DIEGO SOLCI TOLOY

CENAS DE UM MUNDO CAPITALISTA

ASSIS
2010

DIEGO SOLCI TOLOY

CENAS DE UM MUNDO CAPITALISTA.

Dissertação apresentada à Faculdade de Ciências e Letras de Assis – UNESP – Universidade Estadual Paulista, para a obtenção do título de Mestre em Psicologia (Área de Conhecimento: Psicologia e Sociedade)

Orientador (a): Prof. Dr. Mário Sérgio Vasconcelos

Co-Orientador(a): Prof. Dr.ª Soraia Georgina Ferreira de Paiva Cruz

ASSIS

2010

T596c

Toloy, Diego Solci.
Cenas de um mundo capitalista / Diego Solci Toloy. – Assis, SP, 2010.

xx f.
Dissertação (Mestre em Psicologia – Psicologia e Sociedade) – Universidade Estadual Paulista - UNESP.
Orientador: Mário Sérgio Vasconcelos.
Co-orientadora: Soraia Georgina Ferreira de Paiva Cruz.

1. Trabalho. 2. Consumo. I. Título. II. Vasconcelos, Mário Sérgio. III. Cruz, Soraia Goergina Ferreira de Paiva. IV. Universidade Estadual Paulista - UNESP.

Dedico este trabalho a Audrey, amiga e companheira.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Soraia, que me ensinou que “pensamento é sangue”, que acolheu minhas angustias e deu forma a elas.

A Audrey, que com carinho soube respeitar minhas limitações e nervosismos no decorrer do processo de escrita.

A minha família (Regina, Sonia, Ricardo e Rodrigo) pela confiança depositada e por toda ajuda;

Ao Rafa e a Pricila, que tanto me ajudaram ao longo desta pesquisa, me deram pouso, ombro e ouvidos.

A Annelise e Marcia que me protegeram, me respaldaram e me concederam tempo para que eu me dedicasse a esta dissertação.

TOLOY, Diego Solci; *Cenas de Um Mundo Capitalista* – 2010. Dissertação (Mestrado em Psicologia e Sociedade, Linha de Pesquisa: Subjetividade e Saúde Coletiva) – Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Assis, 2010.

RESUMO

O modo de produção capitalista se transformou ao longo da modernidade, neste período histórico observamos como os processos produtivos passaram de uma organização fordista para uma forma de organização pós-fordista na medida em que o trabalho imaterial ganhava força, tornando-se um fator importante para a concorrência que se inaugura na nova ordem mundial. No entanto, tais transformações não foram capazes de superar antigas questões como a determinação do indivíduo mediante o trabalho, tampouco os processos de alienação decorrentes das atividades produtivas. Tais alterações também não foram capazes de superar as relações travadas entre indivíduos e mercadorias, visto que o fetiche contido nesta não apenas seguiu operando, mas ao longo da modernidade encontrou vários dispositivos técnicos que lhe conferiram maior eficácia, levando o indivíduo a novas relações de consumo e novas formas de se relacionar socialmente mediante a legitimação das mercadorias. No entanto, esta mesma modernidade também foi palco para diversas formas de resistência e conquistas para os trabalhadores que, através de diferentes formas de organizações, produziram alterações significativas nas relações trabalhistas através das lutas por melhores condições de trabalho, remuneração, direitos, entre outros. Encontramos ao longo da modernidade um indivíduo atuante, capaz de se organizar e, apesar de sua ação não haver superado antigas contradições do modelo econômico de produção, entendemos que estes seguem produzindo novas sínteses frente a realidade que lhes é apresentada, produzindo assim movimentos de resistência frente as incessantes tentativas de captura do modelo econômico.

Palavras-chave: trabalho, consumo, modernidade.

TOLOY, Diego Solci; *Scenes From a Capitalist World* - 2010. Thesis (MA in psychology and Society Research Lines: Subjectivity and Community Health) - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Assis, 2010.

ABSTRACT

Capitalist mode of production has changed throughout modernity and at this historic period we could notice how production processes have moved from an organization Fordist form to another organization called post-Fordist according to the growing immaterial labor, which become an important factor competition to the new international order. However, such transformations have not been able to overcome old issues such as determining the individual through the work, nor the processes of alienation resulting from productive activities. Such changes have not been able to overcome the relationships between individuals and goods waged since the fetish contained in this operating not followed, but over the modernity found several technical devices that gave it more effectively, leading the individual to new consumer relations and new ways of interacting socially through the goods legitimization. However, the same modernity also played many forms of resistance and victories to the workers, who have produced significant changes in labor relations through the struggle for better work conditions, compensation, rights, among others. Throughout modernity we found an individual active, able to organize and, despite its action will not have solved the contradictions of the old economic model of production, we understand that they continue to produce new syntheses facing the reality that is presented, thus producing resistance movements front of incessant attempts to capture the economic model.

Keywords: Work; Consumption; Modernity.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....p. 08

METODOLOGIA.....p. 21

CAPÍTULO 1: CONSIDERAÇÕES SOBRE O INDIVÍDUO E A PRODUÇÃO.....p. 29

1.1. Bases psicológicas e sociais para uma produção capitalista.....p. 29
1.1.1. O protestantismo e o ascetismo leigo como sustentação da produção pelo adiamento das satisfações.....p. 33
1.2. A rotina em discussão.....p. 35
1.3. As fábricas do século XX e as fragmentações no mundo da produção.....p. 37
1.4. A organização proletária e o operaismo: formas de resistência.....p. 43
1.5. O nascimento de uma economia pós-fordista.....p. 51
1.6. As transformações do trabalho: novas estratégias para produtividade e controle.....p. 54
1.7. A migração dos empregos.....p. 60

CAPÍTULO 2: CONSIDERAÇÕES SOBRE O INDIVÍDUO E O CONSUMO.....p. 68

2.1. A construção das marcas corporativas, o marketing e o consumo.....p. 70

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....p. 85

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....p. 92

Introdução

A presente pesquisa tem como objetivo analisar os efeitos do modo de produção capitalista sobre o trabalhador moderno a partir da transformação do mundo da produção e do consumo. Para tal propósito, levamos em consideração que o trabalho se transformou ao longo da modernidade. Se primeiramente foi entendido como ação transformadora exercida sobre a natureza com a finalidade de satisfazer as necessidades próprias, posteriormente deslocou-se para uma lógica econômica através da produção de mercadorias a serem vendidas e consumidas. Esta mudança é significativa tanto para a concepção de trabalho que se faz na modernidade quanto para entendermos o indivíduo que foi produzido ideologicamente neste período histórico.

Marx considera que o trabalhador moderno é ele mesmo uma mercadoria dentro do modo de produção, pois sua força de trabalho e seu tempo passaram a ser comercializados dentro de um processo heteroproduzido, que deslocou a finalidade deste (a satisfação direta das necessidades pela ação transformadora do homem) para uma produção de mercadorias voltadas para o mercado, sendo assim: "O trabalho não produz só mercadoria, produz a si mesmo e ao trabalhador como mercadoria, e isto na proporção em que produz mercadorias em geral". (SILVEIRA, 1989, 43).

Tal conversão do sujeito em mercadoria ocorre em decorrência do tipo de alienação no qual o indivíduo se constituiu historicamente na modernidade. Frente a isso, encontramos na teoria marxista que o sujeito se aliena à medida que se separa de suas ações produtivas (pela não apropriação de seu trabalho) e pela separação de seu corpo inorgânico (a natureza).

A partir do trabalho, o homem transforma a natureza e transforma a si próprio. Através de sua ação, a madeira se transforma em cadeira, casa, mesa, a argila se transforma em cerâmica, o algodão se transforma em tecido, em vestimenta, entre outros exemplos. Ocorre, assim, um processo de objetivação da natureza mediada pela transferência de energia do homem a partir de sua ação, de seu trabalho, para a natureza, agora transformada em objeto cuja finalidade é satisfazer uma necessidade.

Sendo assim, uma cadeira é uma cadeira à medida em que o homem se reconhece nela enquanto sujeito e a reconhece como fruto da ação humana que subjetivou a natureza e a

objetivou dentro de um processo produtivo que culminou na produção do objeto, a natureza enquanto corpo inorgânico foi, dessa forma, diretamente acessada pelo homem e transformada em um objeto que também fará parte dele, será uma extensão de seu corpo natural e por ele será reconhecida como fruto de sua consciência objetivada pela práxis.

Entretanto, no processo de socialização, o homem se separou da natureza. O que antes correspondia ao corpo inorgânico do homem e servia para suprir suas necessidades passou a ser estranho a ele. Isso porque dentro da perspectiva capitalista na qual o homem se inseriu historicamente, o objeto, fruto da ação humana, deixou de pertencer ao homem que não mais produz para satisfazer suas necessidades, mas sim para trocar, dotando o objeto de um valor e convertendo-o em mercadoria.

Dessa forma, a natureza não é acessada pelo homem como parte de si, mas como algo fora e mediada pelo capital, pelo dinheiro, e nisso consiste uma das formas de alienação analisadas por Marx, a separação operada entre o homem e a natureza. Com essa cisão, a natureza torna-se matéria prima capitalizada, apta a ser comprada por um valor.

No entanto, desligada do homem, a natureza não pode ser objetivada, pois não é fruto de sua ação. O que ocorre a partir dessa condição é um processo de coisificação da natureza. Como coisa, a natureza se apresenta ao homem de forma autônoma e dotada de forças que ele não pode controlar ou compreender em sua totalidade, gerando um estado de estranhamento.

Em “Manuscritos Econômico-Filosóficos”, Marx faz considerações a este processo de estranhamento. Para ele, se antes o homem reconhecia o produto de seu trabalho como a exteriorização real no mundo de seu potencial, de sua força, de suas habilidades, transformando o meio (natureza) e criando um ser-exterior-a-si, na economia política ele perde esta forma de se colocar no mundo, o processo de produção reduz-se apenas a exteriorização, configura-se como estranhamento.

Dessa forma, o homem não só se encontra em um processo de estranhamento frente à natureza, mas também frente a seu trabalho, representando outra importante forma de alienação presente na teoria marxista.

A alienação presente no trabalho consiste no fato de que o homem não se apropria de sua produção. Segundo Silveira (1989), ao produzir um objeto o homem transfere energia para ele. Dessa forma, ao apropriar-se dele (ao apropriar-se de sua produção) o homem estaria objetivando sua atividade, desalienando seu trabalho. Ao contrário, quando um grupo ou uma

classe não se apropria de sua produção, a energia gasta se torna propriedade do objeto, enquanto este se torna propriedade privada da classe que dele se apropriou sob a forma de mercadoria.

Ainda segundo este autor, destacado do homem, o objeto produzido torna-se autônomo e apto para habitar a esfera econômica como mercadoria. Entretanto, como mercadoria o objeto tem uma dupla determinação, ela é constituída como fruto do trabalho humano ao passo que constitui o sujeito enquanto trabalhador. Em outros termos, encontramos nessa relação o objeto determinando o homem, o objeto pondo sujeitos. Dessa forma o homem se torna servo da mercadoria, pois depende dela para existir enquanto trabalhador e precisa existir como trabalhador para sobreviver socialmente.

Sendo assim, da perspectiva do capital, o homem só será sujeito, só poderá existir socialmente mediado pelo trabalho sendo que, "O extremo dessa servidão é que apenas como trabalhador ele pode se manter como sujeito físico e apenas como sujeito físico ele é trabalhador" (Marx apud Silveira, 1989, p.44).

O trabalhador assim determinado torna-se objeto da mercadoria agora autônoma e livre para circular mediante seu valor de troca. No entanto, quando o homem subjetiva este processo, naturalizando-o, efetiva-se a alienação do indivíduo frente ao trabalho. Neste momento encontramos um indivíduo que passa a ter na propriedade privada sua expressão sensível, mas também o resultado de sua produção alienada. Desse modo, a exteriorização de sua vida (a produção efetivada pelo trabalho) corresponde à alienação da mesma.

Concomitantemente, a circulação da mercadoria e a troca mediada por um valor tornam-se o nexo social no capitalismo, determinando assim as relações entre os homens que alienados "(...) propiciam e favorecem a expansão e a reprodução da coisa, do capital, da mercadoria, etc." (SILVEIRA, 1989, p.51).

Para Marx (1978), a propriedade privada limita nossa relação com o mundo, nela um objeto só é nosso quando existe para nós enquanto capital, quando é possuído, consumido, por nós.

> A propriedade privada tornou-nos tão néscios e parciais que um objeto só e nosso quando o temos, quando existe para nós como capital ou quando é diretamente comido, bebido, vestido, habitado, etc., em síntese, utilizado de alguma forma; apesar de a propriedade privada propriamente dita só conceber essas várias formas

> de posse como meios de vida e a vida para a qual eles servem como meios ser a vida da propriedade privada - trabalho e criação de capital. (MARX, K. 1978, p. 10)

Esta relação com o objeto reduz todos os sentidos físicos e espirituais ao sentido alienado da posse, do ter, reduzindo o ser humano à absoluta pobreza para se relacionar com seus pares sob este conceito de riqueza.

As jornadas de trabalho necessárias para aquisição de mercadorias (necessárias ou não para a sobrevivência) alteram o sentido de tempo que se apresenta para os indivíduos modernos e os impelem a novas rotinas, novos cotidianos.

Segundo Debord (1997), enquanto ligado à natureza, o homem mantinha com ela uma noção de tempo cíclico. Este conceito de tempo representava ao homem a eternização em terra, apresentava-se com um eterno retorno do mesmo. Isso porque enquanto pertencente a uma sociedade agrária, o homem entendia o tempo através de suas observações, produzindo, assim, um conhecimento sobre ele que lhe permitia uma relação profunda com a natureza da qual dependia para sobreviver. O conhecimento das estações lhe permitia o cultivo e o libertavam do nomadismo. O trabalho era entendido como algo muito mais dependente do tempo, das condições da natureza do que de suas necessidades, visto que frente a isso ele não possuía nenhum poder de decisão.

Entretanto, com as transformações históricas, com os avanços da técnica que permitiram a fundição do ferro e o surgimento de uma nova estrutura a solapar as antigas ordens consangüíneas que culminaria em uma sociedade de classes, essa orientação de tempo deveria desaparecer "recaindo no olvido indiferente do tempo apenas cíclico conhecido pelas massas camponesas" (DEBORD, 1997, p. 91).

Na ordem capitalista o tempo se liga diretamente ao trabalho, agora entendido como alienado, encontra-se livre do tempo cíclico e determinado pela natureza para ligar-se ao tempo artificial da produção.

Este novo tempo que surge foi chamado por Debord de tempo pseudocíclido. Tal nomenclatura denota a artificialidade deste tempo que surge e se impõe aos indivíduos modernos. O tempo pseudocíclico representa o tempo da produção, o tempo transformado pela indústria e que dá a base para a produção das mercadorias, este tempo, "o tempo-mercadoria, é uma acumulação infinita de intervalos equivalentes" (DEBORD,1997, p.103), é

ele que impõe ao indivíduo o cotidiano da produção, alterando permanentemente as antigas relações de sua existência.

> Nele, o vivido cotidiano fica privado de decisão e submetido, já não à ordem natural, mas à pseudonatureza desenvolvida no trabalho alienado; esse tempo, portanto, reencontra naturalmente o velho ritmo cíclico que regulava a sobrevivência das sociedades pré-industriais. O tempo pseudocíclico não só se baseia nos traços naturais do tempo cíclico, mas também cria novas combinações homólogas: o dia e a noite, o trabalho e o descanso semanais, a volta dos períodos de férias. (DEBORD, 1997, p. 104)

As alterações que se operaram historicamente e que transformaram antigas relações de tempo/trabalho, levando à produção moderna (à produtividade) também promoveram mudanças no nexo social. Este, quando efetivado economicamente no valor de troca, transforma a relação entre os indivíduos que deixam de se relacionar diretamente entre si, mas mediados pelo intercâmbio de coisas. As atividades antes desempenhadas coletivamente (para o bem comum) e que determinavam um laço social entre as pessoas, agora lhes parecem alheias, produzindo uma dependência frente às coisas onde antes, em modelos econômicos pré-capitalistas, existia a dependência entre as pessoas.

Dessa forma, quando analisamos o nexo social no capitalismo, encontramos uma forma de sociabilidade baseada na circulação de mercadoria que implica diretamente na forma como os sujeitos subjetivam a realidade, tornando-se dependentes da mercadoria que, através das relações produtivas alienadas, se emancipa, torna-se autônoma e capaz de produzir homens que nada mais podem a não ser idolatrá-la, concebê-la como um fetiche.

O fetiche na mercadoria representa um importante ponto na obra de Marx, pois nele encontramos consolidado a alienação e o estranhamento do homem frente ao trabalho, frente ao mundo e frente a ele mesmo.

É no fetiche que o homem encontra-se cara a cara com a mercadoria, e esta nada lhe diz respeito, como se dele nada tivesse. É nesse encontro que ocorre a negação do homem, a obliteração de seu trabalho cujo resultado é a aniquilação do nexo que ligava os sujeitos aos objetos, o homem à mercadoria. No fetichismo da mercadoria, esta é elevada a um grau sobrenatural sem ligações ou origens, como um ser dotado de poderes os quais os homens não

mais controlam, mas se submetem. Assim como a natureza, a mercadoria se tornou estranha, encontra-se fora do homem, independente.

Nesse ponto, o homem posto pelo objeto mercadoria (pela coisa se entendermos como um processo de estranhamento) como sujeito do trabalho, naturaliza tal relação confundindo criatura e criador, incorporando tal manifestação da mercadoria às relações sociais, tomando para si o efeito da mercadoria e projetando-o socialmente para, a partir dela, ser reconhecido.

Antes de nos aprofundarmos nas relações comerciais da mercadoria é importante discorrermos sobre as diferentes formas de valor adotados na análise da mercadoria.

O valor da mercadoria, de modo generalizado é mensurado a partir da quantidade de trabalho empregada em relação ao tempo de produção. No entanto, a mercadoria apresenta ainda mais dois tipos de valoração, o valor de uso e o valor de troca.

Entende-se por valor de uso a capacidade que uma mercadoria possui para satisfazer uma necessidade humana, sua utilidade. Dessa forma, um casaco serve para aquecer, para proteger os corpos do frio, ao passo que o valor de troca representa a relação de uma mercadoria em relação a outras mercadorias, efetivando assim a circulação de bens.

O valor de troca atende ainda a um princípio que Marx denominou de equivalência (SILVEIRA, 1989). Segundo o exemplo marxista, um casaco corresponderia a uma quantidade correspondente de linho, que por sua vez corresponde a uma quantidade de dinheiro, ou seja, vinte metros de linho correspondem a um casaco ou a duas libras em valor monetário. Esta análise expõe, além do princípio da equivalência, duas sutilezas: a de que o casaco legitima o linho socialmente como mercadoria a partir da equivalência, pois possui valor de uso, e a de que o dinheiro pode representar a equivalência de todos os produtos, sendo um fator importante no deslocamento do processo produtivo que culmina, como visto anteriormente, na obliteração do processo produtivo e se consolida no fetichismo.

Como equivalência geral, o dinheiro ocupa um lugar central no processo de comercialização, dividindo a troca em dois atos: a venda e a compra, no qual:

> O comprador assume a perspectiva da necessidade, ou seja, do valor de uso: o seu fim é determinado valor de uso; o seu meio para trocá-la é o valor de troca sob a forma de dinheiro. (HAUG, W.F. 1996, p.25).

Segundo este autor, na perspectiva econômica o valor de uso é um estado transitório em que a mercadoria se realiza no momento em que o sujeito desfruta o objeto a partir de sua utilidade, ao passo que o valor de troca corresponde a um fim, pois uma mercadoria só atinge seu objetivo quando convertida em dinheiro.

A efetivação da mercadoria mediante sua venda coloca em questionamento uma questão primordial levantada por Silveira (1989), a de que é puramente social que uma mercadoria que satisfaça uma necessidade humana seja produzida e valorada como uma mercadoria, da mesma forma, é puramente social o regime de valor de troca que passa a imperar na mercadoria. Dessa forma:

> O valor de troca só pôde se formar como agente do valor de uso, mas as armas de sua vitória criaram as condições de sua dominação autônoma. Ao mobilizar todo uso humano e ao assumir o monopólio de sua satisfação, ele conseguiu dirigir o uso. O processo de troca identificou-se com os usos possíveis, os sujeitos. O valor de troca, condottiere[1] do valor de uso, acaba guerreando por conta própria. (DEBORD, 1997, p.33)

Esta produção social dos itens de satisfação das necessidades humanas agora transformadas em mercadorias assumem seu lugar dentro do valor de troca frente à sociedade de consumo, com isso não queremos dizer que o consumo representa um aspecto exclusivo da modernidade. Enriquez (1999) aponta que o consumo esteve presente nas antigas organizações sociais pré-capitalistas, no entanto eram restritas aos nobres, ao clero e demais estamentos privilegiados. O que encontramos como aspecto moderno não é o consumo, mas a democratização deste.

Segundo Debord (1997), com o desenvolvimento do capitalismo operou-se uma mudança significativa nas condições dos operários que deixaram, como aponta Marx, de viver em condições subumanas para ascenderem a um patamar econômico que lhes permitam consumir.

[1] *Codottiere* foi um Senhor Feudal que comandou sua milícia exercendo sobre ela um poder absoluto.

> A imundície, essa corrupção e putrefação que corre pelos esgotos da civilização (isto deve ser tomado literalmente), torna-se o elemento em que o homem vive. Negligência total e antinatural, a natureza putrefata, passa a ser o elemento em que ele vive. (Marx,1978, p.17).

Em "Manuscritos Econômico-Filosóficos" encontramos a visão vigente nos primórdios da industrialização quanto à forma pela qual se concebia o trabalhador e suas necessidades, produzindo ideologicamente uma postura condenável sobre o prazer e o luxo, a eles só cabia a privação e tudo o mais que justificasse os salários pagos e a espoliação infligida.

