias, projetos e desejos que conformam a identidade.

A ciência e suas instituições, historicamente comprometida com interesses econômicos, escolheu “servir à dominação espetacular, submetendo-se às demandas da razão mercantil que [...] suprimiu os últimos vestígios da autonomia científica, tanto no campo metodológico quanto no plano das condições práticas da atividade dos “pesquisadores” (Debord:1997, p. 197). A escola, de fato, não se constitui em veículo principal de socialização, capaz de preservar relativa independência e mesmo desenvolver concepções, idéias e valores não-mercantis, tal se deve, sobretudo, à transformação do espaço social extrainstitucional em lócus da mercadoria, que abarca o conjunto das atividades e relações sociais, assumindo a condição de educador dos mais jovens. A diluição das instituições mediadoras dotadas de relativa independência e autonomia, capazes, portanto, de desenvolver um processo contraditório de inserção do indivíduo na sociedade, preservando a possibilidade da contestação, da crítica ao mundo social como se apresenta e da recusa da ordem, impõe uma adesão sem resistência do particular ao todo, garantindo uma integração total e imediata de cada um às estruturas dominantes do sistema capitalista.

Em um de seus cinco filmes, *In Girum Inus nocte Et Consumimur Igni* (1978), Debord refere-se à cooptação, pelo espetáculo, dos filhos dessa família debilitada pela colonização mercantil totalitária.

O controle destes filhos é tomado deles desde a mais tenra idade – estas crianças já são seus rivais que riem descaradamente do fracasso de seus pais e que já não escutam as opiniões sinceras deles. Compreensivelmente menosprezando sua origem, eles sentem-se mais como frutos do espetáculo reinante do que como escravos particulares do espetáculo que acontece para procriá-los, e pensam em si mesmos apenas como mestiços de tais escravos. Por trás da fachada de êxtase simulada entre estes casais e sua progênie não há outra coisa senão olhares de ódio”.

3.2 O mercado como educador e a pedagogia do capital

Embora formalmente semiautônomas as instituições educacionais, com resistências pontuais, sucumbem na prática ao processo generalizado de comercialização e economicização impulsionado pela sociedade mercantil-espetacular. Cedem às exigências de uma preparação precária e imediatista para uma rápida e improvável integração a um mercado de trabalho assolado pelo desemprego estrutural, degrada a formação humana ao reduzir o ensino a conteúdos coisificados, superficiais, aligeirados, instrumentais; reduzir o conhecimento à informação, buscando sobretudo o pragmatismo, a facilidade, o comodismo e o empirismo empobrecedor. Contraditoriamente, a expansão e a utilização das modernas tecnologias da comunicação e da informação como instrumentos didático-pedagógicos têm produzido indivíduos que, embora familiarizados com esses meios, não dominam os rudimentos básicos de todo conhecimento, a leitura e a escrita. Debord (1997), referindo-se a essa contradição como expressão da ignorância funcional ao espetáculo, observa que “a ignorância, que nunca deixou de servir ao poder estabelecido, sempre foi explorada sobretudo por hábeis empresas que se mantêm à margem da lei. Que momento mais favorável do que este, em que o analfabetismo tanto aumentou? (p.199).

A sociedade do espetáculo atualiza dessa forma a dialética presente desde os primórdios da constituição do mundo moderno: um elevado nível de desenvolvimento técnico-científico, produto de uma razão que, emancipatória no combate aos mitos, à superstição e à irracionalidade dos dogmas religiosos, afirmou-se, gradativamente, como mero instrumento de dominação da natureza e dos homens, perpetuando, por mecanismos racionais, a opressão, a desigualdade e a servidão aos poderes estabelecidos. Desenvolvimento científico e degradação cultural e intelectual compõem a dupla face desse processo que produziu progresso material e empobrecimento do pensamento racional e autônomo orientado para a emancipação humana. Presenciamos, assim, a emergência de uma barbárie social sustentada tecnologicamente, na qual convivem a preparação de especialistas, adestrados nos procedimentos operacionais e instrumentais, residindo aí toda a qualificação exigida e oferecida, e uma semformação ou pseudo-formação da qual estão ausentes os requisitos mínimos para o desenvolvimento das capacidades de

apreender criticamente, por meio do questionamento, da reflexão e da dúvida, os conteúdos culturais que permitem, inclusive, a recusa do mundo tal como está. A adaptação e integração à ordem capitalista obliteram os objetivos de formar homens livres capazes de afirmar ou negar racional e conscientemente essa ordem.