> O fato de o aumento das necessidades e dos meios de satisfazê-las resultar em uma falta de atendimento das necessidades e meios de satisfazê-las, é demonstrado de várias maneiras pelo economista (e pelo capitalista; com efeito, é sempre a homens de negócios empíricos que nos referimos quando falamos de economistas, que são sua auto-revelação e existência científica). Primeiramente, reduzindo as necessidades do trabalhador às míseras exigências ditadas pela manutenção de sua existência física, e reduzindo a atividade dele aos movimentos mecânicos mais abstratos, o economista assevera que o homem não tem necessidade de atividade ou prazer além daquelas; e no entanto declara ser esse gênero de vida um gênero humano de vida. Em segundo lugar, aceitando como padrão geral de vida (geral por ser aplicado à massa dos homens) a vida mais pobre que se possa conceber; ele transforma o trabalhador em um ser destituído de sentidos e necessidades, assim como transforma a atividade dele em uma abstração pura de toda atividade. Assim, todo o luxo da classe trabalhadora parece-lhe condenável, e tudo que ultrapasse a mais abstrata exigência (quer se trate de uma satisfação passiva ou uma manifestação de atividade pessoal) é encarada como luxo. (MARX, 1978, 17).

Entretanto, o desenvolvimento industrial e as novas técnicas de produção de mercadorias em série, logo criou um excedente incapaz de ser absorvido pela sociedade tal qual se configurava. Dessa forma, de acordo com Debord, se nos primeiros passos do capitalismo as classes dominantes espoliavam a classe operária, acreditando que não lhe deviam nada menos que o necessário para que sobrevivessem e seguissem produtivos, cabia a eles agora a tarefa de comporem ativamente o mercado de forma a possibilitar o escoamento da produção, sendo assim:

> Na fase primitiva da acumulação capitalista, "a economia política só vê no proletário o operário", que deve receber o mínimo indispensável para conservar sua força de trabalho; jamais o considera "em seus lazeres, em sua humanidade". Esse ponto de vista da classe dominante se inverte assim que o grau de abundância atingido na produção das mercadorias exige uma colaboração a mais por parte do operário. Subitamente levado do absoluto desprezo com que é tratado em todas as formas de

> organização e controle da produção, ele continua a existir fora dessa produção, aparentemente tratado como adulto, com uma amabilidade forçada, sob o disfarce de consumidor. (DEBORD, 1997, p.31).

Sendo assim, à medida em que o modelo econômico alcançou um estágio de abundância, logo percebeu que era necessário produzir novos consumidores. Dessa forma, a classe operária foi elevada a tal categoria através de uma mudança tão estratégica quanto capciosa, visto que, segundo o autor, "(...) o consumo alienado torna-se (tornou-se) para as massas um dever suplementar à produção alienada" (DEBORD, 1997, p.31). Surge assim o que Debord denominou de "sobrevivência ampliada", visto que agora o sujeito não é remunerado apenas para sobreviver, mas deve receber um extra, algo a mais que lhe permita consumir.

> É a realidade dessa chantagem: o uso sob sua forma mais pobre (comer, morar) já não existe a não ser aprisionado na riqueza ilusória da sobrevivência ampliada, que é a base real da aceitação da ilusão geral no consumo das mercadorias modernas. O consumidor real torna-se consumidor de ilusões. (DEBORD, 1997, p.33).

O trabalhador agora elevado à categoria de consumidor deve garantir através de seu salário os elementos para a satisfação de suas necessidades (agora ampliada, não se restringe mais ao âmbito biológico, mas ao lazer, aos bens de consumo, entre outros), a esse passo que Debord apontou para o caráter ilusório. Ilusão de que a partir do trabalho o operário ascenderá às esferas dominantes, ilusão de que a partir do consumo haverá o reconhecimento social, entretanto, tal ilusão mostrou-se eficiente, permitindo que o consumo se acentuasse, entorpecendo o trabalhador. Para tanto, muitas estratégias foram utilizadas de forma a incrementar esta ilusão.

Ao analisar o sistema de valores correspondente às trocas mercantis, Haug (1996) pontua que o valor de uso pode representar uma isca para o valor de troca. Isto porque para este autor o valor de uso é um fator autônomo do sistema de venda e compra. No entanto, ao produto são introduzidos elementos diferenciais capazes de motivar a compra, algo que ele denominou "manifestações sensíveis do valor de uso" (1996, p.26) e que manifestam-se como elementos estéticos agregados ao valor de uso capazes de elevar o valor de troca. Sendo assim,

a estética do valor de uso não só cria distinções em mercadorias homogêneas, mas também serve como um meio de influenciar no preço.

Para Haug, tais elementos estéticos representam todo o adorno despendido ao produto capaz de lhe conferir um potencial sedutor. Esta estética é muito bem aplicada às embalagens e peças publicitárias que, segundo o autor, copiam as relações humanas e as disparam contra os homens.

> (...) um gênero inteiro de mercadorias lança olhares amorosos aos compradores imitando e oferecendo nada mais do que os mesmos olhares amorosos, com os quais os compradores tentam cortejar os seus objetos humanos do desejo (...) Ao mesmo tempo, as mercadorias retiram a sua linguagem estética do galanteio amoroso entre os seres humanos. A relação então se inverte, e as pessoas retiram a sua expressão estética das mercadorias. (HAUG, 1996, p. 30).

Dessa forma, podemos considerar que a produção da estética da mercadoria, ao criar o diferencial para o produto faz com que ele deixe de competir no âmbito do valor de uso com outras mercadorias, mas passa a competir com os mesmos produtos produzidos pela concorrência. Nesse sentido, a estética se separa do produto em si, o que sobra é a imagem utilizada como propaganda através de campanhas publicitárias bilionárias. Ao tornar-se imagem, o fetiche da mercadoria também atinge níveis surpreendentes, visto que não só o trabalho humano foi apagado do produto, mas o próprio produto, o que sobra é a imagem, a estética e um valor de uso baseado na fantasia da publicidade, mas capaz de moldar as sensações humanas, o que "significa o domínio sobre as pessoas exercido em virtude de sua fascinação pelas aparências artificiais tecnicamente produzidas" (1996, p.67).

A este ponto podemos constatar que o sujeito encontra-se determinado pela mercadoria, que encontrou sua legitimação social através do valor de uso e da estética nela contida, uma estética também legitimada a qual os sujeitos almejam que se desloque a eles no ato de compra. A esta determinação encontramos aparentemente um fator técnico presente na estética, mas também encontramos um fator mais profundo, de aspectos ontológicos, presentes no ser através da alienação constituída historicamente.

Sendo assim, a pesquisa que aqui se apresenta buscará investigar as transformações que se operaram no indivíduo moderno a partir de sua relação com o modo de produção, acompanhando na modernidade as formas com que estes subjetivaram sua realidade,

contrapondo momentos de hegemonia do modo de produção à resistência a ele produzida. Almeja-se uma investigação dialética em que a produção do indivíduo confronte com o modo de produção, buscando elucidar o confronto estabelecido entre homem, o capital e a mercadoria.

Para tanto, adotaremos a modernidade dividindo-a em dois momentos, bem como sugerido por Zigmut Bauman (2000), que cindiu este período histórico em "modernidade sólida" e "modernidade líquida".

Para tal distinção, este autor utiliza características empregadas a estados físicos da matéria, explorando seu significado e comparando-os ou estendendo-os às condições que se apresentam no plano político, econômico e social.

Ao opor estes dois conceitos, Bauman (2000) enfatiza a diferença física existente entre eles, apontando como os sólidos representam estruturas estáveis, capazes de assumir uma forma determinada e estanque, sendo, portanto, capazes de suportar influências externas como a pressão e mesmo assim permanecerem inalterados. Suas características sugerem estabilidade, mas também peso. Em oposição o autor expõe as condições líquidas da matéria, cujas ligações moleculares não lhes permitem adotar uma forma clara, sendo assim, estes são capazes de fluir, vazar, transbordar, entre outros aspectos que denotam leveza, agilidade.

Dessa forma, o autor associa as características sólidas e pesadas aos primeiros períodos da modernidade, momento histórico em que encontramos o surgimento da industrialização, as fábricas gigantescas comportando milhares de trabalhadores empenhados na construção das mercadorias representadas pelos bens duráveis. Nesta modernidade sólida e burocraticamente estruturada encontramos certa clareza na definição dos papéis representados pela economia e pelo Estado (até então fortificado, responsável pela comodificação do trabalho e pelo estado de bem estar social da população). Falamos de um tempo em que os indivíduos buscavam no trabalho a estabilidade para suas vidas, como encontramos em Bauman (2000 e 2005), mas também em Sennett (1995). Estes autores apontam para as características duradouras do trabalho desta época, sobretudo no pós-Segunda Guerra. Os empregos permitiam a construção de uma carreira e, não obstante, levavam o indivíduo a galgar os escalões, a ascender e a se aposentar dentro da mesma firma.

Entretanto, a durabilidade dos sólidos, sua constância, sua dificuldade de adaptação, de transformação passaram a representar empecilhos para a modernidade que se desenvolvia economicamente e tecnicamente.

O volume de informação produzido pelos investimentos em pesquisas e desenvolvimento de novas tecnologias, as mudanças políticas voltadas cada vez mais para um mundo globalizado e os avanços econômicos decorrentes da expansão do mercado e das transformações do modo de produção levaram ao surgimento de novas tendências, novas conjunturas que se encontravam em profunda discrepância com os antigos monólitos da modernidade sólida. A agilidade atingida pelo meio de produção e o volume econômico dela resultante exigiram novas formas de se produzir, de se relacionar com o mercado, mas também culminaram na produção de um indivíduo capaz de estabelecer laços nesta nova conjuntura, de se manter produtivo frente a tais mudanças, criando, assim, novas formas de se relacionar consigo e socialmente. A velocidade impressa pela economia na modernidade líquida esbarra na constância da antiga organização, levando a partir deste choque, ao derretimento dos sólidos.

> Derreter os sólidos deixava toda a complexa rede de relações sociais no ar – nua, desprotegida, desarmada e exposta, impotente para resistir às regras de ação e aos critérios de racionalidade inspirados pelos negócios, quanto mais para competir efetivamente com eles. (BAUMAN, 2000. p. 10).

Com as mudanças econômicas e políticas que conferiram maior versatilidade às organizações produtivas e sociais, operaram-se profundas transformações no indivíduo moderno. Se antes ele encontrava-se amparado por uma rede social e produtiva que lhe garantiam certa estabilidade e segurança para investir em sua vida, a modernidade líquida lhe retira o chão, desfaz as amarras que ligava as estruturas ao sujeito. Este se encontra solitário frente a sua vida, frente a uma infinidade de possibilidades de investimentos de si no mundo. Cabe a ele agora administrar sua existência e correr atrás das estruturas fugidias.

Este avanço permitiu à economia exercer seu papel dominante, tornando-se agora a base para as produções sociais. “O derretimento dos sólidos levou a progressiva libertação da economia de seus tradicionais embaraços políticos, éticos e culturais” (2000, p.10).

Diferente da modernidade sólida na qual tinha-se bem determinado o papel do Estado, do setor econômico, das teias de relações sociais, entre outros elementos, na modernidade líquida as linhas que garantiam um contorno claro desaparecem. O Estado, antes regulador social e econômico se enfraquece, diminui, ao passo que a economia passa a ocupar progressivamente seu lugar, se regulando de forma autônoma, mas quase nunca levando em conta o fator humano contido nestas relações.

Com a diminuição do espaço antes ocupado pelos Estados e a consolidação do processo de globalização, desaparecem, também, a dimensão da nacionalidade. Se antes uma empresa era reconhecida por sua origem espacial e regulamentada pelo Estado, através de suas leis, com a globalização tais empresas passaram a gravitar acima de qualquer lastro territorial.

Sendo assim, a economia na modernidade líquida exerce de forma hegemônica seu papel em detrimento das antigas possibilidades de vínculos, origens, controles, legislações. Em um momento ela pode estar em um lugar, em um país, para de uma hora para outra migrar para outras plagas mais atrativas economicamente.

Almejamos no decorrer desta pesquisa, acompanhar através da modernidade as transformações que nela se operaram, elucidando as relações produzidas pelo indivíduo frente ao modo de produção, mas também nele próprio e que alteraram as formas com que este passou a se relacionar com a produção, bem como com a sociedade, com o consumo e com os demais indivíduos. Também vale ressaltar que não faremos uma distinção formal entre trabalhador e indivíduo, visto que, compreendemos através do marxismo que, no capitalismo o indivíduo só será indivíduo mediado pelo trabalho.

Metodologia

Si yo le pregunto al mundo,
el mundo me ha de engañar
(YUPANQUI)[2]

O olhar sobre a modernidade que esta pesquisa almeja, busca refletir sobre o indivíduo inserido no cotidiano, ligado ao trabalho e ao consumo. Ela representa uma inquietude frente às possibilidades de existência no capitalismo, buscando demonstrar como o referido modelo de produção se transformou dentro do período moderno, mas não levou o indivíduo a possibilidades de criações emancipadoras que lhe permitissem romper com as prerrogativas dominantes, mas sim a responder continuamente a demandas econômicas que se tornaram fenômenos hegemônicos na realidade, em detrimento dos aspectos políticos, culturais e sociais.

Dizemos que os aspectos econômicos se sobrepuseram socialmente aos demais, tendo em vista que esta situação foi produto da transformação da atividade humana em trabalho alienado, ao passo que este foi tomado como condição para a existência do homem enquanto indivíduo, priorizando, a partir destas mudanças, as trocas de mercadorias sobre as antigas relações comunitárias como forma de sobrevivência.

Afinal, qual a razão que leva o indivíduo moderno a permanecer dentro dos esquemas de produção capitalista? O que faz com que o indivíduo trabalhe durante um mês para consumir o ganho pela sua produção em modernos centros comerciais, adquirindo, por vezes, mercadorias supérfluas e descartáveis?

Se em tempos pré-capitalistas o papel de assegurar a exploração da atividade produtiva foi desempenhado pela religião, pela crença no destino, por estamentos, entre outros, na modernidade encontramos a ilusão produzida pelo modelo capitalista, devido à fetichização da mercadoria e do estranhamento resultante da alienação das atividades produtivas.

A partir do momento em que o homem produziu sentido para esta relação de produção e reconheceu em si o resultado dela, legitimando-a socialmente, toda economia

[2] Guitarra, dímelo tu, canção de Atahualpa Yupanqui.

passou a compor o indivíduo e todo símbolo capitalista, ou seja, toda mercadoria tornou-se, necessariamente, consumível. Mesmo que as possibilidades de aquisição faltem aos homens resta ainda o desejo que impulsiona a produção com vistas no consumo.

No momento de aquisição de uma mercadoria, nada se percebe a não ser a representação social baseada no aspecto econômico contido no produto. O fetiche contido no objeto encobre o lastro humano da produção, sendo assim, no momento da compra pouco importa onde o objeto foi produzido, se nas fábricas foram utilizadas mão de obra infantil ou se os trabalhadores sofreram com péssimas condições de trabalho. O fetiche também encobre as razões do consumo ou a lógica pela qual o indivíduo consome, já que um produto a pouco adquirido, em alguns meses será declarado inadequado ou obsoleto, levando à aquisição de um novo produto mesmo que o antigo ainda se encontre em plenas condições de uso.

No entanto, a naturalização destas relações, fruto da produção ideológica do modelo econômico, faz com que os indivíduos permaneçam fascinados frente ao consumo. Entretanto, não falamos somente do consumo de produtos, mas de toda gama de imagens estéticas produzidas como sinônimos culturais para a mercadoria. Aliás, o consumo de imagens representa um importante fator para a produção da ilusão no capitalismo, sendo utilizada com abundância para a propagação ideológica do consumo ou na propaganda das mercadorias.

Aprendemos socialmente a reconhecer os símbolos capitalistas como sinônimos de poder, sendo assim, arranha-céus representam a ostentação econômica dos países desenvolvidos, da mesma forma os são as grandes ruas e avenidas repletas de slogans corporativos, luzes néons, painéis publicitários a projetarem anúncios, entre outros. Como se, para parecerem poderosos e ricos, os grandes centros deveriam se assemelhar a *Times Square* de Nova York, ou a falta de semelhança denotaria um provável atraso econômico, cabendo a todos lutar para alcançar a magnitude da Quinta Avenida, mesmo que, para isso, se descaracterize a arquitetura local.

Com a globalização, tais aspectos estéticos, tais símbolos de poder estão se fazendo presentes nos mais diversos rincões do planeta. As cidades se assemelham à medida que a economia de seus países se desenvolve e sua população adentra o círculo de consumo mundial. Sendo assim, hoje podemos perceber a mesma estética capitalistas de Pequim a São Paulo, de Moscou a Quito.

No entanto, o que sustenta a ilusão produzida pelo capitalismo e que movimenta o indivíduo moderno a seguir existindo dentro dos padrões hegemônicos?

Entendemos, através do método dialético de investigação, que a realidade não se apresenta como um conjunto de elementos a serem analisados por um sujeito cognoscente e apartado do mundo, ao contrário, apresenta-se como um vasto campo prático e sensível que provocará a intuição prática da realidade, uma forma de se relacionar em que a realidade passa a ser tomada como ferramenta para satisfazer às necessidades, dessa forma, o sujeito passa a criar uma "representação das coisas e elabora todo um sistema correlativo de noções que capta e fixa o aspecto fenomênico da realidade". (KOSIK, 1995, p.13-14).

Sendo assim, a existência real, as formas de realidade que se reproduzem nas representações e pensamentos dos indivíduos comuns e inseridos em uma práxis histórica, não condizem, necessariamente, com a estrutura dos objetos, com a essência ou conceito apresentado abaixo da superfície do fenômeno.

Kosik (1995) utiliza como exemplo o uso do dinheiro. Os homens utilizam o dinheiro para realizar transações econômicas, satisfazer suas necessidades, planejar suas finanças, entretanto não sabem, nem necessitam saber, o que é o dinheiro dentro dos âmbitos conceituais (econômico, histórico, social, político ou cultural), bastam-lhes o senso comum reproduzido pelo uso cotidiano capaz de lhe orientar no mundo, de se familiarizar com a ação da compra e da venda.

Dessa forma, podemos perceber que existe uma desconexão entre a forma fenomênica e sua essência interna que permite ao sujeito ignorar as contradições contidas na realidade habitada, levando-o a perceber a realidade segundo a forma como ele próprio se constituiu, ou seja, de forma fragmentada.

> A práxis de que se trata neste contexto é historicamente determinada e unilateral, é a práxis fragmentária dos indivíduos, baseada na divisão do trabalho, na divisão da sociedade em classes e na hierarquia de posições sociais que sobre ela se ergue. Nesta práxis se forma tanto o determinado ambiente material do indivíduo histórico, quanto a atmosfera espiritual em que a aparência superficial da realidade é fixada como o mundo da pretensa intimidade, da confiança e da familiaridade em que o homem se move 'naturalmente' e com que tem de se haver na vida cotidiana. (KOSIK, 1995, p. 14-15).

Entretanto, os fenômenos não são percebidos pelos indivíduos como realidade por apresentarem um caráter superficial, mais ligado à percepção sensorial, mas sim por serem eles mesmos produtos da práxis. O pensamento cotidiano, o ato de travar relações de familiaridade com a realidade é, em si, uma ação exercida sobre o mundo de forma a produzir sentido sobre a realidade, mesmo que a naturalidade com que tratamos as coisas represente uma visão opaca do real, a tomada do fenômeno pela realidade em si.

Sendo assim, segundo Kosik, o homem não é capaz de atingir diretamente a essência das coisas, para que isso seja possível ele é levado a realizar um *detóur*[3] sobre o objeto, mas percorrer este desvio pode ser muitas vezes ignorado pela impaciência do homem ávido por poupar esforços. Levado a buscar de imediato a essência das coisas, acaba por perder-se ou enganar-se dentro dos efeitos distorcidos do real, ofuscando seus sentidos frente ao brilho resultante do fetiche e da alienação. Evitar o desvio necessário para analisar a coisa em si pode levar a uma falsa impressão ou uma falta de clareza da representação, dessa forma, corremos em busca dos objetos, mas caímos às voltas com sua aparência.

O complexo dos fenômenos que habitam o cotidiano dos sujeitos e conferem familiaridade às relações, tomadas assim como naturais, constitui o que Kosik (1995) denominou de "mundo da pseudoconcreticidade", que é formado por quatro elementos: o mundo dos fenômenos externos, mundo do tráfico e da manipulação, mundo das representações comuns e mundo dos objetos fixados.

Segundo este autor, o mundo dos fenômenos externos consiste no mundo que se desenvolve acima dos processos essenciais, representa o mundo dos fenômenos percebidos pelos indivíduos, mas que ocultam as complexas relações e atividades humanas que produziram os fenômenos. Decorre não obstante da alienação e da fetichização produzidas pela ação e que se reproduzem nas relações. Aqui cabe citar o indivíduo que questionamos no início deste capítulo e que se encontra fascinado frente às imagens produzidas pelos centros comerciais das grandes metrópoles, com sua iluminação poderosa, seus anúncios, tomando sua imagem como sinônimo de poder (fenômeno), não produzindo uma consciência crítica sobre o que o mesmo representa em relação à conjuntura mundial (essência), como a produção de desigualdade, a degradação ambiental, a marginalização da população incapaz de consumir os desejados símbolos capitalistas, entre outros exemplos.

[3] Desvio, livre tradução do autor.

O mundo do tráfico e da manipulação corresponde à práxis fetichizada do indivíduo, ou seja, ocorre quando os indivíduos desempenham as ações baseadas no senso comum, quando transitam pelo cotidiano que se lhes apresenta a partir de seu aspecto fenomênico. Falamos, então, das relações desenvolvidas todos os dias e que foram, com o passar do tempo e da legitimação social, naturalizadas.

O mundo das representações comuns representa a projeção dos fenômenos externos na consciência dos homens. Ela corresponde ao fruto da práxis fetichizada, da forma ideológica pela qual o mundo se apresenta ao indivíduo, o que nos leva ao último aspecto das representações pseudoconcretas.

O mundo dos objetos fixados representa a naturalização da práxis fetichizada e não reconhecida como resultado das ações sociais dos homens. Podemos entender este conceito mediante as ações que realizamos dia após dia, reproduzindo, assim, um aspecto de normalidade acima de qualquer suspeita, mas desvinculado da noção de processos históricos produzidos pela ação humana. Comprar pão pode ser um bom exemplo. Todos os dias compramos esta mercadoria, nada mais comum, no entanto, para tal ação não precisamos levar em consideração a situação do padeiro, ou do trabalhador do campo que cultivou o trigo. Uma mudança frente a esta situação apenas se daria se um dia, por exemplo, o padeiro faltasse (digamos, por um motivo de saúde) e por conta disso não houvesse pão, aí as pessoas se dariam conta que por trás do pão existe o padeiro, ou ainda quando o preço da referida mercadoria subisse vertiginosamente, levando as pessoas a refletirem que existem condições naturais para o cultivo do trigo, ou ainda conflitos nos campos de produção entre os camponeses que cultivam e os latifundiários. Também podemos utilizar outro exemplo mais pertinente para esta pesquisa, como a aquisição de um celular. Na compra da referida mercadoria tudo o que importa é a congruência do indivíduo com as demandas do mercado e a apropriação, mesmo que momentânea, do status social fornecido pelo aparelho. Neste momento da compra o indivíduo não leva em consideração que possui um modelo tornado "obsoleto" pelo modo de produção, mas que ainda funciona perfeitamente. Ele também não leva em consideração que em pouco tempo deverá trocar novamente o aparelho, que provavelmente se encontrará em bom estado, devido à demandas do mercado homologadas na ideologia. Dessa forma, também não será considerado pelo indivíduo a existência do trabalho abstrato desempenhado pelo setor de marketing exercendo uma ação sedutora como forma de assegurar a venda. No ato da compra, apenas o desejo de conformidade deve atuar, afinal, "todo mundo" está comprando, é natural.

Dessa forma, a realidade pseudoconcreta representa um claro-escuro em que a essência aparece e se oculta ao mesmo tempo, restando apenas o fenômeno. Nesta realidade desaparece, assim, a diferença entre essência e fenômeno.

Entretanto, é justamente na produção desta diferença, na ação de promover a cisão entre estes dois aspectos que consiste o pensamento dialético, capaz de promover a divisão do todo para, a partir das partes, produzir o conhecimento.

> A característica precípua do conhecimento consiste na decomposição do todo. A dialética não atinge o pensamento de fora para dentro, nem de imediato, nem tampouco constitui uma de suas qualidades; o conhecimento é que é a própria dialética em uma das suas formas; o conhecimento é a decomposição do todo. O 'conceito' e a 'abstração', em uma concepção dialética, têm o significado de método que decompõe o todo para poder reproduzir espiritualmente a estrutura da coisa, e, portanto, compreender a coisa. (KOSIK, 1995, p. 18).

Frente à decomposição do todo, devemos ter claro que em qualquer ação do homem sobre um objeto, seja no ato de percebê-lo, seja no ato de produção ou criação, este estará se relacionando com um todo real. Ao agir, o indivíduo se depara com uma diversidade de relações interligadas que compõe o objeto e que exige dele uma certa visão de conjunto para poder se relacionar, ele mesmo, com o objeto, para produzir sentido a ele.

Entretanto, a visão de conjunto, como aponta Konder é sempre provisória, ela não deve almejar esgotar a realidade a que se refere, dado que a realidade é sempre mais rica do que o conhecimento que dela se pode produzir: "Há sempre algo que escapa às nossas sínteses; isso, porém, não nos dispensa do esforço de elaborar sínteses, se quisermos entender melhor a nossa realidade" (1981, p.37).

Para este autor, nas sínteses produzidas a partir da visão de conjunto o indivíduo alcança as estruturas significativas da realidade. Esta estrutura significativa é denominada de totalidade.

No pensamento dialético, a totalidade é considerada como superior à soma de suas partes. Isso se torna claro quando utilizamos como exemplo o trabalho, em que a produção de um número X de trabalhadores produzindo em conjunto (dentro de uma divisão do trabalho) produz mais do que a soma das produções de cada um se a produção fosse individualizada.

Segundo Konder (1981) e Kosik (1995), utilizamos diferentes níveis de totalizações para o entendimento da realidade sobre a qual se produzirá uma ação. Podemos utilizar totalidades mais abrangentes ou menos abrangentes (sendo que esta se encontra contida na primeira). A diferença entre elas está no nível de generalização que o pensamento comportará para cada situação, dessa forma, pensar o consumo em âmbito nacional exige uma reflexão sobre a economia brasileira, as mudanças políticas que ocorreram nos últimos anos, a valorização da moeda, a facilidade de crédito disponível no mercado, entre outros; entretanto, pensar o consumo em âmbito global exige uma reflexão mais abrangente sobre a transformação operada na ordem mundial com o fim da bipolaridade, também exige uma reflexão sobre o fenômeno de globalização e seu efeito sobre a geopolítica, também requer uma análise sobre a circulação de informação, sobre a ideologia capitalista, sobre a forma como as empresas se deslocam pelo planeta, entre outros.

Para Konder, precisar qual o tipo de abrangência adequada para a produção da totalidade é fundamental no método dialético.

> Para trabalhar dialeticamente com o conceito de totalidade, é muito importante sabermos qual é o nível de totalização exigido pelo conjunto de problemas com que estamos nos defrontando; e é muito importante, também, nunca esquecermos que a totalidade é apenas um momento de um processo de totalização (...) Afinal, a dialética – maneira de pensar elaborada em função da necessidade de reconhecermos a constante emergência do novo na realidade humana – negar-se-ia a si mesma, caso cristalizasse ou coagulasse suas sínteses, recusando-se a revê-las, mesmo em face de situações modificadas. (KONDER, 1981, p.39)

Contudo, frente às questões levantadas, devemos levar em consideração que a dialética esteve presente no pensamento de filósofos de diferentes correntes ideológicas, dessa forma, preocupado em conferir à dialética um caráter materialista, Engels, segundo Konder (1981) formulou três leis gerais para o que chamou de dialética da natureza e que abordaremos agora como forma de dar sentido e sustentação às questões que levantamos anteriormente sobre a realidade e a forma como os indivíduos se relacionam com ela.

A primeira lei foi denominada de “lei da passagem da quantidade à qualidade (e vice-versa)”. Esta leva em consideração o fato de que, para o pensamento dialético, a totalidade real é mais do que a soma das partes que a constituem, entretanto, quando as partes sofrem mudanças, estas ocorrem em ritmos diferentes, não provocando uma mudança no todo.

A mudança ocorrida nas partes ocorre de forma lenta e é denominada quantitativa, no entanto, quando um número de mudanças chega a um ponto crítico, ele provoca um salto na realidade, provocando, assim, mudanças no todo denominado de mudança qualitativa.

A segunda lei foi chamada de “lei da interpenetração dos contrários” e versa sobre a interdependência das totalizações produzidas, dessa forma, devemos conceber, na realidade, que tudo se encontra em relação com tudo. Esta lei faz a ressalva de que todo movimento do real está entrelaçado e que, portanto, não pode ser compreendido isoladamente. Dessa forma, quando produzimos uma visão de conjunto sobre a realidade analisada, observamos que os problemas que se encontram interligados apresentam contradições, sendo assim, devemos nos ater às mesmas para, então, produzir uma totalidade coerente, e não permanecer dentro da perspectiva ofuscada dos fenômenos manifestos.

A terceira lei foi denominada de “lei da negação da negação”. Esta lei assegura que o movimento da realidade faça sentido, que não se esgota em contradições irracionais. Nela, “A afirmação como a negação são superadas e o que acaba por prevalecer é uma síntese, é a negação da negação” (KONDER, 1981, p. 59), ao passo que, como observado anteriormente, toda síntese não deve se esgotar em si mesma, cristalizando a realidade em um conceito estanque, estando ela mesma contida na produção de uma nova negação presente na análise dos momentos que se encontram em movimento na realidade.

Capítulo 1. Considerações sobre o indivíduo e a produção

1.1. Bases psicológicas e sociais para uma produção capitalista

As fábricas do século XIX eram caracterizadas por estruturas frágeis e marcadas pela instabilidade frente ao mercado. Isso se dava pela débil organização que as constituía e que se estendia a seus trabalhadores, refletindo as relações comerciais rudimentares que se formavam neste período. Segundo Sennett (2006), em 1850, 40% dos trabalhadores londrinos fisicamente capazes estavam desempregados em um mercado de trabalho cujo índice de falência chegava aos 70% entre as novas empresas[4]. A contabilidade, quando publicada, não passava de uma declaração de lucros e perdas, ou seja, até o fim do século XIX a operação comercial das empresas não contemplava todo o ciclo dos negócios, não sendo entendida segundo uma linguagem estatística que permitiria planejar as ações futuras.

Entretanto, encontramos nesta organização os primeiros passos do modelo econômico a ser implementado por meio da revolução industrial, mas estas fábricas não teriam sobrevivido social ou politicamente se não tivessem obtido a estabilidade necessária para compor um mercado, no entanto isto não foi alcançado baseado no livre comércio, mas ao contrário, através da adoção nas fábricas de métodos rígidos de organização e de controle sobre a produção, bem como sobre os corpos dos operários. Nesta organização, cujas bases se remete ao militarismo[5], cada sujeito tinha um lugar e uma função definida, compondo assim uma pirâmide produtiva da qual a base era formada pelos operários.

Segundo Sennett[6], Max Weber realizou uma importante análise do movimento de industrialização visto que, contemporâneo a tais transformações, vivenciou tanto o processo

[4] SENNETT, R.; *A cultura do novo capitalismo.* São Paulo: Record, 2006.

[5] *Militarismo* ou *ideologia militarista* é a idéia de que uma sociedade é mais bem servida (ou de maneira mais eficiente) quando governada ou guiada por conceitos incorporados na cultura, na doutrina ou no sistema militares. Militaristas sustentam que a segurança é a mais alta prioridade social, e alegam que o desenvolvimento e a manutenção do aparato militar assegura essa segurança. Militarismo denota a tendência a expandir a cultura e os ideais militares a áreas fora da estrutura militar – principalmente a negócios privados, política governamental, educação e divertimento.

[6] O sociólogo americano Richard Sennett abordou o processo de industrialização realizando em "A corrosão do caráter" (1999) e "A cultura do novo capitalismo" (2006) uma importante discussão acerca do momento histórico que possibilitou a organização do trabalho no interior das fábricas, baseando seus argumentos em teorias que sustentariam as bases sociais e psicológicas que permitiram aos sujeitos subjetivarem o trabalho (bem como a realidade), resultando nas transformações econômicas e sociais das quais os efeitos almejamos

de organização no interior das fábricas como as influências metodológicas advindas do militarismo que comporiam tais organizações. Isso se deu principalmente por Weber haver presenciado a unificação da Alemanha sob o comando do primeiro ministro prussiano (posteriormente chanceler da Alemanha) Otto Von Bismarck.

Bismarck assumiu o posto de primeiro ministro da Prússia em 1862 nomeado pelo rei Guilherme I dedicando-se à unificação do território que daria origem à Alemanha, fato que foi possível devido à grande eficiência e coesão do exército prussiano[7]. No entanto, após a unificação, o modelo militar prussiano se estendeu às empresas e instituições da sociedade civil como modelo de organização, bem como forma de prevenir revoluções de cunho comunistas. Segundo a lógica proposta por Bismarck, o sujeito que ocupa uma posição social bem definida é menos propenso a se revoltar do que aquele que não ocupa um lugar claro na sociedade.

Dessa forma, ao ocupar um lugar claro e definido, o sujeito seria reconhecido socialmente e se reconheceria na sociedade, produzindo para si uma identidade social enquanto sujeito, enquanto trabalhador, enquanto classe social.

Ao mesmo tempo, não podemos deixar de observar que a idéia de definir um lugar para o indivíduo, além de produzir a pertença a uma classe social, também define seu lugar no modo de produção. Entretanto, é justamente dentro das relações de produção na qual o indivíduo é inserido que surge a consciência que lhe permite questionar sua condição de trabalhador, e se organizar enquanto classe contra o modo de produção.

Certamente a prerrogativa prussiana não se estende a todas as sociedades. Seu êxito se deu dentro de uma conjuntura histórica precisa e, de certa forma, se estendeu às demais sociedades cujos momentos históricos permitiram que tais modelos militares de organizações fabris cunhassem nelas as bases para um capitalismo social, tendo como resultado (pelo menos inicialmente) maior estabilidade para os negócios e segurança aos trabalhadores.

À medida que o modelo militarista conferia estabilidade aos negócios, outras esferas da sociedade passaram a incorporá-lo. Encontramos dessa forma a adoção deste modelo nas organizações governamentais (que tinha como objetivo tornar a máquina estatal mais eficiente

---

problematizar. Sendo assim, nos basearemos neste autor para problematizar as bases sociais e psicológicas do capitalismo industrial a partir das discussões propostas por ele frente a autores como Max Weber, Diderot e Adam Smth.

[7] VON BISMARCK, O. *UOL Educação*, [S. l.], [20-?]. Disponível em: <http://educacao.uol.com.br/biografias/ult1789u176.jhtm>. Acesso em: 20 nov. 2009.

e a salvo de oscilações políticas), na padronização do ensino (em escolas, universidades e cursos profissionalizantes), além de outras áreas como a medicina e o direito, o que representou para Weber uma racionalização da vida institucional sob um caráter militar.

As mudanças na maneira de organização permitiram ao trabalhador pensar de acordo com um tempo também militarizado, racionalizado. A estabilidade adquirida no mundo do trabalho possibilitou ao sujeito planejar seus investimentos a longo prazo, permitindo ao trabalhador, por exemplo, esquematizar suas finanças para a construção de sua moradia ou aquisição de bens.

Mas em que sentido as características da organização militarista contribuiu para uma estabilidade econômica? Como contribuiu para a estruturação das fábricas e para a manutenção da produção?

Devemos levar em consideração, para tanto, que ao definir os postos de cada indivíduo dentro da sociedade, enfatizando sua pertença, tal modelo cria um pacto social tão expressivo quanto o existente no exército, onde cada indivíduo deve apresentar um comprometimento total com a instituição de forma a seguir combatendo mesmo na ameaça de morte iminente.

Weber ficou impressionado com o pacto social que Bismarck forjou com a população Alemã a partir da premissa de que todos teriam assegurado um lugar no sistema social, ao qual a estrutura piramidal serviu bem, visto que é capaz de agregar um número cada vez maior de sujeitos nas bases, contribuindo assim para a justiça social e evitando possíveis revoltas.

Entretanto, se por um lado Weber admirou o pacto social forjado, as conseqüências subjetivas decorrentes do mesmo o deixou preocupado. O autor observou que ao se inserir nas instituições de trabalho, o sujeito produziria uma existência aprisionada, limitando-se a uma produção alienada e vitalícia no interior das fábricas, vivendo assim em uma “jaula de ferro”.

Para Weber, o pacto social que se configurou foi possível graças a um sistema de gratificação retardada, ou seja, abdicava-se da satisfação das necessidades do presente para almejar recompensas futuras que viriam se obedecessem à norma, se fossem produtivos. No entanto, diferente da estrutura militar cujas recompensas são imediatas, as gratificações futuras, na visão de Weber, nunca chegaram. Dessa forma,

> Ele confere a essa frustração um viés subjetivo; a pessoa acostumada à disciplina do adiamento muitas vezes não se pode permitir o sucesso. (...) Acham que o que têm nunca é suficiente, e não são capazes de desfrutar do presente simplesmente pelo que tem de bom; postergar a realização plena torna-se um modo de vida. A contribuição de Weber consistiu em conferir um contexto institucional ao impulso subjetivo. Galgar os degraus da burocracia pode tornar-se um modelo de vida. Se por um lado é uma prisão, a jaula de ferro também pode, assim, tornar-se um lar psicológico. (SENNETT, 2006, p. 36).

Dessa forma, o adiamento das satisfações não produz apenas um sentido para a produção (abdicar de uma existência particular por outra moldada pelo trabalho e recompensada pelo salário), mas a sustentação do modo de produção "para o bem de quem tem bem, de quem não tem vintém[8]". Quando Weber aponta para uma satisfação nunca atingida, quando fala de um lar psicológico, efeito do sistema capitalista devemos considerar que tal satisfação não se liga às necessidades vitais do sujeito, mas a necessidades de consumo constituídas e legitimadas socialmente através da ideologia produzida pelo capitalismo.

Assim como a caricatura produzida por Chico Buarque e caracterizado pelo pedreiro Pedro, esperamos a partir do trabalho a mudança de nossa vida, de nossa realidade (função antes constituída mesmo pelo trabalho, antes de sua alienação) no entanto, esbarramos com um nexo social econômico cujas realizações fugidias nos escapam e consolidam o adiamento. A mudança ideologicamente concebida na ascensão econômica que nos permite uma mudança (minimalista, visto que não foge ao econômico) da realidade, nos aparece como propaganda de uma felicidade possível, mas nunca alcançada. Como Pedro, esperamos "alguma coisa mais linda que o mundo", mas que não sabemos mais ao certo o que é, já que os ideais de felicidade, assim como o trabalho e a natureza se tornaram estranhos ao homem.

Na espera e no trabalho Pedro consome sua vida, divaga com a mudança da sorte, com o retorno pro norte, com a festa, com o aumento do ano passado prometido para o mês que vem, com o carnaval, com a morte e com o filho que a mulher de Pedro espera "para esperar também".

[8] Pedro Pedreiro: Chico Buarque de Hollanda.

1.1.1 – O protestantismo e o ascetismo leigo como sustentação da produção pelo adiamento das satisfações

Weber buscou na cultura protestante as bases psicológicas que possibilitaram a introdução do sujeito no mundo do trabalho, segundo a lógica do adiamento das satisfações.

Em contraste com o sujeito do cristianismo que configurava-se como uma alma pecadora e decaída, fruto do pecado original, surgiu o sujeito do protestantismo. De acordo com a fé católica, estas almas fadadas à vida mundana tinham como possibilidade de salvação a submissão às doutrinas da igreja e a crença em seus rituais. Entretanto, o movimento conhecido como Reforma promovido por Martinho Lutero a partir do século XVI inaugura uma nova perspectiva para a salvação, na qual o sujeito deveria se despir das antigas concepções da fé católica e buscar em si o sentido da salvação,

Dessa forma, Lutero voltou a teologia e a fé para o indivíduo, pois os homens e mulheres que renunciassem à idolatria deveriam enfrentar por si só a jornada da salvação. Sendo assim,"o indivíduo protestante tinha de moldar sua história de modo a somar um todo significativo, digno. O indivíduo torna-se então eticamente responsável por seu próprio tempo vivido particular." (SENNETT, 1999, p. 125).

Diferente da concepção católica, para os protestantes ninguém está seguro de sua própria contrição. Segundo tal ótica, apenas Deus sabe se uma alma será salva, cabendo ao sujeito conquistar sua posição moral sem nunca almejar segurança por seus atos ou buscar indulgências sacerdotais.

A edificação moral do protestante, entretanto, deve ser buscada no trabalho árduo e voltada para o futuro, pois:

> A organização da história de nossa vida pelo trabalho árduo pode servir como uma pequena luz na escuridão, um 'sinal de eleição', de que podemos estar entre os que serão salvos do inferno. Ao contrário das boas obras católicas, porém, o trabalho árduo não pode conquistar para o protestante nenhum grande favor junto ao Criador; apenas oferece sinais de intenções dignas a um Juiz divino que já decidiu cada caso de antemão. (SENNETT, 1999, p. 125).

Sendo assim, através do ascetismo, ou seja, através da abdicação dos prazeres mundanos pela busca de virtudes espirituais é que o protestante galga sua jornada pela salvação sempre cercada de incertezas. Entretanto, Weber observou que o ascetismo protestante passou para o sujeito do capitalismo como um ato de autodisciplina e autonegação, assumindo a forma do que ele chamou de "ascetismo leigo" e que foi essencial para os primeiros momentos da cultura capitalista e para o adiamento das satisfações voltado para o trabalho árduo.

Da mesma forma, a análise feita por Marx sobre a cultura capitalista enfatiza que o homem passa a se relacionar de forma social mediado pela ideologia (que por sua vez apresenta dimensões econômicas), e assim, a necessidade financeira ocorrerá independente da privação que se imporá o ético protestante.

Marx aproximou a ética protestante da cultura capitalista em "Manifestos Econômicos-Filosóficos" de 1844, onde enaltece Engels por este haver comparado a teoria de Lutero à de Adam Smith. Segundo o autor, enquanto Lutero reverteu a fé para o interior do indivíduo, Smith reverteu a riqueza. Segundo Marx:

> Por isso Engels chamou com razão Adam Smith de Lutero da economia política. Assim como Lutero reconheceu na religião, na fé, a essência do mundo exterior e opôs-se por isso ao paganismo católico; assim como ele superou a religiosidade exterior, ao fazer da religiosidade a essência interior do homem; assim como ele negou a separação entre o sacerdote e o leigo, porque transferiu o sacerdote para o coração do leigo; assim também é superada a riqueza que se encontra fora do homem e é independente dele – que há de ser, pois, afirmada e mantida apenas de modo exterior –, isto é, é superada esta sua objetividade exterior e privada de pensamento, ao ser incorporada à propriedade privada ao homem e ao ser reconhecido o próprio homem como sua essência; mas com isso, o próprio homem é posto sob a determinação da propriedade privada, assim como em Lutero, sob a determinação da religião. (MARX, 1978, p. 3).

Dessa forma, signos de produção de riqueza como a propriedade privada e as fábricas encontram-se agora dentro do homem e sua expressão é o trabalho.

O homem tornado pelas relações econômicas um indivíduo quantitativo precisa cada vez de mais dinheiro, enquanto são cada vez maiores as necessidades criadas a ele pelo modelo econômico:

> (...) a necessidade do dinheiro é assim a verdadeira necessidade produzida pela economia política e a única necessidade que ela produz. Assim como ele reduz todo ser à sua abstração, assim se reduz em seu próprio movimento, a ser quantitativo. (MARX, 1978, p. 16).

O trabalho necessário para produzir os elementos materiais para o sujeito quantitativo (este novo homem da economia política), adquiriu novas configurações tanto em relação a sua rotina quanto à perda de sua unidade.

À medida que o modo de produção se transforma são produzidas mudanças no cotidiano dos indivíduos, como a separação da casa (enquanto moradia) do lugar de produção, levando-os ao cumprimento da jornada de trabalho em lugares distantes do lar e da família, o que por sua vez modifica os hábitos e costumes familiares e o tempo dedicado a ela. Alteram-se também as relações comunitárias, visto que o indivíduo depende cada vez mais de seu trabalho (como forma de renda para o sustento) do que do auxílio mútuo e comunitário.