Contudo, lembra Debord (1997), a contradição entre o predomínio da razão e da ciência e a permanência do homem em sua minoridade intelectual é ocultada pelos mecanismos espetaculares que falseiam fatos objetivos e comprovados pela própria realidade. A disseminação e expansão da ignorância socialmente produzida, anteriormente identificada como analfabetismo, fenômeno real e atribuído aos chamados países subdesenvolvidos é redefinido para justificar sua aparição também nos países capitalistas desenvolvidos. Nesse caso, para os ideólogos do espetáculo, estamos diante do iletrismo, isto é,

enquanto o analfabeto é, como se sabe, aquele que nunca aprendeu a ler, o iletrado, em sentido moderno é, pelo contrário, aquele que aprendeu a leitura (e até a *aprendeu melhor* que antes, como podem logo afirmar friamente os mais dotados teóricos e historiadores oficiais da pedagogia) mas que, por acaso, mas *logo a esqueceu* (p.200).

A alteração semântica proposta pelos especialistas espetáculo parece-lhes suficientemente satisfatória para amenizar a natureza e o alcance representado pelo empobrecimento cultural verificado como fenômeno em sociedades economicamente desenvolvidas.

Esta surpreendente explicação seria menos tranquilizadora que preocupante, se não tivesse a arte de evitar, como se a não visse, a primeira consequência que viria à mente de todos de todos numa época mais científica: a própria troca de termos mereceria ser explicada, e combatida, pois nunca pudera ser observada, nem mesmo imaginada, fosse onde fosse, antes dos recentes progressos do pensamento avariado; quando a decadência da explicação acompanha no mesmo passo a decadência da prática (p.200).

A formação integral dos educandos é abandonada em favor da preparação de técnicos, especialistas e peritos que, desprovidos de autonomia e crítica, contribuem para a continuidade da sociedade tal como está. A ênfase na necessidade de vincular a escola ao “mundo real” leva a primeira a perseguir incansavelmente à adequação às competências e qualificações requeridas pelas empresas que se reestruturam mediante o uso de tecnologias de alta produtividade e reduzido

emprego de trabalho humano. É fato o comprometimento, histórico, do sistema educacional com a concepção dominante de mundo, porém, é singular que tal compromisso tenha se tornado responsável pela formulação de princípios, valores, conteúdos e objetivos transformando escolas e universidades em meras extensões da economia capitalista. A racionalidade mercantil afirma-se, então, como a única possível e desejável, modelo para a socialização da subjetividade e diretriz das práticas pedagógicas. Educar, nessa perspectiva é afirmar o mercado como imutável, destino inexorável e única possibilidade de integração social, componente essencial da consciência e da identidade.

O indivíduo ideal é aquele capaz de viver permanentemente segundo critérios econômicos e mercadológicos, em todas as dimensões da existência, transformando-se ele mesmo numa empresa pessoal, agindo segundo as orientações do marketing para tornar-se vendável e valorizado como produto de troca. Suas relações sociais são pensadas como oportunidades de compra e venda, reduzidos os outros indivíduos a clientes ou a mercadorias.

As escolas, em seus conteúdos oficiais ou aderindo à agenda do mercado, que determina comemorações e eventos esvaziados de qualquer significado crítico, momentos em que o comércio aumenta as vendas, repercutem os procedimentos consumistas e fortalecem a sujeição aos imperativos do capital. A adaptação individual às exigências sociais realiza-se cada vez mais com a colaboração das instituições educativas que renunciam ao compromisso, ainda que parcial e contraditório, de formação humana para além dos objetivos definidos pelo capital. Dessa forma as escolas complementam uma preparação para a vida social centrada em noções de êxito pessoal e social que privilegiam a eficiência, a produtividade, a competência funcional para o incremento da competitividade das empresas no mundo globalizado, atribuindo o fracasso pessoal às limitações do próprio indivíduo. Corroborando a idéia dominante que concebe a integração social como inserção no mercado de trabalho sancionam a estrutura de classes vigente e vinculam a realização pessoal ao cálculo econômico que define as atividades mais rentáveis e por isso mesmo mais desejáveis como opção profissional.