Além disso, com o advento das fábricas, observa-se o surgimento de uma nova rotina para os indivíduos que passam a corresponder ao tempo da produção e não ao tempo da antiga concepção de trabalho intimamente ligado à satisfação das necessidades do trabalhador. O tempo passa a ser o tempo da produção, não o do indivíduo.

Ao mesmo tempo podemos observar que as atividades desempenhadas pelos trabalhadores se fragmentam devido à "divisão do trabalho", método adotado como forma de aumentar a produtividade, mas que favorece ainda mais a alienação do indivíduo que passará, sobretudo com o advento do fordismo, a desenvolver apenas uma atividade repetitiva, uma ação contínua e referente a uma parte ínfima da produção, que por vezes oculta até mesmo o produto final.

Discutiremos a seguir os aspectos da rotina e da divisão do trabalho no modo de produção capitalista, e as relações que os indivíduos estabeleceram com as novas conjunturas.

1.2. A rotina em discussão

Segundo Sennett (1999), em meados do século XVIII a rotina e o trabalho repetitivo levavam a duas direções, uma positiva defendida por Diderot (que abordou o tema em sua

Enciclopédia publicada de 1751 a 1772) e outra negativa apontada por Adam Smith (assim como descrito em A riqueza das nações, de 1776).

Em Enciclopédia, Diderot descreve o trabalho nas fábricas apontando para o aspecto saudável da rotina, capaz de ordenar a dinâmica e ações dos homens que operam como um *ballet*. Sua obra traz ilustrações de uma fábrica de papel no interior da França, na qual os funcionários trabalham de forma ordenada e com funções aparentemente bem estabelecidas, o ambiente é limpo e compartimentado de acordo com as etapas de produção e o espaço físico se assemelha a um castelo.

A descrição de Diderot delimita as mudanças ocorridas no mundo do trabalho em sua passagem para uma organização moderna e capitalista. Na fábrica de papel descrita pelo autor observa-se que o lugar de produção foi destinado para sua finalidade, diferente das antigas formas de produção caracterizadas como economia do *domus*, forma de produção que tinha a família como centro econômico. Nesta, casa e trabalho eram espaços indissociáveis, visto que as pessoas empregadas na produção viviam, comiam e trabalhavam nas dependências da casa do amo desenvolvendo uma relação trabalhista de dependência direta. A fábrica de papel ilustrada na Enciclopédia encontra-se distante da morada dos trabalhadores, a rotina é claramente determinada e a remuneração é equivalente à jornada de trabalho.

Se Diderot não considera a rotina de trabalho como uma prisão, pois esta se encontra em constante transformação, sempre sendo adaptada à capacidade criativa do trabalhador que desenvolve diariamente seu cotidiano fabril em busca de eficiência, para Adam Smith, a rotina aprisiona o sujeito, entretanto, Smith não faz oposição à divisão do trabalho.

Segundo Marx (1978), a divisão de trabalho para Adam Smith seria uma conseqüência necessária para o homem, que estaria contida em um processo lento e gradativo ligada a uma conseqüência do uso da palavra e da razão. Segundo esta hipótese, diferente dos animais que quando adultos seguem suas vidas sozinhos, o homem precisa dos demais para o apoiar e dar suporte, sendo assim relevante a divisão do trabalho e da produção. Dessa forma, se em uma tribo existem os que possuem maior habilidade na confecção de arcos e flechas, estes podem trocá-los pela caça (atividade desempenada por outrem), por exemplo. Sendo assim, basta um pequeno cálculo para chegar à conclusão de que se obtem um número maior de providências pela troca que pela totalidade das atividades desenvolvidas individualmente.

Para Marx, Smith desenvolve sua teoria sobre as modernas relações econômicas enaltecendo a livre circulação de moedas, bens e trabalho, apontando para os benefícios da especialização da mão de obra e da divisão do trabalho, acreditando que esta última é responsável por aumentar a produtividade e impulsionar o mercado. No entanto, o autor pondera tal análise apontando para os males causados pela rotina pormenorizada dos trabalhos, apontando como a divisão reduz a atividade desempenhada a pequenas operações repetitivas, que embotariam o sujeito do trabalho.

Entretanto, Adam Smith visualiza no homem de negócios a possibilidade de romper com o aprisionamento do espírito do trabalhador (sujeitado às atividades repetitivas e pormenorizadas), pois este, segundo o autor, seria capaz de contornar as dificuldades econômicas através de sua criatividade, transitando de forma inventiva pelo mundo dos negócios através de investimentos arriscados que o libertavam da embotadora rotina[9]. O autor acreditava que "o capitalismo de sua época cruzava esse grande abismo; quando declarou que 'os que trabalham mais obtêm menos' na nova ordem, pensava mais nesses termos humanos que em salários" (SENNETT, 1999, p. 41).

Dessa forma, podemos constatar que, além das desigualdades concernentes à remuneração, observa-se dentro do trabalho uma discrepância interna referente à concepção adotada na organização capitalista de produção, visto que dentro desta perspectiva, para que um seja patrão e possa livrar-se do embotamento causado pelo trabalho das fábricas, um exército de mão de obra deve seguir o legado das pequenas atividades, independente do que isso produza neles.

1.3. As fábricas do século XX e as fragmentações no mundo da produção

[9] No entanto, as características enaltecidas por Adam Smith como a flexibilidade de rotina, a criatividade, a livre circulação monetária e de mão de obra, trouxeram igualmente conseqüências ao sujeito moderno, mas de ordens que o autor não podia prever. Três séculos após suas formulações a vida líquida (termo criado por Zigmunt Bauman para descrever as relações interpessoais fluidas, aquém de seguranças e garantias e características de uma modernidade igualmente líquida) depositou nos sujeitos a responsabilidade por suas carreiras. A rotina desapareceu juntamente com a segurança e a estabilidade do mundo do trabalho. Caberia então ao sujeito se auto promover independente do cargo ocupado, devendo aglutinar em sua formação as qualidades que lhe permitam transitar pelo mundo do trabalho sem possibilidade de prever o dia de amanhã. As qualidades de Smith libertaram o homem moderno da rotina, mas o lançou à deriva de sua vida. Abordaremos devidamente esta discussão ao final deste capítulo.

Apesar das discussões acerca da rotina, seja em Diderot, Smith ou Marx, nenhum destes autores previra o modelo fordista de produção que surgiria no século XX, bem como os impactos decorrentes deste sobre os trabalhadores.

Segundo Sennett (1999), antes da criação da *Highland Park*, fábrica da *The Ford Motors Company* fundada em 1910, a produção de carros era praticamente artesanal. Nelas trabalhadores altamente qualificados se ocupavam de todo o processo de fabricação. O quadro era composto por trabalhadores europeus e americanos mais estabelecidos, que trabalhavam desde a fundição do ferro e o benefício do couro, até à montagem dos componentes mecânicos. Estes trabalhadores eram onerosos, faziam suas próprias rotinas de trabalho e freqüentemente contratavam ajudantes, pagando-lhes frações de seus ordenados. Para estes trabalhadores e seus dirigentes, os novos imigrantes não tinham inteligência suficiente para desempenhar mais do que um trabalho de rotina.

Este quadro foi alterado quando Henry Ford passou a contratar em sua fábrica estes profissionais marginalizados, apostando em uma forma de trabalho especializado e de remuneração inferior. Ford opunha o trabalhador branco e gabaritado ao imigrante especializado que não precisaria mais do que uma caixa de ferramentas para desempenhar sua função.

Apesar de impor uma rotina estafante para seus operários, Henry Ford podia ser considerado um patrão humano ao pagar uma remuneração considerável a seus trabalhadores (mais ainda muito inferior ao que ganhavam os artesãos do antigo modelo de produção), como podemos observar nesta passagem de A corrosão do caráter:

> A fábrica de Highland Park, da The Ford Moto Company, era em geral, considerada, nos anos 1910-1914, um ilustre exemplo da divisão do trabalho em bases tecnológicas. Henry Ford era de certa forma um patrão humano; dava bons salários aos trabalhadores, graças a um esquema de pagamento de cinco dólares por dia (o equivalente a 120 por dia em dólares de 1997), e incluiu os empregados num plano de participação nos lucros. As operações nas instalações da fábrica eram outra questão. Henry Ford considerava a preocupação com a qualidade da vida de trabalho "simples fantasia"; cinco dólares por dia eram recompensa suficiente generosa pelo tédio. (SENNETT, 1999, p. 44).

Outro exemplo de organização sólida citado por Sennett era a fábrica da *General Motors* em Michigan batizada de *Willow Run*. Com um quilômetro de comprimento por meio de largura, esta fábrica agregava sobre um mesmo teto todo o material necessário para a produção dos automóveis, do aço bruto ao curtume destinado à confecção das partes em couro ou a manufatura do vidro empregado na produção, sendo assim, uma série de trabalhos era desenvolvida de forma sincronizada sob uma rígida disciplina assegurada pelos analistas, administradores e seguranças[10]. Nesse sentido, podemos perceber que a lógica presente nessas fábricas era simples, quanto maior, mais eficiente, pois economizava energia, poupava com transporte de materiais e reduzia o tempo gasto com fluxos de informações administrativas. Tudo deveria ocorrer sobre o mesmo teto.

Além da substituição da mão de obra qualificada por uma força de trabalho especializada, Ford implantou em suas fábricas uma organização que influenciaria profundamente o modo de produção capitalista, sendo posteriormente utilizada amplamente por fábricas de diversos segmentos de produção – falamos das linhas de montagens.

Nesta forma de organização os trabalhadores não precisam mais gastar tempo de trabalho com deslocamento, ou com o deslocamento do componente produzido. Para tanto, uma esteira rolante realiza o trabalho de levar o objeto do trabalho até os trabalhadores dispostos ao longo desta linha de montagem.

As inovações produzidas pelo modelo fordista de produção alteraram profundamente o trabalho realizado nas fábricas. A produção se fragmentou, para tanto o trabalhador da linha de montagem não precisava conhecer o funcionamento do maquinário que o auxiliava na produção para que seguisse desempenhando sua atividade e em muitos casos chegavam a desconhecer o produto final de sua produção, visto que sua atividade podia ser tão reduzida quanto ao aperto de parafusos em uma determinada peça (diferente dos artesões qualificados que tinha o domínio e o entendimento de toda a produção).

[10] O Sociólogo Celso Frederico analisou em seu livro "A Vanguarda Operária" (1979) a organização dos trabalhadores no interior das fábricas, no livro, o autor considera que as fábricas tinham um forte esquema de segurança (a segurança industrial), que acompanhava de perto todas as atividades e ações dos operários, sobretudo os trabalhadores da linha de montagem. Dessa forma, tornava-se difícil a troca de informação ou uma organização dos operários para fazer frente a questões relativas a produção. O número de seguranças explicita a tensão existente no ambiente de trabalho, constatação que se agrava se levarmos em conta o grau de exploração exercido sobre os trabalhadores. Dessa forma, milhares de homens sobre um mesmo teto e em situação de clara exploração (seja pelas condições de trabalho – calor, falta de higiene, controle exacerbado – seja pelas condições salariais que muitas vezes o coloca em uma situação social miserável) representam um claro motivo para temer revoltas, entretanto, a saída para esta tensão nem sempre se dava pelo diálogo, mas pelo controle meticuloso e pela repressão.

As transformações produzidas pelo modelo fordista foram alicerçadas sob estudos contemporâneos que tinham como foco tornar a administração uma ciência. Entre os teóricos da época destaca-se Frederick W. Taylor, cujos estudos baseavam-se na observação das atividades dos operários, objetivando aumentar sua produtividade. Taylor defendia em seu trabalho a relevância das atividades pormenorizadas, fragmentadas e, através de seus estudos sobre tempos e movimentos implantou o controle do tempo de produção nas fábricas. Dessa forma, os movimentos dos trabalhadores deveriam ser padronizados e correspondentes a um tempo de execução pré-determinado pelo técnico responsável pelo controle da produção.

Dessa forma, introduziu-se no cotidiano das fábricas um controle sobre o tempo das operações mensurados com o auxílio de um cronômetro e cujos resultados aferidos eram anotados em planilhas e analisados posteriormente, tornando a produção altamente racionalizada.

A fábrica *Willow Run* supracitada, por seu tamanho descomunal também se destacou por seu rigoroso controle da produção, mediado pelo tempo seguindo os critérios apontados por Taylor. Retirando ao máximo os adventos técnicos e psicológicos disponíveis elevou o controle a ponto de fragmentar a hora de trabalho em dez partes de seis minutos (SENNETT, 1999).

Uma rotina tão minuciosamente controlada deveria representar um verdadeiro estopim para uma revolta proletária e de fato resultou em muitas fábricas como veremos a seguir, no entanto, Sennett (1999) analisa tal conjuntura produzindo considerações sob uma ótica diferente. Apontando que, para além das linhas insustentáveis de tensões, o controle também pode ser utilizado pelos próprios trabalhadores como forma de organização e planejamento.

> O tempo rotinizado se tornara uma arena onde os trabalhadores podiam afirmar suas próprias exigências, uma arena que dava poder. Foi um resultado político que Adam Smith não previu. (SENNETT, 1999, p. 48).

A remuneração a partir das frações de hora permitiam aos trabalhadores esquematizar suas finanças, prever as recompensas, planejar as férias, calcular as jornadas para futuros investimentos, além de comporem elementos para as lutas sindicais e associações de ajuda mútua dos trabalhadores.

Dessa forma podemos conceber a rotina como uma dupla característica, pois pode ser degradante, ao mesmo tempo em que representa uma narrativa positiva para a vida do proletariado. Sendo assim, "a rotina pode degradar, mas também proteger; pode decompor o trabalho, mas também compor uma vida (...) É por isso que o velho debate entre Denis Diderot e Adam Smith permanece intensamente vivo" (SENNETT, 1999, p. 49).

Bauman (2008) também pondera este momento histórico apontando como o controle e a aparente estabilidade foram utilizados como instrumentos fundamentais para a formação de uma população capaz de constituir a modernidade sólida, entretanto,

> (...) esse desejo era de fato uma matéria prima bastante conveniente para que fosse construído os tipos de estratégias de vida e padrões comportamentais indispensáveis para atender à era do "tamanho é poder" e do "grande é lindo": uma era de fábricas e exércitos de massa, de regras obrigatórias e conformidades às mesmas, assim como de estratégias burocráticas e panópticas de dominação que, em seu esforço para evocar disciplina e subordinação, basearam-se na padronização e rotinização do comportamento individual. (BAUMAN, 2008, p. 42).

Bauman (2008) problematiza assim, o argumento de que o tempo fragmentado possibilitou a construção e o planejamento da vida, visto que tais construções foram alicerçadas sob bases ideológicas determinadas, produzidas na modernidade, resultantes das relações de produção. Falamos então de um sujeito constituído dentro de um momento histórico em que a disciplina e a militarização da vida voltada para a produção constituíam uma ideologia hegemônica.

Se por um lado a fragmentação do tempo possibilitou algum tipo de narrativa, por outro trouxe graves conseqüências para a saúde do trabalhador que passou a ter sua produção impulsionada pelo ritmo da máquina que, por sua vez, acompanhava a necessidade de produção de seu proprietário.

Nos deparamos então, por outro lado, com a perspectiva de um trabalhador acessório, um apêndice da máquina, um indivíduo a ser administrado pela mesma racionalidade científica que contabiliza a produção e para a qual diversas estratégias foram desenvolvidas pelas ciências afins como forma de assegurar seu controle e produtividade. Um homem máquina dentro de um tempo máquina é produzido na modernidade para satisfazer as necessidades do modelo econômico, desprezando muitas vezes o caráter humano do

trabalhador. Dentro da perspectiva da produção, este sujeito deve ser ajustado à sua tarefa, à velocidade de suas ações que são reguladas juntamente com a velocidade da produção e deve atender ao tempo da máquina que ele opera (ou que o opera?).

Dessa forma, encontramos um trabalhador cuja saúde física e psíquica se esgotam, lhe são espoliadas junto à *mais valia* de suas produções, um trabalhador contido, controlado, entregue ao tédio das ações repetitivas, da solidão das atividades desenvolvidas em meio a milhares de pessoas – todas iguais e com a mesma sorte operária, como podemos observar na fala de um trabalhador entrevistado pelo sociólogo Celso Frederico:

> (...) quando eu tô na fábrica eu esqueço tudo, a fábrica deprime. Você está trabalhando, quando você vê o tamanho da fábrica, o pessoal todo descendo do ônibus, você vê subir vinte mil pessoas, entra num cantinho e começa a trabalhar desde cedo, o chefe tenta puxar mais e mais a produção, eu fico realmente deprimido. Apita pra almoçar, todo mundo vai pro restaurante, tudo mecânico, aquela fila imensa. Pega os bandejões como se fosse no quartel, os guardas esparramados pelo restaurante. Engole a comida rapidamente e tem que voltar. Aí começa os papos com a turma: ou o cara se queixando da vida ou é conversa sobre mulher e futebol. Tem dia que o sujeito estoura. A gente fica esperando qualquer desgraça, um acidente, alguma coisa que modifique um pouco a rotina. (FREDERICO, C. 1979, p. 64).

Podemos observar na fala do operário entrevistado uma profunda tristeza, um sentimento de impotência frente à fábrica colossal, com seu exército de trabalhadores descendo diariamente dos ônibus aos milhares para ocuparem seus lugares nas fileiras. Frente a este cotidiano resta um tédio que o operário traduz, sem meias palavras, como depressão: “eu fico realmente deprimido”, mas no discurso a depressão e o tédio possuem dimensões profundas, visto que para romper com essa rotina dilacerante espera-se por tudo, mesmo que por uma tragédia, um acidente. Também se destaca no discurso a herança militarista de organização quando o trabalhador narra “os guardas esparramados pelo restaurante”, evidenciando o controle exercido sobre o trabalhador.

Entretanto, trabalhadores que não se contentaram em planejarem suas vidas passaram a compor uma resistência frente ao controle imposto pela produtividade. Contra a espoliação resultante do modo de produção encontramos na história (sobretudo após a Segunda Guerra Mundial) a organização dos trabalhadores, as formações sindicais de diversas orientações políticas, insurreições trabalhistas, boicote às máquinas, entre outros movimentos.

1.4. A organização proletária e o operaismo: formas de resistência.

Para Lazzarato e Negri, surge na Europa (sobretudo na Itália) a partir da década de 60 uma forma de investigação denominada "operaismo" (também conhecida como neomarxismo ou marxismo crítico). Esta linha investigativa questionava a subjetividade dos trabalhadores no decorrer das mudanças políticas e do mundo do trabalho de forma militante, questionando-se se as análises frente às conjunturas opressivas eram dos operários, se estendiam a eles ou gravitavam acima deles (2001, p. 15-18).

O operaismo tinha como objeto de análise e intervenção o "operário massa", figura emblemática do taylorismo, ou seja:

> (...) um trabalhador massificado não apenas pelos níveis de mobilização das forças de trabalho aos quais chegava a produção em série, mas pelo nivelamento de suas qualidades: o taylorismo mobilizava enormes massas de camponeses e os tornava operários desqualificados adequados a uma divisão técnica do trabalho que lhes reservava tarefas cada vez mais simples e repetitivas. O operário taylorista era, portanto, duplamente massificado: pelos contingentes de forças de trabalho concentrados nas grandes fábricas e pela tendencial indistinção, do ponto de vista da divisão técnica do trabalho, de suas características pessoais, subjetivas. (LAZZARATO; NEGRI, 2001, p. 18).

Foram em sua maioria trabalhadores rurais expulsos de suas terras ou obrigados a buscarem nos grandes centros urbanos melhores condições de vida, moldados através de métodos disciplinares quase carcerários, que os obrigavam a responder como autômatos à velocidade das linhas de montagem e às demandas da fábrica (GORZ, 2005, p. 19). Para estes trabalhadores, além da dupla massificação que sofriam ainda lhes cabia a execração por parte dos movimentos de esquerda que lhes acusavam de alienados e evidenciavam-lhes a falta de consciência política.

Foi neste cenário que Elio Petri, um cineasta italiano concebeu Ludovico Massa, o protagonista de "A classe operária vai ao paraíso"[11]. No filme, Massa é um operário de 31 anos e que a 15 trabalha em uma fábrica como torneiro mecânico produzindo peças cuja função ou destino desconhece. Na entrada da fábrica em que trabalha encontra diariamente estudantes e sindicalistas que gritam palavras de ordem junto a um megafone para os

[11] La classe operária va in paradiso. Elio Petri. Itália, 1971, 126 min/cor (*op. cit.*).

operários, palavras como “estão roubando 8 horas de suas vidas”, “se com a produtividade ganham 100 liras a mais é porque eles, os patrões ganharam milhões” ou “hoje, depois de 8 horas de trabalhos forçados vocês sairão e estará escuro, para vocês o sol, a luz do dia não brilhará mais”. Ao contrário, ao entrar na fábrica, Massa e os demais trabalhadores escutam diariamente dos alto-falantes a seguinte mensagem de seus empregadores:

> Trabalhadores, bom dia. A direção lhes deseja uma boa jornada de trabalho. Pelo seu próprio interesse, tratem com carinho as máquinas que lhes confiamos cuidando de sua manutenção. As medidas de segurança ditadas pelas estabelecidas garantem sua segurança. Sua saúde depende do seu comportamento com as máquinas. Respeite-las e cuide-las sem esquecer que mais atenção com elas é igual a produção. (PETRI, 1971)

Todavia Ludovico é um operário modelo para os padrões da fábrica, seus 15 anos de trabalho lhe conferiram destreza nas operações que lhe conferem maior produtividade que os demais, além de duas intoxicações e uma úlcera. Sendo assim é utilizado pelos técnicos de controle de tempo (seguindo a risca a metodologia taylorista) para estabelecer as novas marcas de produtividade a serem adotadas pelos colegas de trabalho, que lhes tratam com desprezo.

Bruto, Massa não se abala com os demais, acredita serem todos molengas e se justifica dizendo que não foi ele quem inventou a produtividade. Concentrado, desempenha sua função fixamente executando as poucas tarefas que lhe cabem na produção das peças atentando-se sempre ao ritmo.

Em um dado momento Ludovico é chamado para instruir dois novatos, sendo assim o operário exemplar explica sua visão sobre o mundo e sobre o trabalho:

> É que eu, na fábrica me chateio, me enche o saco. Assim que trabalho, trabalho e isso é tudo. A idéia é esta: a vida é como uma meta, nos coloca a todos para a pista. Aqui dentro estamos em uma corrida e eu sou um campeão aqui e eles sabem, não está certo? Depois, estão os almofadinhas como este aqui da Sicília Oriental que são todos uns piolhentos. De manhã estão todos tão cansados que eu lhes dou o ritmo. Ganho nada menos que 25 mil liras ao mês. Mas eu pedalo, pedalo... porque eu sei me concentrar, estou concentrado. Eu me concentro, tenho uma técnica para concentrar-me. Penso em uma bunda. Aqui dentro não tenho outra coisa, o que quer que te diga? Temos que trabalhar, pois trabalhemos. (PETRI, 1971).

Massa corresponde assim ao trabalhador descrito anteriormente por Gorz, cuja identidade encontra-se aprisionada (anulada) no processo de produção. Obrigado a trabalhar, Ludovico não vê outra saída se não adequar-se às regras da fábrica, à ideologia que lhe confere um posto, um lugar, ou seja, o de campeão. Reconhecido pela ideologia do modo de produção, Massa se esforça em competir com os demais trabalhadores produzindo em sua jornada de oito horas, peças cada vez mais rápido e utilizando para isso sua técnica de concentração, que consiste em sexualizar sua atividade, pensando em uma bunda, a bunda da Narcisa.

> Eu me concentro, penso na bunda da Narcisa. Não agüento! Que bunda tem! Parece que foi torneada. Aí estou concentrado ... não estou aqui, estou em outro mundo. Penso só na peça, cada peça é um buraco, cada buraco é uma peça. E para não cair no buraco, penso na bunda da Narcisa (...) tudo é uma questão de técnica. Eu me concentro e penso na bunda da Narcisa. E sigo adiante, uma peça, uma bunda, uma peça, uma bunda, uma peça, uma bunda, uma peça, uma bunda ...(PETRI, 1971).

Ao mesmo tempo em que sexualiza sua atividade (chegando a demonstrar satisfação em sua relação), em sua casa sofre em seu relacionamento amoroso, pois lá onde deveria buscar satisfação Massa é impotente.

Massa tenta a todo o tempo entender as relações que o rodeiam, pois se encontra espremido entre a ideologia do trabalho, e os ataques da esquerda que o acusam de alienação, ignorância, docilidade, entre outros. Para tanto Massa tem como companheiro Militina, um velho operário internado em um hospício e que freqüentemente visita para dialogar e aconselhar-se.

Ludovico admira Militina, pois, assim como ele, também foi um operário padrão, um símbolo da produção. Fascinado com a situação do amigo e perturbado com sua própria história Massa pergunta como ele percebeu que estava ficando louco. Neste ponto o amigo tenta reunir o pouco de lucidez que lhe resta e responde que ao sentar-se à mesa para fazer as refeições sentia que estava na fábrica. Militina, incapaz de separar o período de trabalho do pouco que lhe restava de vida privada aboliu as barreiras da sanidade e foi englobado pelo universo da produção que pouco a pouco lhe consumiu. Acabou internado por tentar esganar o engenheiro da fábrica, que não lhe explicou para que servia a peça que ele produzia aos milhares.

Exaltado com a lembrança Militina ainda pergunta ao amigo: “você gostaria de saber que merda nós fabricamos? Para que servem tantas peças? Fazemos milhões! E seu amigo Massa animado tenta responder, mas em vão: “Fazemos peças que depois servem para um motor. Um motor que vai para uma máquina que não está ali”.

A agressão cometida por Militina em relação aos controladores de sua produção representou uma ação recorrente no cotidiano das fábricas, este tema foi apontado por Celso Frederico (1979) como uma ação corresponde à “primeira manifestação das ‘possibilidades adormecidas’” do operário frente à situação de exploração em que se encontram. (p.57), uma ação desesperada e de fundo emocional contra a enervante rotina imposta aos operários.

> Essa ação individual e desesperada ocorre com maior freqüência entre os operários mais diretamente submetidos à dura disciplina e vigilância imposta pela fábrica: os peões. É sobre o trabalhador diretamente produtivo que a vigilância se efetua implacavelmente. Para manter a linha de montagem no ritmo desejável, faz-se necessário uma relação bastante próxima dos chefes que, durante toda a jornada de trabalho, ficam ‘em cima’ dos peões exigindo a produção e criando um clima enervante. Os desdobramentos desse clima podem ir desde os resmungos e discussões, até a agressão física. (FREDERICO, 1979, p. 57).

O retrato produzido por Petri sobre o personagem Militina não nos permite compreender a extensão dos eventos que culminaram em sua loucura, bem como um entendimento sobre o próprio estado psíquico do personagem, no entanto, Celso Frederico ressalta que situações deste tipo não comportam análises meramente psicológicas, visto que “no processo de trabalho reproduzem-se relações de classe e não simplesmente relações humanas” (1979, p.57). Nesse sentido, as partes envolvidas representam categorias econômicas que se encontram em constante tensão e contraditoriedade, mas que no momento do confronto suas representações afloram, “o implícito se torna explícito, o que estava latente se torna manifesto, o que está oculto se revela” (1979, p. 58).

A ação individual baseada na agressão, segundo o autor, corresponde na maioria das vezes a intervenções realizadas pelas camadas mais humildes e exploradas das fábricas. Provém em geral de trabalhadores rurais recém incorporados à realidade de produção das fábricas, e portanto, não contidos em organizações coletivas e sindicalistas que lhes permitam uma organização ou uma ação que evidencie uma consciência de classe na resistência que se manifesta pela brutalidade. São os chamados peões da produção, denominação

correspondente aos trabalhadores da linha de produção e que desempenham operações simples e que não necessitam de uma formação prévia.

Encontramos em Petri, em Gorz e em Frederico a mesma exploração do peão das linhas de montagem, os vinte mil Ludovicos que descem diariamente dos ônibus para suas jornadas, sempre sob a ameaça de que, de um instante para o outro, os nervos podem falhar projetando-lhe em um ato de violência sobre os controladores de produção ou em um "ataque de tiques nervosos" que lhe custará as funções motoras e a sanidade.

Frente a este cenário, encontramos nos operários formas de oposição como a agressão individual demonstrada acima, mas também encontramos a sabotagem das máquinas e das operações de produção, a organização sindical, entre outras estratégias contra as estruturas de opressão cuja relevância se manifesta na preocupação dos proprietários em controlar os operários através de patrulhamento da produção com a contratação de guardas, seguranças, entre outros agentes.

A adoção de ações de controle acirra ainda mais o clima de tensão no interior das fábricas, pois retira do trabalhador toda ação que não corresponda à demanda de produtividade. Dessa forma, realiza-se ações de controle sobre os corpos que devem ser ágeis e voltados exclusivamente para a produção, bem como sobre as mentes constantemente afligidas por discursos que beiram a humilhação, objetivando anular a possibilidade de uma consciência sobre sua prática e que resulte em formas de organização.

Segundo Frederico (1979), o controle sobre as conversas, neste sentido, deve ser tão rigoroso quanto o controle dos corpos[12], pois nos momentos de socialização é que se dão as trocas de informações e a organização dos operários. Para tanto, agentes de patrulhamento e de segurança são infiltrados nas rodas de conversa para identificar discursos sindicalistas ou de qualquer forma de organização que resulte em ações contra produção.

Existe ainda o controle sobre os indivíduos no sentido de prevenir furtos de peças e componentes, o que leva as fábricas a instituir a revista dos trabalhadores na hora da saída, expondo os indivíduos ao constrangimento e à humilhação pela suspeita diária de suas ações e pela premissa cotidiana de uma "potencial deficiência de caráter".

[12] Faz-se importante salientar que os apontamentos feitos por Frederico (1979) decorrem de uma análise produzida dentro de um período histórico marcado pela ditadura militar, conjuntura que permitiu tal forma de controle sobre os trabalhadores assim como descrito em sua obra.

Entretanto, apesar do controle e da tentativa de embotar o trabalhador, transformando-o em um acessório para a máquina, em mais um componente ou objeto da linha de montagem, encontramos um indivíduo capaz de, em certa medida, fazer frente a este cenário. O trabalhador não se encontra, desta forma aniquilado, mas é capaz de produzir resistência, de utilizar-se de estratégias inventivas para proteger-se da constante demanda de produtividade e assim não sofrer dos malefícios do trabalho, do esgotamento de suas forças físicas e mentais.

Frederico (1979) descreve como os trabalhadores sabotavam suas máquinas como forma de interromper a produção e obter ganhos, seja pelo tempo decorrente da paralisação que lhe permite descansar, seja pelo roubo de peças e componentes para venda e incremento da renda ou pelas manifestações de cunho político e econômico que podem decorrer desta ação. Inúmeras estratégias foram utilizadas, desde forçar a máquina de forma proposital para que ela seja danificada (e com isso ainda depositar a culpa nos chefes com o argumento de que lhe impuseram um ritmo tamanho que comprometeu a máquina), até jogar objetos nas engrenagens, dar "trancos" na máquina, incêndios voluntários, paralisação das linhas de montagem, roubo de peças, desgaste e destruição de ferramentas (sobretudo as mais valiosas), envio de peças para locais errados gerando caos na fábrica e paralisação por falta de material, fazer o serviço de forma inadequada para assim ter que fazer outra vez, produzir peças com defeito que serão inutilizadas e trarão prejuízo para a fábrica, entre outros.

A sabotagem representa ainda um caráter expressivo, pois evidencia o desacordo existente entre os interesses da classe operária e dos patrões. Também é na sabotagem que o trabalhador "desconta" suas diferenças com a fábrica, "prejudicando-a", dessa forma:

> (...) o operário se empenha numa ação que não lhe trará nenhum benefício. Ele não "ganha" nada com a sabotagem. É, entretanto, justamente essa gratuidade que confere ao ato o caráter expressivo que ilumina o sentido das relações de classe. Ao quebrar as máquinas, ferramentas e peças, o operário está investindo objetivamente contra o capital, embora a sua 'falsa consciência"não perceba o significado real da ação. como é sabido, durante a jornada de trabalho numa grande indústria, o operário não se relaciona diretamente com o capital (nem com o patrão), mas apenas com a sua substância visível (os instrumentos de trabalho e a matéria-prima) sobre a qual recairá o seu ódio. O operário sai assim da passividade para se lançar diretamente contra a 'configuração material do capital'". (FREDERICO, 1979, p.80).

Entretanto, segundo o autor, as ações operárias contrárias às fábricas são entendidas pela sociologia industrial como um "sistema social fechado em si". De acordo com esta perspectiva, tais ações são entendidas como eventos isolados, fruto da falta de adaptação do indivíduo ao trabalho fabril, representando assim um estado de anomia frente às transformações do mundo da produção. Dessa forma, o operário "desajustado" às normas apresenta:

> 'atitude' anti-social e 'desviante' (...) esse comportamento 'divergente' pode se realizar tanto no nível da 'teia interativa' (brigas com os superiores imediatos), como através de ações 'sociopáticas' no interior da 'ordem industrial' (quebra de máquinas, etc.). (FREDERICO, 1979, p.70-71).

Podemos perceber como dentro desta linha da sociologia existe uma forma de culpabilizar o indivíduo da produção, conferindo a ele não apenas a responsabilidade por um possível desajuste, mas também psicologizando-o, inclusive através da patologização de suas ações.

Para o autor, ações frente ao modo de produção não se tratam de questões psicológicas individuais, pois apresentam um fundo social significativo. É na explosão, na perda do controle, no breve surto de violência que a verdade vivida vem à tona, permitindo-lhe libertar-se dos instrumentos de exploração e de controle, mesmo às custas de sua sanidade. Neste momento em que a razão desaparece, o indivíduo poderia voltar sua ação para seus colegas de trabalho ou contra si próprio, no entanto constata-se que ele a foca na destruição da máquina. As ações destrutivas frente à produção representa ainda um momento de consciência contra a máquina, ou seja,

> Além da vingança, o operário também desenvolve um processo de preservação de sua identidade. Ao quebrar a máquina ele se diferencia dos objetos, mostrando que não aceita o processo de reificação que quer transformar a tudo em mercadoria. (FREDERICO, 1979, p.81)

Sendo assim, foi no operário massa, esse contingente de trabalhadores que compunham as fábricas, que o operaismo viu o nexo entre a composição técnica e política, atentando para as possibilidades de inserção do trabalhador no campo político, objetivando

que este fosse capaz de questionar as estruturas que os oprimia, promovendo assim sua autonomia frente ao mundo do trabalho.

Lazzarato e Negri ressaltam a importância dos ciclos de lutas de classe que se estenderam de 1962 a 1969 sob uma ótica qualitativa e fruto da ação operaista. Diferente de antigas reivindicações puramente econômicas, os trabalhadores sem cultura de luta foram capazes de se organizar (sobretudo em Turim e em Milão) focando suas reivindicações em níveis macroeconômicos. Datam destas lutas a reformulação dos modelos sindicais, garantias jurídicas aos trabalhadores assegurados pelo "*Statuto Dei Lavoratori*[13]", entre outras. "A grande ofensiva operária contra o taylorismo consagrou a 'autonomia' operária" (2001, p. 19), entretanto as conseqüências desta autonomia veremos adiante.

Data desta década também os fortes investimentos em educação, o que possibilitou o surgimento de uma geração com uma formação ampla e cuja ação política se dava de forma diversa, ou seja, não passava estritamente pelo trabalho. Falamos então de uma população que se formou sem a "maldição do trabalho", cuja miséria não é mais decorrente apenas da expropriação do saber, mas da concentração do mesmo, de modo a possibilitar uma práxis social definidora dos processos de realidade diferente da vivida pelo operário (LAZZARATO; NEGRI, 2001, p. 32).

Falamos de uma geração protagonista de grandes mobilizações como a luta contra a guerra no Vietnã, a luta contra a segregação racial presente nos Estados Unidos, mas também na África do Sul com o *Apartheid*, as lutas feministas, as manifestações em Praga (Primavera de Praga, iniciado em janeiro de 1968 e que colocaram em questionamento uma infinidade de ações do bloco socialista) e, finalmente, protagonistas de Maio de 68, em Paris, cujas ações não tinham um objetivo definido, apenas a insatisfação com um mundo que se apresentava e se baseava no autoritarismo e em um modo de produção cujos malefícios discorremos acima.

Esta mesma geração passa a compor precariamente o mundo do trabalho, desta conjuntura nasce uma nova forma de trabalhador denominado "operário social" (LAZZARATO; NEGRI, 2001, p. 20), fruto do operaismo e dos embates marcados pelas décadas de 60 e 70 entre trabalhadores das linhas de montagem tayloristas e estudantes universitários e secundaristas, cujas lutas extrapolavam o âmbito econômico, mas questionavam as estruturas vigentes através de manifestações e condutas instituintes de novas formas de relações sociais.

[13] Estatuto do Trabalhador, livre tradução do autor.

Ao mesmo tempo o modo de produção também se transformou. Se por um lado as décadas de sessenta e setenta foram palcos para a atuação política dos trabalhadores que se organizaram e desempenharam ações coletivas, sindicais, entre outros, por outro também foram décadas de grande investimento em tecnologias que levaram muitos setores da produção a substituir parte de sua mão de obra por componentes robóticos. Gradualmente desaparece da paisagem industrial as enormes fileiras de trabalhadores dispostos nas linhas de montagem e cuja jornada de trabalho correspondia a movimentos repetitivos, aquele cuja subjetividade era barrada para dar lugar a uma atividade objetiva e incontestável. Com o avanço tecnológico necessita-se cada vez mais de um número cada vez menor de trabalhadores, e mesmo assim os postos restantes mitigam cada vez mais os velhos moldes fordistas.

O modo de produção inverteu sua lógica, com o passar do tempo as antigas formas de organização como o taylorismo e o fordismo deram lugar a outras configurações. Gradativamente se abandonam as antigas estruturas grandes, pesadas, onerosas, redirecionando os investimentos para formas mais eficientes (e por vezes imateriais) de produção. Com isso o trabalho também se transformou. O avanço tecnológico passou a exigir qualificações e conhecimentos antes ignorados pelos indivíduos, como veremos a seguir.

1.5. O nascimento de uma economia pós-fordista

Basicamente, a diferença entre um indivíduo fruto de uma economia fordista e um indivíduo da moderna economia denominada pós-fordista é que “os primeiros só se tornaram operacionais depois de serem despojados dos saberes, das habilidades e dos hábitos desenvolvidos pela cultura do cotidiano, e submetidos a uma divisão parcelada do trabalho” (GORZ, 2005, p.19), enquanto que os segundos só se tornaram trabalhadores ao colocar sua subjetividade e suas habilidades cotidianas no processo de produção para torná-lo mais eficaz, tornando-se assim trabalhadores do imaterial.

No entanto, o trabalho imaterial é tão antigo quanto o processo de industrialização. Podemos defini-lo como a materialização de um conhecimento em uma relação de troca cujo

valor fugirá às definições tradicionais de valoração. Dessa forma, o trabalho imaterial esteve presente, por exemplo, na construção de cada máquina que tornou possível a "revolução industrial" (materialização de um conhecimento em uma máquina) que por sua vez produziu um valor muito maior em mercadoria. A crise no sistema de valores instaurada no trabalho imaterial está justamente aí, enquanto as teorias tradicionais versam sobre unidade de produção por unidade de tempo, torna-se difícil quantificar o conhecimento empregado na construção de uma máquina. Se esta máquina for vendida por um preço X, sua função será a produção de um montante infinitamente mais elevado que o valor pago pela sua construção. O valor da máquina também será equivalente a muitas vezes o valor do material empregue em sua construção, sendo assim, ele também não pode ser valorado pela quantidade de matéria prima utilizada em sua produção.

Dessa forma, no trabalho imaterial, o conhecimento é considerado como a principal força produtiva, ou seja, "o processo de produção não poderá mais ser confundido com processo de trabalho" (GORZ, 2005, p. 16). Falamos de uma outra forma de capital diferente das estruturas materiais de produção, falamos de um Capital Humano, composto pelo saber, pela imaginação, pela capacidade do homem, seu poder de criação, pelos afetos, entre outros aspectos que culminam em uma representação diferente da máquina e possuidor de um valor imensuravelmente maior.

O trabalho imaterial se expande proporcionalmente às transformações das estruturas empresariais, através dos investimentos em novas tecnologias – tanto na produção desta tecnologia, como vimos acima, quanto em suas conseqüências, como a automação das linhas de produção.

Conforme o trabalho na linha de montagem se reduz, a luta por novos empregos torna-se mais acirrada, demandando que os candidatos apresentem qualidades diferentes das simples especialidades antes empregadas nas linhas para a disputa pelas vagas remanescentes do mercado, bem como para compor as novas vagas criadas pelo avanço tecnológico. O novo trabalho, como citado, exige um conhecimento antes desprezado, mas que agora se torna característica indispensável do trabalhador – o uso de sua capacidade criativa.

Sendo assim, segundo Gorz (2005), as transformações ocorridas no mundo do trabalho alteraram a concepção que se fazia do trabalhador, saiu de cena o trabalhador qualificado para dar lugar a um trabalhador pleno de potencialidades. Nesta nova

configuração, o que desce à oficina de trabalho é a alma do operário, sua subjetividade[14]. O trabalhador agora deve ser capaz de administrar informações, trabalhar em rede com os demais funcionários, ser comunicativo, resolver problemas, apresentar motivação, entre outras características. Dessa forma, apesar de suas capacidades, entende-se que em suas características ainda indeterminadas contenham todas as "características da subjetividade produtiva pós-industrial" (LAZZARATO; NEGRI, 2001, p. 26).

Todavia, faz-se relevante ressaltar que tais transformações na concepção do trabalho ou dos atributos do trabalhador decorreram de processos históricos, como os analisados até o presente momento, sendo assim:

> A virtualidade desta capacidade não é vazia nem a-histórica. Trata-se, ao contrário, de uma abertura e de uma potencialidade que têm como pressupostos e como origens históricas a 'luta contra o trabalho' do operário fordista, e mais recentemente, os processos de socialização, a formação e a autovalorização cultural. (LAZZARATO; NEGRI, 2001, p. 26).

Nesse sentido, encontramos na década de 70 um cenário em que a luta contra o trabalho opressivo nas fábricas coexiste com a crescente automação das linhas de montagem, "liberando os trabalhadores" a exercerem sua criatividade em trabalhos que, ao invés de abolir seu saber, o estimula, liberta-o dos grilhões da fábrica para a "liberdade", mas uma liberdade a ser sustentada.

Veremos a seguir como, nesta nova conjuntura que Bauman denominou modernidade líquida, as transformações do modo de produção afetaram o trabalhador, como as grandes estruturas produtivas ruíram, dando lugar para organizações flexíveis, dinâmicas, transnacionais, mas também como tais mudanças afetaram o trabalhador através de novas exigências produzidas pelo mercado, além do enfraquecimento dos vínculos empregatícios, o incentivo à competitividade entre os trabalhadores.

[14] Entendemos a subjetividade, a partir das considerações marxistas, sendo assim, esta representaria a forma pela qual o sujeito apreende o mundo através de seus sentidos, para posteriormente objetivá-lo através da ação.

1.6. As transformações do trabalho: novas estratégias para produtividade e controle

Com os avanços econômicos e o aumento da competitividade em uma conjuntura global (decorrente do fim da guerra fria e do processo de globalização que se deu a partir disso), pouco a pouco a forma de organização fabril se alterou. Acirraram-se os ataques à rotina fazendo emergir uma nova visão de trabalho pautada pela flexibilidade, no entanto não tomaremos esta postura flexível como uma tentativa de melhora da qualidade de vida do trabalhador, mas como conseqüência da imersão de organizações mais versáteis e competitivas no âmbito econômico.