Além da promessa, improvável, de integração por meio do emprego, as escolas prestam ainda grande contribuição à preservação da sociedade ou consentindo iniciativas que familiarizam as crianças com o mundo da mercadoria, cultural ou não. Preocupada em aproximar-se da vida “real” a escola permite adoção

de livros didáticos contendo imagens de produtos e marcas poderosas voltadas às crianças, naturalizando sua presença, estimulando sua compra como necessidade essencial, promove, nas datas prescritas pelo mercado, atividades e eventos festivos e ‘culturais’ onde música, dança ou poesia incessantemente veiculadas pela indústria cultural são selecionados em nome da “participação”, da “modernidade” ou como sinal positivo da sintonia da escola com o mundo. Filmes ou desenhos são selecionados segundo critérios da programação televisiva, do modismo em voga, do mundo do espetáculo.

Procedimentos dessa natureza tornaram-se corriqueiros no cotidiano escolar e ampliaram-se nas duas últimas décadas, explicitando a penetração de uma concepção de mundo, vida e sociedade baseada na economicização da existência e na consolidação de uma consciência estruturada sob uma racionalidade mercantil e instrumental. As visitas aos supermercados em que a compra e a venda de mercadorias, os preços, a adequação ao “orçamento” infantil são tratados como momentos pedagógicos privilegiados ganharam maior relevância com a emergência do modelo neoliberal e do capitalismo financeiro em escala global.

No Brasil, a aparente vitória do mercado, a livre-iniciativa e a concorrência traduziu-se pela demanda de uma *educação financeira* que ensine às crianças a importância do dinheiro ou pela criação de cursos de pedagogia empresarial explicitamente a serviço dos interesses do patronato. Poder-se-ia relativizar a relevância de iniciativas como essas por se tratar de instituição privada de ensino. Porém, a amplitude ideológica dessa orientação pedagógica mercantil é atestada por livros didáticos da rede pública de ensino, utilizados em aulas de matemática, que dedicam capítulo completo ao conteúdo “Grandezas e medidas: tempo e dinheiro” contendo tópicos como “Dinheiro: um pouco de história”, “Nosso dinheiro” e uma série de “situações-problema” que envolvem relações de compra e venda, transações comerciais e valores monetários. Quando tempo e dinheiro são associados com grandezas e medidas estamos muito próximos da máxima capitalista popularizada na versão americana da ética protestante e o espírito do capitalismo, “*time is money*”.

Nos Estados Unidos criaram-se cursos em escolas primárias em que ‘Crianças Aprendem Capitalismo’, isto é, onde crianças de sete a dez anos aprendem como funciona o mundo capitalista, qual a sua lógica e são introduzidas nos mecanismos de compra e venda de ações e operação de derivativos! (Kurz:

2001). O mesmo artigo nos informa que na França colégio introduz um ‘jogo pedagógico’, em colaboração com um banco, chamado *Les Masters de l’Economie*, cujo objetivo é maximizar o valor de ações virtuais distribuídas às crianças: ao vencedor, como prêmio, uma viagem para Nova York, especificamente à Bolsa de Valores americana, monumento vivo do capitalismo financeiro mundial. Por fim, em Berlim, na Alemanha, a “Fundação Alemã para a Criança e a Juventude” lançou uma campanha, em 1997, em Berlim, intitulada ‘Espírito empresarial- um ensino’, objetivando estimular os alunos a fundarem microempresas e a pensarem em termos de lucros. Ainda nos Estados Unidos, a partir do final da década de 1970, desenvolve-se o modelo da Universidade Mercantil (*Market-model university*) que, desde então, vem constituindo-se como referencial para as instituições de ensino superior. Esse modelo delinea-se como alternativa, para o capital, capaz de justificar os cortes de verbas públicas por estados que, supostamente, encontravam-se em condições de falência fiscal provocada pelos seguidos déficits orçamentários. O projeto neoliberal consolidado nesse período implementa a redução de verbas governamentais destinadas à educação e serviços públicos como saúde e previdência, ou sua privatização, retirando do Estado a responsabilidade pelo ônus dessas atividades, improdutivas segundo a lógica capitalista.