A flexibilidade desta forma deve ser entendida como uma estratégia econômica e política do capitalismo, uma forma de acirrar a velha lógica de produção baseada em maiores produtividades com menores despesas e, se possível, menos mão de obra. Dessa forma, segundo Sennett (1999) a flexibilidade é incorporada ao mundo do trabalho, mais como uma força que dobra as pessoas, aproveitando-se da capacidade humana de se adaptar e improvisar em meio às exigências que lhes são feitas. O autor contrapõe as teses de Stuart Mill que defende que a flexibilidade geraria a liberdade pessoal, pois o sujeito encontraria na abertura às mudanças e na adaptação às estratégias para transitar com liberdade no mundo do trabalho. Segundo Sennett, em nossa época, porém, "a nova economia política trai esse desejo pessoal de liberdade. A repulsa à rotina burocrática e a busca da flexibilidade produziram novas estruturas de poder e controle, em vez de criarem as condições que nos libertam" (1999, p. 54).

Para o autor, as modernas formas de flexibilidade escondem três elementos de controle: a reinvenção descontínua de instituições, a especialização flexível de produção e a concentração sem centralização.

A reinvenção descontínua das instituições incide sobre as antigas organizações fabris onerosas e pesadas. No mundo flexível tudo deve ser enxuto e eficiente, não existem mais espaços para fábricas como *Willow Run* na modernidade líquida. Os adventos da informática permitiram aos administradores, através de programas de computadores, padronizarem procedimentos e monitorarem à distância todas as operações pertinentes à produção,

mantendo coesa todas as células da colméia[15] e eliminando as unidades repetitivas ou ineficientes. Dessa forma, se uma célula não atinge os resultados almejados ou se mostra como supérflua aos administradores estes podem eliminá-la numa fusão de empresas ou em um procedimento denominado "*delayering*" (remover camadas).

O *delayering* é um dos elementos da prática empresarial chamada de "reengenharia". A reengenharia é uma teoria formulada na década de 90 por Michael Hammer e James Champy cujos autores propõe em seu livro "*Reenginnering the Corporation*" (1993) que as empresas, para se tornarem mais competitivas, deveriam deixar de aperfeiçoar os processos já existentes através de melhorias, mas sim redesenhar radicalmente o processo produtivo com a finalidade de tornar a empresa mais competitiva. A análise resultante da reengenharia vai desde os processos produtivos até à rentabilidade do produto produzido, sua recepção no mercado e o estudo de novas tendências. Dessa forma, a lógica da reengenharia é produzir mais, de forma mais eficiente (eliminando áreas obsoletas ou cuja rentabilidade não seja pertinente, neste caso o setor pode ser anulado ou terceirizado) e de acordo com as tendências do mercado[16]. Na reengenharia também encontramos a máxima espoliação do trabalho imaterial, visto que na busca pela eficiência, menos pessoas devem executar um número cada vez maior de atividades, cabendo a elas desenvolver as estratégias necessárias para implementar seu trabalho, ou seja, encontramos uma nova versão para antigas explorações como as abordadas anteriormente no interior das fábricas fordistas e tayloristas, no entanto, hoje, ao invés do proletariado, encontramos uma massa de trabalhadores técnicos e qualificados sob os grilhões das empresas.

No mundo competitivo dos negócios, reengenharia e fusões empresariais passaram a ser as palavras chave das organizações. Muitas empresas foram desmembradas, delegando parte de sua produção (geralmente as mais pesadas e que demandam maiores estruturas) a terceiros, por vezes fora do país onde os custos de produção são mais baixos em decorrência do subdesenvolvimento local. Sendo assim, elas se livram do peso das grandes instalações e de operações grosseiras, terceirizando setores menos lucrativos e tornando o produto final mais competitivo. O contrário também ocorre, geralmente quando a compra de componentes

[15] Referência à colméia produtiva de Adam Smith. Este autor concebia a organização industrial como uma colméia em que cada setor deveria corresponder a uma produtividade (fragmentação do trabalho) e ao mesmo tempo fazer parte de um todo cuja unidade se daria com o produto produzido.

[16] <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/reengenharia/10086/> acessado em 10 de maio de 2010 as 14h, e <http://www.knoow.net/cienceconempr/gestao/reengenharia.htm> acessado em 10 de maio de 2010, 15h.

antes destinados a setores terceirizados tornam-se onerosos, uma empresa pode, mediante a compra, agregar a fábrica que antes prestava serviço à colméia.

Outro aspecto que acompanha a reengenharia no novo cenário econômico é a sinergia. Segundo Klein (2006), as empresas não estão mais interessadas em serem líderes de um ramo específico, mas querem se expandir para todos os nichos possíveis. Sendo assim, para que permanecer vendendo um produto se este pode se desdobrar em vários outros. Um livro, por exemplo, dependendo de sua vendagem pode se desdobrar na produção de um filme que por sua vez se desdobra na venda da trilha sonora, abarcando assim o mercado das gravadoras, mais ainda, pode se desdobrar em um jogo de videogame, em figuras de ação (brinquedos infantis), em parques temáticos, em roupas, entre outros. Segundo a autora:

> Esse tipo de raciocínio subjaz a praticamente todas as grandes fusões desde meados ao final dos anos 90. A Disney compra a ABC, que transmite seus filmes e desenhos animados. A Time Warner adquire a Turner Broadcasting, que promove suas revistas e seus filmes na CNN. (...) A Time Warner abre uma divisão dedicada a transformar seus filmes e desenhos animados em musicais da Broadway. (KLEIN, 2006, p. 171).

Dessa forma, entramos no segundo aspecto apontado por Sennett, o da especialização flexível. Esta consiste em disponibilizar no mercado, de forma rápida, produtos diferentes. Geralmente esta modalidade ocorre em conjunto com outras empresas e de forma competitiva, sendo assim, "(...) essas empresas cooperam e competem ao mesmo tempo, buscando nichos no mercado que cada uma ocupa temporariamente, e não permanentemente, adaptando a curta via de produto" (1999, p.59).

Sennett aponta que a especialização flexível é a antítese do fordismo, visto que a ordem é a versatilidade na produção em contraste com a linha de montagem destinada à produção em série de apenas um produto, o automóvel.

Novamente podemos constatar aqui a importância da informatização do processo produtivo, pois graças às novas tecnologias é possível reprogramar equipamentos e maquinários empregados na produção de outros produtos. A tecnologia também permitiu a compilação de dados e informações que possibilitaram às empresas analisarem o mercado através de pesquisas, especulando suas tendências para assim identificarem de forma mais

precisa a opinião pública e o momento de inovar. Este tema será abordado mais profundamente no segundo capítulo quando trataremos dos aspectos do marketing.

A concentração sem centralização surge nesta conjuntura como uma aparente descentralização do poder criada com o desmantelamento dos velhos colossos burocráticos, característicos das antigas organizações. Ela dá a impressão de que as pessoas localizadas nas esferas mais baixas da produção adquiriram maior controle sobre suas atividades, no entanto, as novas tecnologias recriaram as antigas instâncias burocráticas, apresentando aos organizadores um quadro abrangente da organização de forma a deixar pouco espaço para a liberdade do trabalhador.

Apesar de agora funcionar de forma desmembrada, a organização fabril segue controlando todas as células de sua produção, estando as mesmas sujeitas à análise dos administradores e passíveis de caírem na reengenharia.

No desmembramento da organização, cada célula fica responsável por desempenhar uma tarefa, cabe a ela estruturar-se e definir a melhor forma de desenvolver suas atividades. O caráter autônomo presente nesta nova forma de relação esconde as novas estratégias de controle que se desenvolvem. Um deles são as metas fixadas pela empresa mãe, metas estas cada vez mais elevadas e que devem ser cumpridas. Desta forma, podemos perceber a armadilha oculta na pseudo liberdade, visto que na nova configuração não existem repostas, nem métodos, dado que não existe mais uma estrutura vertical aparente.

Desta forma podemos apontar que a nova organização do capital compreende a produção como um fator subjetivo e ligado ao sujeito. Esta deixa de ser quantificada em unidades de tempo – assim como era concebida desde Adam Smith - para ligar-se ao comportamento individual, pois conta com a capacidade do trabalhador para atender às demandas.

Diferente da antiga conjuntura fordista, os trabalhadores do pós-fordismo devem levar para a produção todo o repertório cultural que acumularam em suas vidas, todas as experiências que as tornam vivos, ou seja, capacidade de improvisar, de se comunicar, de trabalhar em cooperação com os demais, entre outros aspectos, que a nova fábrica possa aproveitar, explorar; algo que Yann Moulier-Boutang, apud Gorz (2005, p.20) chama de "exploração de segundo grau". Esta expressão ainda redimensiona o trabalhador como "força de trabalho hetero-produzida" (ou seja, determinado pelo empregador) e a coloca na posição

de produzir a si mesmo constantemente. Dessa forma, os sujeitos articulam a instrução formal e a cultura do cotidiano nos processos de socialização, características muito bem aproveitadas na nova perspectiva de produção, visto que ele articulará uma gama de informações de forma sincronizada com os demais trabalhadores, obtendo um resultado coletivo que "excede de longe a soma dos dados manipulados individualmente" (GORZ, 2005, p. 20), formando assim uma inteligência coletiva denominada por Gorz como "externalidade positiva" [17].

Dessa forma, não é a unidade de tempo empregada na produção que irá agregar valor ao trabalho, mas a capacidade de coordenar as demandas que lhe cabem e a resolução de problemas e conflitos, inversão do processo de valoração que Gorz (2005, p. 18) denominou de "gestão por objetivos": "eles fixam objetivos aos assalariados; cabendo a eles desdobrarem-se para cumpri-los". Segundo este autor, esta forma de gerenciamento pode ser interpretada como um retorno ao *servicium obsequium*, relação mantida entre a suserania e a vassalagem durante a idade média, tempo em que parte da produção do servo era destinada ao suserano, independente do volume total, tendo o vassalo que se garantir com o que lhe restava.

Outra forma de controle, a flexibilidade de horários e locais de trabalho, incide mais diretamente sobre o corpo do trabalhador e também se oculta numa falsa liberdade. Segundo Sennett (1999), a flexibilidade da carga horária surgiu no século XX para atender a entrada cada vez maior da mulher no mercado de trabalho. As mulheres ingressaram no mercado de trabalho durante a Segunda Guerra Mundial, no entanto, com o fim da guerra o custo de vida de um cidadão mediano se acentuou. Manter o estado de bem estar passou a demandar mais do que o salário do homem, no entanto, o imperativo da maternagem e das disputas de gênero sempre implicaram na defasagem da absorção da mulher pelo mercado de trabalho. Dessa forma, quem contratava uma mulher estava contratando também uma mãe e dona de casa. Para atender às necessidades do público feminino e assegurar uma mão de obra mais barata do que a masculina flexibilizou-se a jornada de trabalho da mulher.

Com o passar do tempo a flexibilidade da carga horária se estendeu ao gênero masculino até se configurar como uma forma de benefício adquirido ou concedido a uma parcela privilegiada. Novamente a tecnologia contribuiu para que esta forma de trabalho fosse

[17] O termo "externalidade positiva" é a formulação oposta da "externalidade negativa" apontada no passado como efeitos coletivos de ações individuais isoladas como o transito de uma cidade, brigas em eventos esportivos, entre outros. Ao contrário, a externalidade positiva representa "resultados coletivos que surgem de interações individuais e têm sobre estas uma ação positiva" (GORZ, 2005, p. 20). São aproveitadas no sistema de produção pós fordista como um bem maior e que não poderiam ser valoradas, compradas com dinheiro, pois pertencem a cultura.

possível, sendo que hoje é possível trabalhar em casa com o auxílio de um computador conectado à Internet. Para tanto, formas de controle virtual foram criadas para fiscalizar a produção, monitorar as informações via e-mail trocadas pelo funcionário, entre outros.

A carga horária flexível ironicamente promove um retorno aos tempos pré-capitalistas, em que casa e trabalho se confundiam. Por fim, esta relação representa uma falsa idéia de liberdade ou gratificação, visto que as metas de produtividade seguem sendo cobradas, mas agora mediante novas estruturas de controle, além disso faz com que o sujeito perca a perspectiva e a dimensão do lar como lugar de não trabalho, como um lugar privado. Isso ocorre porque a flexibilização do tempo (ou o tempo capitalizado) volta cada vez mais o indivíduo para a produção, enquanto esta, por sua vez, passa a ocupar lugares antes dedicados à vida privada do trabalhador. Se o tempo agora é flexível, todo o momento pode se converter em um momento dedicado ao trabalho, sendo assim, dentro de uma perspectiva capitalista, o tempo de lazer antes dedicado ao ócio, ao convívio familiar, entre outros, deve transformar-se em um período de produtividade, ou seja, o jantar passa a ser um momento para fechar negócios, para discutir estratégias de ação, o clube de campo (muitas vezes pertencente à empresa e disponibilizado para os funcionários como associação) que deveria representar um espaço para o descanso, para o lazer do trabalhador acaba convertendo-se em ponto de encontro para discutir investimentos ou qualquer outro tema voltado para o trabalho.

Ao mesmo tempo uma questão se torna relevante. Se no trabalho imaterial, no tempo flexível, qualquer momento ou espaço pode se converter em produção, se o trabalho hoje exige que, mesmo em casa, junto à família ou no momento de lazer o sujeito deve se manter produtivo, se os momentos de socialização se converteram em jantares ou coquetéis de negócios, qual o momento dedicado pelo sujeito às relações privadas? Como ficam os laços comunitários?

Dentro do panorama esboçado pelas transformações do modo de produção podemos perceber que as relações privadas e comunitárias do indivíduo moderno mitigam à medida que este é impulsionado pela produção. Com as novas formas de reorganização do trabalho, cada vez mais incertezas são criadas para o trabalhador que se vê obrigado a abdicar de sua rotina para assegurar a produção a ele conferida. Podemos perceber aqui as mesmas situações descritas quando falávamos dos trabalhadores da linha de montagem, sendo assim, se em um dado momento o indivíduo foi coagido a fazer horas extras para elevar a produção, com a abolição das linhas que diferenciavam o tempo de trabalho do tempo para a vida privada ou

social, a cobrança por produtividade seguiu indiscriminadamente, cabendo ao sujeito do trabalho imaterial responder pelas demandas, assim como ocorria no operário.

Dentro da ausência de seguranças, só resta ao trabalhador assegurar seu lugar no modo de produção, mostrando a todo momento seu comprometimento, sua eficiência, seu "merecimento". Uma competitividade acirrada ganha dimensões no cotidiano do trabalhador que se vê obrigado a abdicar de partes cada vez mais significativas de sua vida privada, oferecendo períodos cada vez maiores de seu tempo para o trabalho. Dentro desta perspectiva encontramos o indivíduo cada vez mais dependente das relações de produção como forma de assegurar sua estabilidade (mesmo que aparente), e não mais nos laços comunitários baseados no auxílio mútuo e que se davam através dos períodos de socialização, de lazer, de trocas de experiências, entre outros. Nada assusta mais o sujeito que a perda de sua renda, que a perda de seu emprego.

Entretanto, ao mesmo tempo em que o indivíduo abre mão de sua vida privada pelo trabalho, ele mesmo se privatiza devido ao distanciamento das relações comunitárias. Para este indivíduo passa a operar cada vez mais as relações de consumo e de produção, como em um jogo, ao qual tudo deve ser feito para assegurar sua permanência nas próximas rodadas (de demissão, de promoção ou mesmo de manutenção de seu emprego.)

Vejamos agora os desdobramentos das relações de produção com a consolidação de um mercado mundial, cujas possibilidades de venda, mas também de deslocamento de empresas, de substituição de mão de obra, entre outros elementos conferem à competitividade uma outra dimensão.

1.7. A migração dos empregos

Com as mudanças da conjuntura política do fim do século XX que culminaram no triunfo do capitalismo sobre o socialismo, ou seja, com o fim da bipolaridade global, as empresas dos países capitalistas e desenvolvidos viram no exterior possibilidades ilimitadas de expansão, tanto de seu mercado, como de suas frentes de produção. Muitas empresas fecharam suas portas em seus países de origem no hemisfério norte e migraram para países

pobres do hemisfério sul em busca de mão de obra mais barata, leis trabalhistas brandas e forças sindicais insipientes.

Sendo assim, Viviane Forrester aponta que o estímulo ao trabalho está no auge em certos pontos do planeta (áreas subdesenvolvidas ou em desenvolvimento) enquanto outros sofrem com a migração tendo que administrar o ônus. Vale estender esta discussão para além da migração de países ricos para países pobres, mas também entre países pobres ou até mesmo entre regiões[18]. Para a autora:

> A empresa que se muda para outras plagas não pagará mais impostos nos lugares que deixou, e serão o Estado e as coletividades abandonadas que deverão financiar o desemprego que ela criou – quer dizer, financiar as escolhas que ela fez em seu próprio benefício e em detrimento da coletividade![...] sempre se descobre – pobres ainda mais pobres, menos difíceis, menos exigentes. (FORRESTER, 1997, p. 99-101).

Além das migrações devemos levar em consideração as tendências anteriormente apontadas como a reengenharia e a terceirização da produção, lógica imperativa na modernidade líquida que em muitos casos leva ao desaparecimento do corpo físico das fábricas em prol de investimentos em elementos abstratos e altamente rentáveis da produção, como o marketing. Sendo assim, os produtos podem ser feitos por qualquer um em qualquer lugar, o que importa é o valor simbólico a ele atribuído pela marca cuidadosamente construída através de investimentos milionários.

> De acordo com essa lógica, as corporações não devem gastar seus recursos finitos em fábricas que exigirão manutenção física, em máquinas que sofrerão corrosão ou funcionários que certamente envelhecerão e morrerão. Em vez disso, elas devem concentrar seus recursos nos elementos utilizados para construir suas marcas; isto é, patrocínio, embalagem, expansão e publicidade. Elas devem também gastar em sinergias: comprar canais de distribuição e varejo para levar sua marca ás pessoas. (KLEIN, 2006, p. 220).

Podemos constatar então, que o fim das barreiras globais alterou significativamente o mundo do trabalho. Se por um lado muitos trabalhadores do norte rico perderam seus empregos e se viram em uma luta desleal com trabalhadores asiáticos que se submetem a

[18] No Brasil podemos apontar para os constates conflitos na região do ABC paulista, sobretudo na área metalúrgica e automotiva, com constantes ameaças de migração das fábricas para o nordeste do país, mudança que busca maiores incentivos fiscais e mão de obra mais barata.

jornadas de trabalho por remunerações desumanas, por outro encontramos uma exploração clara e degradante de certas populações em países da Ásia, América do Sul e Central. Em muitos casos as empresas donas de supermarcas passaram a comprar os produtos destas zonas produtoras sem desenvolver nenhum vínculo empregatício com os trabalhadores, como aponta a jornalista Naomi Klein:

> É por isso que muitas empresas estão agora afastando-se completamente da produção. [...] Elas fecham as fábricas que já existem, transferindo a produção para fábricas terceirizadas, principalmente no exterior. E quando os velhos empregos voam para fora do país, algo mais está voando com eles: a idéia obsoleta de que um fabricante é responsável por sua própria força de trabalho. O porta-voz da Disney, Ken Green, deu uma indicação da profundidade dessa mudança quando se mostrou publicamente frustrado com o fato de sua empresa estar sendo criticada pelas condições desesperadoras em uma fábrica haitiana que produz roupas Disney. "Não empregamos ninguém no Haiti", disse ele referindo-se ao fato de que a fábrica é propriedade de outra empresa. (KLEIN, 2006, p. 221-222).

Novamente nos deparamos com o grande abismo de desigualdade sugerido por Adam Smith e citado anteriormente, no entanto, passados três séculos vislumbramos não apenas que o capitalismo não foi capaz de transpô-lo, mas o aprofundou.

Hoje podemos dizer que existem duas classes de trabalhadores nos países desenvolvidos e emergentes, que uma sobrevive às custas de suas capacidades intelectuais, são geralmente brancos, classe social mediana, freqüentemente investidores, publicitários, administradores, programadores, entre outros cargos que compõem o quadro das empresas líquidas, mas que devem demonstrar seu valor e pertinência a todo o momento, pois de uma hora para outra podem tornar-se redundantes e vítimas da reengenharia.

Frente a esta primeira categoria de trabalhadores, Sennett sugere em "A cultura do novo capitalismo" (2006) que o sujeito da modernidade líquida deve encarar-se como uma empresa, deve ser competitivo e altamente capacitado para se colocar e transitar no mar de variáveis do mercado de trabalho, uma espécie de "Você S/A"[19].

Dessa forma, os sujeitos da primeira classe competem entre si na nova cultura pela disputa dos objetivos empresarias, seja de forma individual ou em equipes. O que chama a atenção, segundo Sennett (2006), é que esta forma de produção difere radicalmente dos

[19] Jogo de palavras utilizada pelo autor que consiste em colocar a frente do sujeito uma denominação utilizada pelas empresas e que significa "sociedade anônima".

coeficientes de eficiência proposto por Taylor, visto que um número de pessoas, competindo entre si, deve alcançar um resultado, obter uma boa idéia capaz de elevar ainda mais a empresa, obter um determinado investimento entre outros aspectos resultados desta forma de trabalho.

> Pela lógica da flexibilidade, o que importa é obter os melhores resultados com a maior rapidez possível. É esta, para eles, a verdadeira medida da eficiência. Este tipo de competição interna leva àquilo que o economista Robert Frank chama de recompensa "tudo ou nada": os prêmios máximos são concedidos apenas à equipe vencedora, sendo poucos ou inexistentes os prêmios de consolação. (SENNETT, 2006, p. 53).

Este sistema de recompensa acaba por gerar estresse e ansiedade, como pode constatar Sennett em sua pesquisa, além disso contribui para acirrar a desigualdade social, visto que não existe lugar para os perdedores, na cultura do tudo ou nada a aposta é sempre grande.

Nesta classe de trabalhadores que lutam para não serem dispensáveis ou substituíveis, ganha o que tiver empregado mais capital e tempo em sua formação continuada, for mais competitivo (mas nem sempre ético). Para o perdedor pouco lhe resta a não ser cair novamente na luta por um novo emprego para então se reerguer, se for capaz.

> Os executivos podem sofrer tanto quanto os trabalhadores mono qualificados. E surpreendentemente descobrir a que ponto perder rapidamente o pé e como a sociedade se torna severa, como não existe ou quase não existe mais recurso quando alguém fica desarmado! Tudo vacila, aprisiona e se afasta ao mesmo tempo. Tudo se fragiliza, até mesmo a moradia. A rua se torna próxima. Poucas são as coisas que não têm o direito de se exercer contra quem não tem mais "meios". Sobretudo meios de ser poupado e em qualquer domínio. (BAUMAN, 2008, p. 47).

Na nova economia inexiste a possibilidade de carreira, várias empresas são vendidas, fundidas ou simplesmente fecham suas portas antes que o sujeito possa galgar sua trajetória como funcionário exemplar. Os que trabalhavam há décadas, como aponta Sennett (2006), em empresas de renome como IBM, perderam gradativamente seus empregos para pessoas mais jovens, recém formadas e mais hábeis e adaptadas para a nova conjuntura. Além disso, os jovens trabalhadores podem ser contratados por um salário muito menor do que o de um

funcionário de carreira e freqüentemente são menos questionadores quanto às diretrizes da empresa e às novas políticas implementadas.

Gorz (2005, p. 25) ainda ressalta que em muitos casos estes trabalhadores ficam à mercê de períodos de hiperatividade e de desemprego dado à referida falta de vínculo empregatício. O que chama a atenção deste autor é que este período pode ser alternado dentro de um mesmo conglomerado, ou seja, o sujeito é despedido pela empresa X e contratado pela empresa Y por um salário menor, no entanto, ambas pertencem a um mesmo conglomerado financeiro.

Já a outra classe de trabalhadores pode ser caracterizada pelo sujeito da massa, capaz de desempenhar uma centena de empregos diferentes, visto que passou por uma série de cursos técnicos, sendo capaz de dominar conteúdos de informática que o habilitam a operar maquinários, pequenas operações via computador, entre outras.

Estes sujeitos da segunda classe trabalhista dedicam-se a ocupar uma série de postos de trabalho. São qualificados, alguns com diplomas técnicos ou universitários (jovens que não foram muito felizes no mercado de trabalho e batalham em empregos menores até surgir algo melhor, mas que muitas vezes nunca aparecerá), entre outros que se esgueiram para obter seu sustento.

Estão sujeitos a uma forma de relação de produção baseada em empregos temporários, pois "todas as corporações querem uma reserva fluida de empregados de meio expediente, temporários e free-lancers para ajudá-las a manter suas despesas gerais baixas e suportar as reviravoltas do mercado." (KLEIN, 2006, p. 257).

Entretanto, tal condição de trabalho tão almejado pelas empresas cria sérios impactos na vida dos trabalhadores, no entanto, esta consideração não é relevante para os empregadores que criaram para si um ideal de funcionário, como sugere Forrester:

> A preferência, entre os empregadores, por empregados "flutuantes", descomprometidos, flexíveis, "generalistas" e, em última instância, descartáveis (do tipo "pau-pra-toda-obra", em vez de especializados e submetidos a um treinamento estritamente focalizado), foi o mais seminal de seus achados (...) O empregado ideal seria uma pessoa sem vínculos, compromissos ou ligações emocionais anteriores, e que evite estabelecê-lo agora; uma pessoa pronta a assumir qualquer tarefa que lhe apareça e preparada para se reajustar e refocalizar de imediato suas próprias inclinações abraçando novas prioridades e abandonando as adquiridas anteriormente; uma pessoa acostumada a um ambiente em que "acostumar-se" em si – a um

> emprego, habilidade ou modo de fazer as coisas – é algo malvisto e, portanto, imprudente; além de tudo, uma pessoa que deixará a empresa quando não for mais necessária, sem queixa nem processo. Uma pessoa que também considera as perspectivas de longo prazo, as trajetórias de carreira gravadas na pedra e qualquer tipo de estabilidade mais desconcertantes e assustadoras do que a ausência das mesmas. (FORRESTER, 1997, p. 17-18).

Os empregadores, geralmente do setor de prestação de serviços primam por empregarem jovens. Eles não querem fundar laços empregatícios com pais de família, pois sabem que suas necessidades exigem muito mais do que o pequeno ordenado que estão dispostos a pagar.

Segundo Klein (2006), a tradição de empregos temporários se acirrou, sobretudo em lojas de *fast-foods*, grandes varejistas e em lojas de *shopping centers*. Eram caracterizados por jovens trabalhadores dispostos a batalhar para obterem suas liberdades econômicas, apesar de a maioria morar com os pais.

No entanto, com o avanço da crise econômica e a decadência do mundo do trabalho, estes empregos antes destinados a jovens aventureiros passaram a ser ocupados por toda sorte de trabalhadores, pessoas dispostas a trabalharem em *McEmpregos*[20], como aponta Klein ao entrevistar uma trabalhadora do ramo:

> você fica preso a essa dicotomia de 'Acho que posso fazer melhor do que isso, mas não consigo porque não encontro outro emprego'. Então você diz a si mesmo, 'Só estou aqui temporariamente, porque vou encontrar alguma coisa melhor'". Esse estado internalizado de perpétua transitoriedade foi conveniente para os empregadores do setor de serviços, que tinham sido livres para permitir salários estagnados e proporcionar pouco espaço para mobilidade para cima, uma vez que não há uma necessidade urgente de melhorar as condições de empregos que todos concordam que são apenas temporários. (KLEIN, 2006, p. 259).

Contudo, podemos observar ao longo deste capítulo como as transformações do mundo do trabalho incidiram sobre a vida do indivíduo moderno. Tais mudanças produziram uma diferente forma de modernidade, impondo comportamentos e ritmos particulares ao sujeito. Quanto a esta reviravolta e esta imprecisão frente às características de produção (bem

[20] O sindicalista de comércio internacional Dan Gallin definiu o McEmprego como "um emprego de pouca qualificação, remuneração baixa, alto nível de estresse, exaustivo e instável". (KLEIN, 2006, p. 263).

como de seu papel), Viviana Forester (1997) descreve, com sutil ironia, um saudosismo à antiga forma de organização do mundo do trabalho contra a qual tanto se lutou:

> Patrões com estado civil bem definido; diretores, empregados, operários deslocando-se de um ponto a outro, cruzando-se sobre o mesmo solo. Sabia-se onde estavam e quem eram os dirigentes, quem desfrutava o lucro. Geralmente havia na chefia um único homem, mais ou menos poderoso, mais ou menos competente, mais ou menos tirânico, mais ou menos próspero, que possuía bens, manejava o dinheiro. Quanto à empresa, ele era o proprietário (com ou sem sócios igualmente identificáveis). Um indivíduo tangível, com um nome, de carne e osso, que tinha herdeiros e, quase sempre, também era um deles. Podia-se avaliar com um simples olhar a importância da empresa; sabia-se onde estava acontecendo o labor necessário, assim como se sabia onde eram produzidas (geralmente em condições escandalosas) a 'condição operária' e as famosas 'criações de riquezas', então chamadas 'benefícios'. Os produtos manufaturados (as mercadorias), a negociação, a circulação das matérias-primas tinham uma importância essencial, enquanto a empresa tinha uma razão social e uma função conhecida. (FORRESTER, 1997, p. 24).

Também vale a pena apontar como o capitalismo funciona como uma máquina capaz de operar sob aspectos e características transtemporais, incorporando a ela antigos sistemas como pudemos observar quando abordamos a gestão por objetivos e o retorno à indissociação do ambiente de trabalho e o lar, bem como muitos outros aspectos não mencionados. Vale ressaltar que esta máquina se vale do volume de informação e conhecimento produzido em um curto espaço de tempo, sobretudo com o advento da informática que permitiu organizar e catalogar tais informações, criando espaços e concepções puramente modernos. Dessa forma, se por um lado a modernidade possibilita a organização da história em espaços virtuais (nos permitindo circular por ela também fisicamente como no caso dos museus), ela também utiliza-se de toda esta produção humana e histórica em suas engrenagens para a manutenção de seu contínuo movimento essencial voltado para a produção.

Quanto à produção, a automação das fábricas e a constante ascensão do trabalho imaterial ditaram novos contornos para o trabalho, bem como para o perfil do trabalhador. A concorrência, à qual se submeteram as empresas no panorama global se estendeu aos trabalhadores, visto que para eles não existe mais segurança ou vínculos empregatícios, pois uma empresa pode falir, fundir-se a outra ou simplesmente desaparecer antes do trabalhador galgar sua trajetória na firma. Desde Marx entendemos a força de trabalho como uma mercadoria, mas diferente dos séculos passados em que os trabalhadores compunham um "contingente de reserva" para a produção, podendo a qualquer momento ser reincorporado às

fábricas (vendendo sua força de trabalho). Hoje este caráter mercadoria intrínseco ao trabalho capitalista deve atender às mesmas demandas de mercado que qualquer outra mercadoria. Sendo assim, para ser reabsorvido, o trabalhador deve mostra-se vistoso aos olhos do capital e não estar apenas disponível ao trabalho, deve exibir suas qualificações, sua boa aparência, enfim, deve mostrar-se valioso, desejável, assim como as mercadorias atuais que se valem das embalagens e dos programas de marketing para tornarem-se vendáveis.

Ao mesmo tempo, vivemos em um momento histórico onde impera um consumismo exacerbado, mas também uma valorização sobrenatural dos ícones de mercados (das marcas) que trouxeram novas dimensões para o fetiche da mercadoria. Esta nova geração de mercadorias galgadas em longos e milionários investimentos em marketing passa a compor o indivíduo, tornam-se símbolos indispensáveis para pessoas de todas as classes.

Frente às transformações do modo de produção e das novas características da mercadoria, não podemos tomá-los separadamente, mas como produtos do processo histórico delineado sob a égide do capitalismo. Sendo assim, abordaremos no próximo capítulo a mercadoria e as transformações que nela ocorreram, levando em consideração a concorrência do mercado, a necessidade de novas formas de marketing e o impacto nos indivíduos consumidores.

Capítulo 2 – Considerações sobre o indivíduo e o consumo

Conforme a população se transforma em trabalhadores imateriais, tal produção demanda outras formas de sentido, outras formas de consumo, outras formas de se relacionar com a sociedade, com a cultura, com a velocidade, entre outros aspectos.

A escolarização em massa fez com que diversos aspectos da cultura fossem valorizados, pois era esta a nova ferramenta do trabalhador moderno. Assim, quanto mais conhecimento, maior valor o operário poderá agregar a si na hora de comercializar sua mão de obra "autônoma".

Como a cultura é agora um bem de domínio de todos e todos devem aproveitá-la, da melhor forma possível, porque não comercializá-la, torná-la um empreendimento, produzi-la em escala industrial e disseminá-la pra as massas, uma cultura de massa para uma intelectualidade de massa!

Vale lembrar que a partir da década de cinqüenta a televisão tornou-se um eletrodoméstico muito popular nos países desenvolvidos, servindo de canal para a veiculação de toda sorte de informação. Desse modo, quem ousaria ficar de fora dos grandes acontecimentos, dos novos programas que surgiam ou, simplesmente, da tecnologia em geral que se revolucionava a cada dia.

A televisão pode ser considerada como a fusão do rádio com o cinema, a revolução técnica que permitiu tal advento também proporcionou a produção em série de uma nova dramaturgia, algo a ser produzido e descartado com a mesma velocidade, rompendo com as antigas formas de produção e de concepção acerca do sentido e valor do produto, tido até então como artístico.

> O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se de definem a si mesmos como indústrias, e as cifras públicas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114).

A existência de um meio de comunicação em massa inaugura novas formas de comunicação, novas linguagens e necessidades, entretanto, como representa a massificação destes mesmos atributos, ocorre uma cristalização dos processos comunicativos gerados na modernidade.

A extensão que a massificação apresenta gera um canal comunicacional interessante para a economia que encontra na televisão uma janela para toda gama de produtos. Dessa maneira, entre uma produção cultural e outra, uma série de novos produtos entram em cena. Frutos dos largos investimentos em tecnologia, são anunciados nos intervalos comerciais que auxiliam na veiculação das novas tendências do mundo moderno, das novas subjetividades correntes e das novas ferramentas que o sujeito deve assegurar para si e incorporá-la a sua representação social. Esta exposição dos novos produtos em rede nacional aperfeiçoa as estratégias de afetação do público, além de sustentar a indústria da cultura presente e representada, entre outras instâncias, pela televisão.

Quanto a este último aspecto, podemos dizer que a veiculação dos produtos em cadeia nacional oculta a estrutura comercial presente na televisão, uma vez que esta se apresenta ao público como gratuita, enquanto que na verdade é sustentada pelas empresas produtoras que alugam as faixas de horários destinadas às propagandas.

Dessa forma, podemos observar que junto à intelectualidade de massa, surge uma cultura também massificada, cujo viés mercadológico e as novas tecnologias culminaram em novos processos sociais, não obstante, pautado pelo consumo de massa. Podemos notar que uma série de aspectos decorrentes da modernidade se interceptou na realidade, promovendo a formação de novos indivíduos sociais e novas formas de socialização baseadas na administração e no consumo de informações, independentes de sua natureza.

Também emerge na modernidade a supremacia da imagem (sobretudo com a popularização da televisão) como forma de linguagem e como forma de disseminação ideológica. Ela promoverá todos os aspectos estéticos desejáveis, veiculará padrões, auxiliará no trânsito de informações para a difusão de ideologias, entre outros. Para tanto, fará uso de recursos técnicos (por ela inaugurado ou para ela aperfeiçoado) e de sua potência para criar ambientes que representem o imaginário do consumidor, materializando-o em programas, peças publicitárias, fotos, filmes, vídeoclips, etc.

Entendemos que o uso de tecnologias de disseminação dos referidos padrões se materializam, entre outros aspectos, na venda das mercadorias. A supremacia da imagem sobre outras dimensões da percepção leva os sujeitos a se reconhecerem socialmente, a partir dos artifícios promovidos para as vendas através da aparência legitimada entre os indivíduos, gerando assim padrões de consumo, o que representa um grande nicho de investimento para as empresas. Não basta apenas querer vender o produto, é preciso criar uma imagem vendável. Vejamos como se deu esta nova tendência de investimentos e como os indivíduos passaram a se relacionar a partir dela.

2.1. A construção das marcas corporativas, o marketing e o consumo

Assim como abordamos no capítulo anterior, fábricas e linha de produção passaram a representar os dinossauros da economia, suas estruturas pesadas e onerosas tornaram-se empecilhos para o novo padrão de competitividade. Para Naomi Klein (2006), estas antigas formas de se conceber as empresas estaria ligada às políticas surgidas após a depressão de 1929, em que os economistas americanos definiram que a esperança estaria nas fábricas, na produção de bens a serem convertidos em dólares ou bens de raiz. Entretanto, a década de 80 foi palco de uma recessão econômica em que muitas empresas vacilaram: “Surgiu o consenso de que as corporações estavam inchadas, superdimencionadas.” (KLEIN, 2006, p. 28).

O problema enfrentado pelas organizações na década de 80 era fundamentalmente administrativo, as empresas não sabiam como manter suas taxas de crescimento em um mercado cada vez mais competitivo sustentando suas proporções em toda extensão, como linhas de montagem, listas de pagamentos onerosas, tributações, entre outras. A saída estaria na supressão da produção, na projeção em estratégias mais competitivas e lucrativas, desvinculando-se cada vez mais dos trabalhadores, afinal, pergunta Forrester (1997), por que se importar com eles?

> Por que razão essa casta se preocuparia com multidões inconscientes que, como maníacas, insistem em ocupar perímetros concretos, estabelecidos, situados, onde possam bater pregos, apertar parafusos, carregar cacarecos, arrumar coisas, calcular

> troços, intrometer-se em tudo, verdadeiros desmancha-prazeres, com circuitos lentos como os movimentos do próprio corpo, esforços patentes, cronologias e ritmos já fora de moda, e, depois, suas vidas, seus filhos, sua saúde, sua moradia, sua comida, seu salário, o sexo, a doença, o lazer, os direitos? Que ingênuos! Aqueles que esperam tudo, isto é, um emprego, já não são mais abordáveis. Eles, em outras esferas, dedicam-se fazer nascer o virtual, a combinar, sob a forma de 'produtos derivados', valores financeiros não mais sustentados por ativos reais e que, voláteis, inverificáveis, geralmente são negociados, sacados, convertidos antes mesmos de ter existido. (FORRESTER, 1997, p. 25-26).

Passaremos a seguir a uma contextualização histórica das marcas para em seguida problematizar as conseqüências desta na formação subjetiva dos indivíduos, bem como suas implicações sociais e econômicas.

Segundo Naomi Klein (2006), primeiramente é importante distinguir marcas de publicidade. A publicidade esteve presente em quase todas as sociedades e consistia em levar informações de interesse comum ao meio público. As primeiras campanhas publicitárias da era industrial datam da segunda metade do século XIX e consistiam na divulgação dos novos produtos que surgiam (rádio, automóvel, lâmpada elétrica, telefone, entre outros), sendo denominadas de publicidade de invenção. Estas estavam mais preocupadas em inserir esses novos produtos na cultura do que em criar uma identidade para o produto.

No entanto, a era industrial inundou o mercado com produtos uniformes produzidos em massa, o que fez com que, concomitantemente à publicidade de invenções surgisse uma nova forma de publicidade, uma publicidade que buscasse a distinção entre os produtos. Nesse sentido:

> A primeira tarefa do branding[21] era dotar de nomes próprios bens genéricos como açúcar, farinha de trigo, sabão e cereais, produtos que antes eram retirados de barris por comerciantes locais. Na década de 1880 as logomarcas corporativas foram aplicadas a produtos fabricados em massa como a sopa Campbell´s, os picles H.J.Heinz, e a Aveia Quaker. Como observam os historiadores e teóricos do design Ellen Lupton e J. Abbott Miller, as logomarcas eram elaboradas de modo a evocar familiaridade e um caráter popular, como uma forma de tentar superar o novo e perturbador anonimato dos bens embalados (...) um vocabulário nacional de marcas substituiu o pequeno lojista local como a interface entre o consumidor e o produto. (KLEIN, 2006, p. 30).

[21] Trabalho de construção e gerenciamento de uma marca junto ao mercado.

Segundo Klein, as primeiras publicidades primavam pela grandiosidade de seus anúncios, apesar disso, as grandes letras apareciam sobre um fundo branco, não havia a intenção de atribuir um caráter afetivo às marcas até que, nos anos 20:

> [...] o lendário publicitário Bruce Barton transformou a General Motors em uma metáfora da família americana, 'algo especial, caloroso e humano' [...] Em 1923 Barton disse que o papel da publicidade era ajudar as empresas a encontrar sua alma. Filho de um pregador, ele usou sua educação religiosa para enaltecer as mensagens. (KLEIN, 2006, p. 31).

Percebeu-se então que toda empresa poderia ter uma identidade corporativa mediante o uso de etiquetas e slogans, isso levou as agências a distanciarem-se progressivamente dos produtos e se aproximarem de estudos psicológicos e antropológicos na tentativa de entender o que significavam as marcas na vida das pessoas.

Outro fator que impulsionou os estudos sobre a propaganda e o marketing, segundo Gorz (2005), foram as limitações que o Estado encontrava para dar vazão às inúmeras invenções decorrentes dos avanços tecnológicos das áreas militares[22], dessa forma, a questão era como colocar aos civis tais produtos. Para o autor, a resposta veio através de Edward Barnays, um sobrinho de Freud. Barnays atentou para a necessidade de se criar uma relação com o público, alterando a antiga concepção de que os consumidores consumiam produtos que satisfizessem suas necessidades, sendo assim:

> (...) se as necessidades das pessoas eram limitadas por natureza, seus desejos eram essencialmente ilimitados (...) É às instâncias inconscientes, às motivações irracionais, aos fantasmas e aos desejos inconfessáveis das pessoas que era preciso apelar. (GORZ, 2005, p. 48).

Segundo Gorz, para Barnays era necessário produzir um consumidor-tipo, aquele que busca e encontra no consumo uma forma de expressar seu "eu mais íntimo". (2005, p.48-49)

[22] Muitas das tecnologias comuns aos indivíduos modernos tiveram suas origens nos investimentos tecnológicos das áreas militares, mas que posteriormente foram incorporados à setores da esfera civil como mercadorias vendáveis. Para tanto todo um nicho de mercado precisou ser criado para incorporar os novos produtos. Como exemplo podemos citar o advento do celular, da Internet, do GPS, entre muitos outros.

> Quando a indústria do tabaco abordou Barnays, perguntando-lhe se ele via um meio de fazer as mulheres fumarem, Barnays assumiu o desafio sem hesitar. O cigarro, explicou ele, era um símbolo fálico, e as mulheres se disporiam a fumar se vissem no cigarro um meio de se emanciparem simbolicamente da dominação masculina. Por ocasião do grande desfile da festa nacional em New York, informou-se à imprensa que um grande acontecimento iría se produzir. E efetivamente, a um sinal previamente estabelecido, vinte moças elegantes tiraram cigarros e isqueiros de suas bolsas e acenderam suas simbólicas freedom torches ("tochas da liberdade"). O cigarro havia-se tornado símbolo da emancipação feminina. Barnays – e a indústria do tabaco – haviam ganho. (GORZ, 2005, p. 49).

Sendo assim, o marketing tem como objetivo produzir consumidores, instaurar "desejos e vontades de imagens de si e dos estilos de vida que, adotados e interiorizados pelos indivíduos, transformam-nos nessa nova espécie de consumidores que 'não necessitam daquilo que desejam, e não desejam aquilo de que necessitam'" (GORZ, 2005 p. 48). O investimento destinado ao marketing ganha destaque, pois através dele opera-se a sedução, levando o indivíduo comum a consumir algo que antes não fazia parte de seus costumes. Ao mesmo tempo os investimentos neste setor agregam valor ao trabalho imaterial desenvolvido na produção da publicidade, alterando também a cotação das empresas.

Foi necessário muito tempo até que os fabricantes se adaptassem ao mercado que surgia, com novas formas de relacionamento entre consumidor/marca/produto, até que em 1988 a Philip Morris (fabricante de cigarros) comprou sua concorrente Kraft por US$ 12,6 bilhões, um valor 6 vezes maior do que seu valor material. Isso quer dizer que "um imenso valor em dinheiro fora atribuído a algo que era abstrato, não quantificável – uma marca" (KLEIN, 2006, p. 31). Isso fez com que se justificasse os milhões em investimentos publicitários, que agora extrapolavam os meros cartazes e pequenas aparições televisivas. O valor investido pelas empresas no setor de marketing para a construção da marca transformou a relação de valores antes empregados na contabilização do valor das ações das empresas. Quanto mais forte a imagem produzida, quanto maior o impacto sobre os consumidores, mais valor era agregado às ações nas bolsas de valores sob a denominação de "ativos imateriais", justificando assim a diferença do valor pago pela Philip Morris.