O processo de mercantilização dessas instituições, ainda formalmente públicas, por um lado traduziu-se em brutais cortes de verbas governamentais, e, por outro, estimulou a aproximação com o capital privado, sob a forma de financiamentos para pesquisas encomendadas por empresas e indústrias, doações, convênios etc. Assim, o investimento privado na educação, em três décadas, aumentou em até oito vezes, enquanto a Universidade de Berkeley, por exemplo, entre 1987 e 1999, teve sua verba pública reduzida em 84%. O grande marco da dependência acadêmica dos setores privados foi a Lei Bayh-Dole, de autoria de ambos os parlamentares, um republicano e outro democrata, que autorizou as universidades patentearem invenções financiadas pelo governo, incentivando sua comercialização e garantido isenção fiscal às empresas que financiam pesquisas universitárias. Segundo Kurz (2001) essa lei, ao estimular a associação universidades públicas e empresas, contribuiu para o aumento das verbas privadas para atividades universitárias de pesquisa e para um crescimento de vinte vezes no número de patentes registradas pelas instituições superiores de ensino e pesquisa. Todas essas instituições possuem seu centro de gestão de patentes, encarregados

de maximizar seus royalties, atraindo assim cada vez mais empresas dispostas a investir em projetos lucrativos. Portanto, nessas instituições, privilegiam-se os departamentos que ganham dinheiro, estudam dinheiro ou atraem dinheiro, recompensados pela instalação de modernos laboratórios, equipados com todo o instrumental necessário e dispendo de recursos abundantes para pesquisas em áreas como biotecnologia, apropriadas e comercializadas pela empresas financiadoras.

As deformações provocadas por esse modelo, que reduz instituições públicas em extensões do capital, compromete a autonomia e credibilidade da ciência e vincula promiscuamente os pesquisadores e professores aos interesses empresariais, muitas vezes remunerados pelas próprias indústrias. No limite cria-se a figura aberrante do professor-empresário que, servindo-se da estrutura e do prestígio acadêmico, dedicam-se prioritariamente, a empreendimentos comerciais, socializando os gastos, privatizando os resultados da pesquisa e garantindo elevada rentabilidade individual. Fora dos muros acadêmicos proliferam instituições cujos estudos e pesquisas legitimam práticas não-éticas, concorrências baseadas em práticas ilegais, irresponsáveis e criminosas. Apresentados como trabalhos científicos mascaram as evidências e proclamam a idoneidade empresarial face ao público, às leis, à eventual investigação, produzindo supostos argumentos que assegurariam a lisura e segurança de tais procedimentos.

A domesticação do potencial crítico e emancipatório da escola pela pedagogia do capital confirma sua subordinação ao processo produtivo, cuja fusão acelerada resulta em sua redução a mais uma subdivisão da economia, incumbida de preparar trabalhadores e consumidores das mercadorias produzidas visando atender expectativas, desejos e escolhas criados e alimentados pela incessante produção de bens e serviços veiculados e ofertados à suposta opção dos indivíduos.

A ocupação avassaladora da mercadoria sobre o conjunto da vida social, a paulatina transformação do espaço público e da vida privada em meios de veiculação comercial encontrou no sistema educacional uma fronteira ainda a ser colonizada pela presença física ou imagética dos produtos das grandes empresas. A partir dos anos 90 do século passado, os profissionais da publicidade constataram o potencial representado por crianças e jovens que passam grande parte de seu tempo nas escolas e câmpus universitários, e que as escolas e o seu mercado jovem cativo eram uma fronteira singularmente promissora e praticamente

inexplorada. O assédio mercantil às instituições educacionais, hoje amplamente visível e diversificada, inclui formas variadas e em crescente expansão. O aparecimento de uma escola como mercado inicialmente tem sido visto inicialmente como iniciativas de grande importância pedagógica, ao lado de outras já mencionadas. As justificativas para esses procedimentos de duvidoso valor cultural e formativo podem ser resumidas no definido objetivo de instrução a partir de conteúdos da vida prática ou obedecendo à urgente necessidade de preparar consumidores instruídos. Superar a ruptura entre publicidade e escola tem sido um importante objetivo das empresas, objetivando introduzir a imagem de seus produtos junto com sua oferta ao consumidor jovem e infantil. A estratégia empregada vincula a presença empresarial na escola com a necessidade de sua adaptação às novas tecnologias já dominantes nos outros setores da vida social. As precarizadas instituições públicas são de modo intenso transformadas em locais para instalação de cantinas com os produtos das grandes marcas de refrigerantes e outras guloseimas que vem comprometendo a saúde das crianças e jovens. Em contraste com as limitações estruturais e pedagógicas emerge a política de busca de qualidade mediante a adoção dos recursos tecnológicos mais recentes. Ainda que mais como discurso pretensamente moderno e sintonizado com os avanços tecnológicos, generalizou-se a convicção geral, traduzida em política de governos, de que a adoção dos mais recentes meios eletrônicos proporcionariam a superação das debilidades que inviabilizam uma educação de qualidade. Computadores, internet, vídeos, antenas parabólicas e softwares educacionais aparecem como panacéias capazes de amenizar os cortes orçamentários que aprofundam os problemas crônicos do sistema educacional.

As duas últimas décadas do século XX presenciaram o cerco e a conquista de mais um espaço público pelas mercadorias e as imagens que as vendem. As instituições de ensino também tornaram-se alvos privilegiados nas estratégias de expansão empresarial e nas campanhas das agências de publicidade. A invasão mercantil do espaço coletivo público em curso desde os anos 1940 e visível em toda a superfície das cidades, na música, nos esportes, na mídia e no jornalismo, a partir de 1980 define o controle do mercado potencialmente consumidor das escolas e universidades e a clientela potencial e promissora representada por crianças e jovens estudantes. A intenção declarada é a transformação dessas instituições em lugares prioritários para os anúncios e a comercialização de produtos variados:

cantinas com alimentos industrializados, máquinas de refrigerantes, mochilas, cadernos, estojos, roupas, cadernos, computadores, utilização de bancos de quadras de esportes, de recipientes de lixo para propaganda, entre outros exemplos, demonstram a importância desse mercado para os fabricantes e anunciantes, grandes empresas e produtos e personagens da indústria cultural.

Segundo Klein (2002), por meio da mercadoria tecnológica romperam-se as barreiras que ainda protegiam escolas e alunos da ofensiva empresarial e mercadológica. Os meios e instrumentos tecnológicos forneceram o acesso irrestrito a essas instâncias e seu permanente contingente de potenciais consumidores. Com apelos à modernização dos processos pedagógicos e à necessidade de atualização face às inovações representadas pelas tecnologias de informação e da comunicação justificam-se a introdução e a premência na aquisição dos últimos meios e instrumentos. As deficiências, as lacunas e o desinteresse verificados na aprendizagem seriam, então, superadas pela presença em salas de aula de equipamento audiovisuais, câmaras e aparelhos de vídeo e dvd, computadores, softwares educativos, internet, programas e aulas à distância, via tvs e teleconferências. A ocupação das instituições de ensino pelos produtos, objetos, instrumentos e equipamentos industriais reforçou-se, na educação superior, com a generalização dos meios tecnológicos, a partir dos cursos e departamentos afins, como engenharia, administração, laboratórios científicos e salas de informática, para o conjunto das atividades de ensino e pesquisa desenvolvidas. Com a informatização chegaram o marketing das empresas de cartões de crédito, operadoras de telefonia, provedoras de acesso à internet, tv a cabo. Inicialmente realizada por meio de convênios, acordos e patrocínios entre escolas e empresas privadas, a aproximação entre publicidade e educação atualmente conta com a importante mediação dos governos em todos os níveis, com iniciativas efetivas ou eleitoreiras que exprimem as políticas e promessas de *inclusão digital* dos alunos da rede pública de ensino.

O marketing escolar, segundo Keim (2002) e Lynn (2006), além de rentável por razões imediatas óbvias, como a quantidade de clientes e a sua concentração por longo tempo no mesmo espaço físico, aparece e afirma-se como extremamente eficaz na formação de novas gerações de consumidores dos produtos e marcas corporativas pelos mecanismos precoces de cooptação e adesão da infância e da

juventude, qualificando o reconhecimento e a fidelidade a essas mercadorias como elementos duradouros de sua identidade e consciência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A supremacia da mercadoria resulta em um profundo e generalizado empobrecimento de todos os momentos da vida. O espetáculo mercantil é a representação visível da existência degradada, que reduz o indivíduo à condição de objeto, passivo, inerte e contemplativo. O sujeito da vida social, graças à inversão, à abstração e à opacidade que a caracterizam, é a mercadoria, o capital, o dinheiro e o mercado. A sociedade do espetáculo impõe a submissão ao trabalho e ao consumo alienado que cria um homem para o qual todo o desejo, sentimento e pensamento são representados sob a forma de objetos e produtos mercantis.

Os indivíduos que cresceram sob o espetáculo desconhecem outra maneira de viver senão aquela permitida pela mercadoria onipotente. Possuem uma consciência reificada, produzida em série, proporcionando identidades debilitadas e voláteis. A penetração capilar da mercadoria em todas as esferas da vida unifica as várias dimensões da sociedade, como a família, a educação, cultura, a política e o lazer sob o domínio das formas mercantis, eliminando as distâncias e especificidades que distinguem as relações econômicas de outras, reguladas por vínculos não econômicos. Entre outras consequências, essa homogeneização da vida social subtrai consideravelmente as possibilidades de um processo de socialização que alterne momentos de adaptação e integração dos indivíduos à sociedade com a autonomia inseparável da negação, da crítica e a da contestação necessárias às transformações das relações e da estrutura da sociedade.

A disseminação da abundância mercantil e a generalização do consumo compulsório como prática social e individual faz surgir o mercado como fonte inquestionável de legitimidade dos modos de pensar e de viver limitados à reafirmação da estrutura alienada da sociedade. A socialização no e para o mercado compromete os processos formativos fundados no desenvolvimento das capacidades de analisar com lógica, coerência e autonomia, de julgar, de decidir e de agir de modo independente. Tais requisitos, necessários à constituição de indivíduos emancipados, são substituídos, sob a pseudoformação espetacular, por outros elementos que valorizam e definem as pessoas a partir do que consomem, das preferências mutáveis que adotam, dos estilos de vida que produzem identidades pré-fabricadas e artificiais.

A integração social de crianças e jovens ocorre como sua incorporação ao mundo capitalista, como consumidores, desde a mais tenra infância à idade adulta. O contato precoce com os meios e os produtos da indústria cultural, sobretudo a televisão, com o lazer e o entretenimento comerciais asseguram a intimidade com as mais diversas mercadorias e com as relações de compra, venda e consumo que as acompanham. A importância da televisão vincula-se à sua especificidade como meio de informação traduzida em sua eficiência como anunciante onipresente de todo tipo de mercadoria. A televisão, como qualquer outro produto técnico e a tecnologia em geral, traz em si as características da sociedade que a criou. Não se constitui como elemento independente dotado de uma lógica neutra ou autônoma. Embora não seja a criadora da sociedade do espetáculo, suas particularidades como objeto técnico reforçam a estrutura fundamental dessa mesma sociedade: a contemplação isolada, passiva e inerte de todos os tipos de produtos, de mercadorias para além dos conteúdos e mensagens que veicula, a televisão é um prolongamento técnico da alienação socialmente produzida.

As possibilidades de realização de uma formação centrada no desenvolvimento das capacidades e atributos humanos colidem com os obstáculos representados pela sociedade do espetáculo e o simulacro de formação que oferece. A formação de homens livres é incompatível com a criação de espectadores e consumidores passivos. A construção de uma sociedade autogerida por homens emancipados supõe o rompimento com a alienação dos indivíduos reduzidos à contemplação da própria vida e incapazes de romper com o mundo do privado e constituir o que é de todos, o bem comum, a existência republicana. Processos efetivamente emancipatórios efetivam-se como negação da sociedade mercantil-espetacular e têm como momentos essenciais as experiências que ocorrem fora das instituições formais de educação e de socialização, e que são fundamentais para a aprendizagem dos indivíduos. Por essa razão, ao mesmo tempo em que a formação em instituições formais e não formais, paradoxalmente, pode tornar a infância e a juventude presas fáceis dos mecanismos ampliados de socialização, como o mercado e a indústria cultural, ela também aumenta, por meio de experiências e práticas de contestação diretas como as lutas políticas, sociais e morais e da relação com as letras, as artes, as ciências, a tecnologia, a filosofia, o pensamento, as possibilidades de escapar ao controle e à coerção dos processos de socialização institucionalizados.

A formação que busca ultrapassar a sociedade mercantil espetacular concebe e busca realizar o ensino formal como educação que supera a sociedade do espetáculo, rejeitando sua transformação em mais uma extensão do mercado capitalista e da cultura industrialmente produzida. Essa educação, para além do espetáculo, pressupõe a recusa à exclusiva preparação de mão de obra profissional bem como uma formação preocupada com a educação financeira, hoje em voga, das crianças e jovens para que eles aprendam a ser consumidores e empreendedores. Compreende necessariamente a articulação com as práticas educativas mais amplas que ocorrem no âmbito extraescolar. A luta principal, nessa concepção, é contra a sociedade alicerçada em processos ampliados de alienação que envolvem as dimensões social e individual. Requer uma ação consciente que, ao combater a alienação do trabalho como fundamento dessa sociedade, contribua para eliminar as variedades de auto-alienação e mudar a maneira de ser dos indivíduos. Esse movimento de radical mudança das condições econômicas e políticas necessita desde o início de uma educação capaz de estimular a autonomia individual e a organização coletiva face aos condicionamentos da sociedade mercantil-espetacular, isto é, de desenvolver uma consciência antiespetacular objetivado na intervenção direta de sujeitos que aspiram à autoemancipação.

A transformação gradativa da consciência reificada e a autossuperação da alienação é condição indispensável para a organização autônoma de indivíduos e a autogestão da sociedade. A educação concebida como conquista da emancipação e formação para a autonomia antecipa os contornos de uma sociedade que pretende superar afirmativamente a alienação, a mercadoria e o espetáculo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. A indústria cultural. In: Cohn, G. (Org.). *Theodor Adorno*. São Paulo: Ática. 1997. P. 287-95.

_____. Teoria da semicultura. Tradução de Newton R. Oliveira. In: *Quatro Textos Clássicos*. São Paulo: Ed. UFSCAR. 1992. P. 31-56.

_____. *Educação e Emancipação*. Tradução de Wolfgang Leo Maar. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: *Dialética do Esclarecimento*. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1986. P. 113-56.

_____. *Textos Básicos da Sociologia*. Tradução de Álvaro Cabral. São Paulo: Cultrix, Edusp. São Paulo: 1978.

ANDERSON, Perry. *Considerações sobre o Marxismo Ocidental*. Tradução de Isa Tavares. São Paulo: Brasiliense, 1982.

BELLONI, M. L. (Org.). *A formação na sociedade do espetáculo*. São Paulo: Loyola, 2002.

BOTTOMORE, T. (Org.) *Dicionário do Pensamento Marxista*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

COÊLHO, I. M. Universidade e Formação de Professores. In: Guimarães, V. *Educar para o mercado ou para a autonomia?* Rio de Janeiro. Papyrus: 2006.

_____. Escola e Formação de Professores. In: *Educação, Cultura e Formação: o olhar da filosofia*. Goiânia: Ed. PUC. 2009. p. 203-18.

DEBORD, G. *A Sociedade do espetáculo e Comentários sobre a sociedade do Espetáculo*. Tradução de Estela dos Santos Abreu. São Paulo: Contraponto Editora, 1997.

DUBET, F. in Setton, M.G.J. *A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea*. São Paulo: Edusp, N. 20, 2002.

FERNANDES, F. (Org.) *Marx/ Engels*. Introdução: Trabalho Alienado e Superação Positiva da Auto-Alienação Humana (K. Marx). Tradução de Florestan Fernandes. Coleção Grandes Cientistas Sociais. Volume 36. São Paulo: Ática, 1989.

FRIGOTTO, G. *Educação e a Crise do Capitalismo Real*. São Paulo: Cortez, 1995.

GENTILI, P. *Pedagogia da Exclusão. Crítica ao Neoliberalismo em Educação*. Petrópolis: Vozes, 1995.

JAPPE, A. *Guy Debord*. Tradução de Iraci D. Poleti. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

LINN, S. *Crianças do Consumo. A Infância Roubada*. Tradução de Cristina Tognelli. São Paulo: Instituto Alana, 2006.

LOWY, M. *Guy Debord: consumido pelo fogo noturno*. São Paulo: Revista Praga n.5. Resenha de A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto Ed. 1997.

KEHL, M. R. *O espetáculo como meio de subjetivação*. Conferência proferida no Instituto Goethe. São Paulo, 28/10/ 2003.

KURZ, R. *A comercialização da alma*. In. Folha de São Paulo, São Paulo: Fevereiro de 2001.

KLEIN, N. *Sem Logo. A tirania das mrcas em um planeta vendido*. Tradução de Ryta Vinagro. Rio de Janeiro-São Paulo: Record, 2002.

LUKÁCS, G. *História e Consciência de Classe*. Porto: Publicações Escorpião, 1974.

_____. *Ontologia do Ser Social. Os Princípios Ontológicos Fundamentais de Marx*. Tradução de Carlos Nelson Coutinho, São Paulo: Ciências Humanas, 1979.

MARCUSE, H. *Ideologia da Sociedade Industrial*. Tradução de Giasone Rebuá. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1973.

_____. *Algumas implicações sociais da tecnologia moderna*. Tradução de Marcos Barbosa de Oliveira e Isabel Maria Loureiro In: Praga. Revista de estudos marxistas. N.1. p. 113- 40. São Paulo: Boitempo editora. 1996.

MARX, K. *Manuscritos Econômico-Filosóficos de 1844*. Lisboa, Avante, 1993.

_____. *O Capital. Crítica da Economia Política. V. 1, Livro 1. O Processo de Produção do Capital*. Tradução de Marcos Barbosa de Oliveira e Flávio Khote. São Paulo: Abril Cultural, 1983, v.1

_____. *O Capital. Livro I. Primeira Parte. O Capital em Geral. Primeiro Capítulo: A mercadoria*. Tradução de José Arthur Giannotti e Edgar Malagodi. São Paulo: Nova Cultura, 1991.

MATOS, O. *A escola de frankfurt*. São Paulo. Moderna. 1993.

MÉSZÁROS, I. *Marx: A teoria da alienação*. Tradução de Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

MÉSZÁROS, I. *A educação para além do capital*. Porto Alegre. [HTTP://resistir.info](http://resistir.info). 2004.

PUCCI, B.; LASTÓRIA, L. A .C.; NABUCO; COSTA, B. C. G. da Costa. *Tecnologia, Formação....ainda Auschwitz*. São Paulo, Cortez, 2003.

ROUANET, S. P. *Teoria Crítica e Psicanálise*. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro, 1983.

RAMOS, A.C, de S.; SAMPAIO, C. *A Empresinha Triste*. O que toda criança deve saber sobre o “mundo dos negócios”! Para empresários de 7 a 77 anos. São Paulo: Adempe- Editora e Cursos, 1987.

SANTOS, L. G. *Desregulagens*. São Paulo: Brasiliense, 1981.

_____. *Politizar as novas tecnologias. O impacto sócio-técnico da informação digital e genética*. São Paulo: Editora 34, 2003.

SILVA, H. L. F. *Indústria cultural e educação infantil*. In. *Revista da Universidade Federal de Goiás*. N. 18. 2004.