Seguindo esta tendência, os anos 90 inauguraram novas formas de marketing mais agressivos. A partir do reconhecimento do valor agregado pelo marketing, aparentemente todas as formas de ação para emplacar uma marca pareceram valer a pena, como exemplifica Klein:

> (...) tiras de 'CK Be' da Calvin Klein foram colocadas no verso de envelopes de ingressos de concertos; em alguns países escandinavos você pode fazer interurbanos 'gratuitos' com anúncios interrompendo sua conversa ao telefone (...) adesivos publicitários em frutas promovendo seriados cômicos da rede ABC, propaganda da Levis em banheiros públicos (...) propagandas de filmes do Batman projetadas em calçadas ou no céu noturno (...) A ameaça contínua da Pepsi de projetar sua logomarca na superfície da Lua ainda não foi materializada, mas a Mattel pintou uma rua intera em Salford, na Inglaterra, com um rosa 'cor de chiclete berrante' – cassas, pórticos, árvores, rua, calçada, cães e carros, todos foram acessórios nas comemorações televisionadas do 'mês cor de rosa da "Barbie". (KLEIN, 2006, p. 33).

No entanto, algumas variações ocorreram no mundo dos investimentos publicitários. Muitas empresas de renome diminuíram consideravelmente a porcentagem destinada a propagandas, adotando outras estratégias de marketing como a gratificação do consumidor com brindes, promoções, concursos e redução de preços. Isso se deu porque algumas empresas buscaram novas estratégias para tornarem-se mais eficientes frente à concorrência acirrada, acreditando que os investimentos milionários em marketing não sustentariam suas marcas.

Tais variações coexistiram no mundo dos investimentos, até que em 1993 ocorreu um evento que pareceu abalar a lógica dos investimentos, algo que ficou conhecido nos meios publicitários como a "sexta feira da *Marlboro*". Este evento ocorreu após a *Philip Morris*, a mesma que anos antes fora pioneira nos investimentos imateriais, anunciou que cortaria o preço dos cigarros como uma estratégia de tornar-se mais competitiva na disputa por mercado contra marcas menos conhecidas e mais baratas. Isso fez com que os teóricos da propaganda declarassem não só a morte da *Marlboro*, como do conceito de marca. (KLEIN, 2006, p. 36).

O motivo, como explica Klein, era que:

> (...) se uma marca de 'prestígio' como a Marlboro, cuja imagem fora cuidadosamente preparada, cuidada e melhorada com mais de um bilhão de dólares em publicidade, estava tão desesperada a ponto de concorrer com produtos sem marca, então claramente todo conceito de marca tinha perdido seu valor (...) O homem da Marlboro, afinal, não era apenas uma campanha antiga, lançada em 1954, era a campanha publicitária de maior duração na história (...) No dia em que a Philip Morris anunciou seu corte nos preços, os preços das ações de todas as marcas nacionais afundou: Heinz, Quaker, Coca-Cola, PepsiCo, Proter and Gamble e RJR Nabisco. (KLEIN, 2006, p. 36).

O impacto sentido foi tão grande que na mesma época da Sexta-Feira da *Marlboro*, o pesquisador de mercado Jack Myers (1993 *apud*: KLEIN, 2006, p. 38) publicou seu livro

"*Adbashing: Surviving the attacks on advertising*", nele dizia o seguinte: "nós, como setor, devemos admitir que atingir a publicidade representa uma ameaça ao capitalismo, à livre imprensa, a nossas formas básicas de entretenimento e ao futuro de nossos filhos."

Apesar do estardalhaço feito, grandes marcas como *Nike, Appel, Body Shop, Calvin Klein, Disney, Levi`s,* e *Starbucks* observaram pacientemente o comportamento de *Wall Street* para seguirem seus investimentos em publicidade. Nesse sentido:

> (...) as empresas que tiveram sucesso com a queda foram as que optaram pelo marketing do valor todo o tempo (...) Para essas empresas, o produto ostensivo era um mero tapa buraco para a produção do real: a marca (...) ao contrário das marcas nacionais clássicas, como a TIDE e a Marlboro, esses logos não estavam perdendo aceitação, estavam a ponto de quebrar todas as barreiras do marketing – tornando-se acessórios culturais e filosóficos de estilo de vida. (KLEIN, 2006, p. 39-40).

Klein (2005) ainda assinala que depois deste episódio, muitas empresas livraram-se do mundo corpóreo das produções que deveria passar a ser fabricada por terceiros e cuja preocupação deveria ser assumir demandas e cumprir prazos. Sabemos, no entanto, que isso representou a migração das fábricas terceirizadas a países do terceiro mundo em busca de mão de obra barata, assim como já abordamos anteriormente, a questão é que, com isso, as empresas passaram a estar "livres para se concentrar em seu verdadeiro negócio – criar uma mitologia corporativa poderosa o bastante para infundir significados a esses toscos objetos apenas assinalados com seu nome" (KLEIN, 2006, p. 46). Para a autora, a transcendência da marca representa uma mudança no conceito desta que passa a ser um estilo de vida, uma atitude, um conjunto de valores, uma expressão.

Outras formas de gerenciar a marca ou executar o *Branding* surgiram com o propósito de expor as marcas de formas mais eficientes, vinculando-as a espaços ou personalidades, a eventos culturais, entre outros lócus investidos pela gestão publicitária, cujo objetivo é consolidar a marca como um depositário de atributos a serem supostamente incorporados ao consumidor.

Klein (2006) aponta para o *branding* da paisagem urbana, da mídia, da música, dos esportes, entre outros. Vejamos alguns exemplos destas ardilosas estratégias.

O *Branding* da paisagem urbana consiste em levar a marca às ruas, pintando edifícios, patrocinando espaços públicos que passam a levar o nome da marca, patrocínio de eventos culturais, entre outros. Segundo a autora as empresas começam a buscar "cenários autênticos, causas importantes e eventos públicos caritativos para que essas coisas dêem significado a suas marcas" (2006, p.60).

Esta estratégia acaba por alterar a paisagem urbana, descaracterizando as cidades, visto que a arquitetura deixa de ser valorada como patrimônio estético dos habitantes locais, mas passa a servir como imensas telas a serem preenchidas pelos publicitários independente da vontade dos citadinos. O mesmo se dá com os eventos culturais, em que a marca lhe rouba o significado, colocando seu sentido em segundo plano. Quando um evento é patrocinado por este tipo de *branding*, pouco importa o que vai ocorrer, quem está expondo ou que grupo musical vai se apresentar, o título toma conta do evento e passa a denominá-lo, como o *Skol Beats,* o *Free Jazz*, o *Tim Festival,* entre outros, neste sentido, todo aparato cultural esboçado torna-se mero elemento para a promoção da marca. Na verdade, pouco importa se é o conjunto de sucesso X ou no novo frisson das rádios, mas sim as estruturas grandiosas, o souvenir com a marca corporativa estampado, os anúncios emplacados em todos os meios de comunicação, entre outros artifícios do marketing, obliterando dessa forma a promoção de cultura ou o envolvimento das pessoas com a arte.

Já o *Branding* da mídia consiste em analisar de antemão os demais conteúdos que serão veiculados no mesmo meio de comunicação, segundo Klein, os publicitários reagiriam mal a conteúdos controversos, sendo assim:

> Por exemplo, a S.C.Johnson Et Co. Estipula que sua publicidade em revistas femininas "não deve estar junto de artigos extremamente controversos ou material contrário à natureza/material do produto divulgado", enquanto os diamantes De Beers exigem que sua publicidade fique longe de qualquer "notícia desagradável ou editorial com tema antiamor/romance." (KLEIN, 2006, p. 63).

Como a publicidade corresponde a grande parte da arrecadação dos meios de comunicação, seria difícil imaginar que tais exigências seriam ignoradas. Em decorrência disto, para evitar a perda de investimentos, este tipo de *branding* pode afetar a agenda dos jornalistas, servindo-lhes como censura sobre que assuntos serão abordados. Outra característica do *branding* da mídia é o patrocínio de eventos televisivos, inserção das marcas

e produtos em novelas, séries, publicidades que saltam a tela do computador ao adentrar sites, entre outros.

Enquanto isso, o *branding* dos esportes consiste em atrelar atributos como força, determinação, saúde, entre outros, à suas marcas. Dessa forma, passam a patrocinar esportistas de sucesso obrigando-os a partir de acordos milionários a utilizarem suas linhas de produtos esportivos (tênis, camisetas, entre outros acessórios), transformando-os em garotos propaganda. O sucesso deste investimento conduz ao patrocínio de times esportivos inteiros que levam a milhões de telespectadores a logomarca das empresas através das transmissões televisivas, além do ganho na venda de uniformes e demais artigos esportivos.

Contudo, independente da estratégia de *branding* utilizada, o resultado obtido em decorrência desta mudança de investimento (do produto para a marca) é a colonização dos mais diversos âmbitos da vida por um viés econômico. Tudo que compramos tem um nome, e não é qualquer nome, mas um nome que agrega valor a mais banal das mercadorias, dotando-as de status e sem o qual a vida, pelo menos a social, não teria o mesmo sentido ou reconhecimento.

> Do ponto de vista econômico, a marca deve dotar o produto de um valor simbólico não mensurável que prevalece sobre seu valor utilitário e de troca. (...) A marca deve funcionar da mesma maneira que funciona a assinatura de um artista reputado, atestando que o objeto não é uma mercadoria vulgar, mas um produto raro, incomparável, ela dota o produto de um valor simbólico do qual a firma tem o monopólio, e o subtrai, ao menos temporariamente, à concorrência. (GORZ, 2005, p. 47).

Sendo assim, ao operar, o marketing convoca desejos, estimulando-os através da comunicação. Seu objetivo é:

> (...) antes de tudo o de vender mercadorias transfiguradas em obras de arte pela propagação de normas estéticas, simbólicas e sociais, que devem ser voláteis, efêmeras, destinadas a serem substituídas rapidamente por novas normas. (GORZ, 2005, p. 50).

Desta forma, o fascínio produzido frente às lojas de grandes marcas se justifica, pois estas investem fortunas na construção de sua imagem, e por esta afirmação contemplamos

também o gerenciamento dela através do *Branding* publicitário. Podemos dizer que seus produtos não são tênis, artigos esportivos, roupas, bolsas, camisetas, entre outros, mas a logomarca contida nestes que, provavelmente não passam de produtos *made in china.*

Sendo assim, o alto custo de seus produtos não decorre da qualidade dos artigos oferecidos, mas sim do impacto social que proporcionam. Utilizar um artigo cuja marca é reconhecida conecta o sujeito a um ideal social, lhe atribui todo o espírito de sofisticação, esporte, status social, prestígio e padrão sócio-econômico presente na marca, que por sua vez foi forjada pela abstração destas mesmas qualidades, através da materialização imagética de tais ideais e sua veiculação nos mais variados canais de comunicação.

Nada se perde na construção do sonho, todo esforço é convocado para provocar o desejo de consumo de um bem que poderá trazer recompensas em âmbito social. Portanto cada detalhe é cuidadosamente pensado: a estrutura da loja, as cores utilizadas, os atendentes atléticos – imagem e semelhança da marca – cuja estética reforça a prerrogativa da empresa, prontos para demonstrar que tais atributos também podem ser estendidos ao consumidor mediante a aquisição dos produtos.

Cada centavo foi empregado estrategicamente para provocar a reação de fascínio, o que transforma esta conduta do indivíduo em uma resposta do âmbito da cultura, visto que é partilhada, se não por todos, pelo menos por uma maioria esmagadora, fato que justifica a conjuntura analisada. Desta forma, não existe uma culpabilização do indivíduo moderno pela relação travada com as marcas, tal relação denota um sentido de estar bem "plugado" às tendências sociais que, por sua vez, lhe permite transitar de forma adequada e conseguir um reconhecimento antes destinado a outros atributos sociais e políticos, mas que agora se materializa no consumo de signos econômicos.

Com isso, não deixamos de lado questões referentes à sobreposição da marca ao produto, bem como este fenômeno encobre uma infinidade de trabalhos humanos e transformações sócio-históricas nos processos de produção decorrentes da alienação e da fetichização da mercadoria. Neste momento buscamos um entendimento de como se estruturou a relação de consumo do indivíduo moderno.

Falamos de um indivíduo cuja identidade foi progressivamente forjada e experienciada através de artifícios de mercado disponíveis para o consumo, uma formação despertada na tenra infância (com os primeiros apelos publicitários voltados para as crianças)

e que pode se constituir e desmantelar para uma nova constituição infinitas vezes, ao sabor do mercado.

Com as transformações do mercado, os produtos ofertados passaram a representar ícones de cultura, o que lhes conferiu representação ideológica, um processo fundamental na formação identitária. Desse modo, a cada arranjo para consumo encontramos uma ideologia a ser incorporada (*gótica, punk, emo, patricinhas, esqueitistas, hippies*, entre outras). No entanto, as identidades consumidas podem ser alternadas rapidamente, ou seja, o indivíduo moderno pode acordar, vestir sua roupa de *esqueitista*, ir a um parque praticar este esporte, comunicar-se adequadamente através de gírias; já no trabalho pode vestir-se como um empresário, comunicando-se através de jargões empresariais e um linguajar culto; pela noite pode ir a uma casa noturna escutar música eletrônica, com muito gel nos cabelos espetados e adornado de pulseiras e colares fosforescentes, talvez não se comunique pela altura do som, mas seu corpo dirá por ele através dos símbolos adotados e reconhecidos socialmente.

Segundo Bauman, vivemos hoje uma "(...) busca obsessivo-compulsiva mediada pelas compras, de uma identidade atualizada e reformada de modo contínuo" (2008, p. 144). Evidentemente, esta busca identitária gera angústia ao sujeito que a cada dia descobre pelos jornais, revistas, telenovelas, clipes musicais, publicidade, entre outros meios de comunicação, que necessita incorporar um novo acessório a sua identidade, talvez um novo celular que além de reproduzir música, tirar fotos, enviar mensagens de texto, filmar, conectar-se à Internet, possuir GPS, agora também acenda seu cigarro. E ele que pensou ter comprado um telefone...

A necessidade de estar constantemente antenado às novas tendências pode representar uma prisão para o indivíduo moderno, este deve estar sempre acompanhando as transformações, o que hoje era *cool*[23], amanhã se torna démodé e deve ser substituído. Não existe muito espaço para os gostos pessoais e as vinculações afetivas com os itens adquiridos, mas sim a necessidade de desprendimento, pois na sociedade de consumidores ninguém quer ser visto como obsoleto ou fora de moda.

Se por um lado esta situação pode gerar angústia aos indivíduos consumidores, por outro é fator de lucro para diversos setores econômicos, pois além da venda das "(...) novas coleções" que substituirão as da estação passada, abre-se espaço para diversos ramos que "(...) fornecem (por determinado preço) atalhos, kits do tipo 'faça você mesmo' e fórmulas

[23] Livre tradução do autor sobre a expressão americana que traduz por uma definição de identidade que opera por dualismo: ou você é *cool* (descolado) ou é *loser* (perdedor).

patenteadas para aliviar os consumidores desse peso, ou pelo menos convencê-los de que o alívio cobiçado de fato chegou – por um momento" (BAUMAN, 2008, p. 142). Como exemplo podemos citar os programas televisivos de transformação pessoal em que um "esquadrão da moda" oferece lições de como se vestir "adequadamente", revistas que apontam combinações de vestuários "práticos" e "elegantes", entre outros.

A velocidade de substituição dos produtos chega a tal ponto que certas marcas optaram por um sistema de leasing, oferecendo a atualização de tempos em tempos do produto comprado. O leasing representa a tendência do mercado a não mais venderem suas mercadorias, mas alugá-las. Segundo Gorz, dessa forma a empresa passa a fornecer serviços e atualizações, incentivando seus clientes a trocarem seus produtos sempre que algo surja de novo. A técnica de leasing é muito utilizada pelas empresas telefônicas, concessionárias de produtos eletrônicos, softwares, mas também em lojas de roupas, visto que o que se compra não é a camiseta, mas o estilo determinado e a estampa da moda. Sendo assim, quando uma nova coleção chega às lojas, o cliente deve ser informado e a substituição deve ser facilitada por uma série de incentivos, pois a loja estaria locando ao cliente o estilo de sua marca, atualizando sempre que necessário. Com isso podemos observar como "os produtos materiais se tornam finalmente os 'vetores' dos serviços vendidos." (2005, p. 46).

Para Bauman a palavra de ordem vigente na modernidade líquida é o consumo irrefreado dos bens materiais (altamente descartáveis), vive-se uma espécie de "(...) síndrome consumista", conduta distinta da organização social anterior, em que a economia era baseada na produção e acumulação de bens duráveis.

Descartável parece ser a palavra mais adequada para descrever os produtos hoje consumidos, dado que a velocidade com que são substituídos no mercado atinge picos vertiginosos, o apego ao produto deve ser considerado um crime.

> A síndrome cultural consumista consiste, acima de tudo, na negação enfática da virtude da procrastinação e da possível vantagem de se retardar a satisfação (...) Ela [a síndrome consumista] ergue o valor da novidade acima do valor da permanência. (...) Entre os objetos do desejo humano, ela colocou o ato a apropriação, a ser seguido com rapidez pela remoção do lixo, no lugar que já foi atribuído à aquisição de posses destinadas a serem duráveis e a terem um aproveitamento duradouro. (BAUMAN, 2008, p. 111).

Para este autor, os consumidores plenos não ficam melindrados ao descartar um item de consumo, ele estaria ultrapassado e representaria um risco a sua identidade:

> Como regra, aceitam a vida curta das coisas e sua morte predeterminada com equanimidade, muitas vezes com um prazer disfarçado, mas às vezes com a alegria incontida da comemoração de uma vitória. (BAUMAN, 2008, p. 112).

A alegria sentida no ato da substituição encontra sentido na possibilidade de consumo, pela percepção de que ainda é capaz de comprar, de que ainda faz parte do jogo e que poderá desfilar pela sociedade ostentando um novo produto.

Consolida-se na modernidade um modo de produção no qual "(...) prefere-se a criação artificial da escassez à criação da maior prosperidade geral possível" (GORZ, 2005, p. 11), uma sociedade cujos meios tecnológicos permitiram a produção de grandes volumes de produtos a custos cada vez menores e que possibilitaria a extensão destes a parcelas cada vez mais abrangentes da população, mas que seguem realizando a manutenção de uma carência artificial de demanda pela promoção da obsolência, e da manutenção da exclusão dos consumidores, tomados como falhos, inaptos, desfavorecidos.

Nesta conjuntura em que a escassez se consolida como estratégia econômica, mas que também afeta o universo do trabalho, o sujeito moderno deve tornar-se ele mesmo uma mercadoria. A ele se aplica todas as condições acima problematizadas e a tais condições deve este sujeito se atrelar.

Ao indivíduo moderno cabe a necessidade de se promover, de se apresentar tão vistoso quanto a mais banal das mercadorias, visto que obedece à mesma lógica. É no mercado de trabalho que ele deve demonstrar que não é um consumidor falho, que está "antenado" nas transformações sociais e que é capaz de acompanhar as tendências, portanto, que possui valores a serem comprados pelo capital (mediante o dinheiro) na forma de mão de obra.

O sujeito cuja imagem não condiz com os ideais consumistas, cuja imagem não é capaz de transmitir com eficiência seu valor e sofisticação, torna-se um sujeito obsoleto. Para este, cabe a marginalização de seu potencial ou a necessidade de galgar o caminho da produção de uma imagem de sucesso, apta a ser vendida como mão de obra e a reintegrar seu

papel na produção econômica. “Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria.” (BAUMAN, 2008, p. 20).

Para Bauman (2008), na sociedade de consumidores apenas as mercadorias podem entrar nos locais de consumo, seja pela entrada dos produtos ou pela entrada dos clientes. Segundo o autor, são nesses locais que os sujeitos/clientes/mercadorias compram as ferramentas a serem utilizadas na sociedade de consumidores (símbolos de sucesso e status incorporados a sua imagem pessoal) e, portanto, apresentando-se aptos a serem assimilados pelo modo de produção. Sendo assim, sair às compras é plugar-se com maior intensidade, estar em maior conformidade com a ideologia vigente, mostrar-se apresentável para assim serem consumidos pelo mercado. Desse modo,

> Para entrar na sociedade de consumidores e receber um visto de residência permanente, homens e mulheres devem atender às condições de elegibilidade definidas pelos padrões do mercado. Espera-se que se tornem disponíveis no mercado e que busquem, em competição com o restante dos membros, seu ‘valor de mercado’ mais favorável. Ao explorarem o mercado à procura de bens de consumo (o propósito ostensivo de sua presença ali), são atraídos para as lojas pela perspectiva de encontrar ferramentas e matérias-primas que podem (e devem) usar para se fazer ‘aptos a serem consumidos’ – e, assim, valiosos para o mercado. O consumo é o principal mecanismo da ‘comodificação’ dos consumidores – tarefa que foi, tal como muitas outras tarefas socialmente empreendidas e administradas pelo Estado, desregulamentada, privatizada e ‘terceirizada’ para os consumidores e deixada sob o cuidado, a administração, e a responsabilidade dos indivíduos, homens e mulheres. (BAUMAN, 2008, p. 82-83).

No outro extremo da equação da autopromoção, encontramos também o descarte das antigas formas de concepção, de valores, de ideologias, de atuações políticas e sociais. Apesar da compreensão de que tudo se renova de tempos em tempos, o que ocorre é que os intervalos das renovações tendem agora a ser por demais reduzidos. O presente deve ser vivido de forma intensa, nada pode lhe fugir, o passado, por sua vez já passou, não atende mais as necessidades, não serve mais como ferramenta para operar o presente e construir o futuro.

Bauman (2008) sugere que, devido a este imediatismo, corre-se o risco de se obliterar o passado. Para ele, a desvalorização do passado, o imediatismo do presente e sua tentativa de fundir no futuro o agora, é imprescindível para uma sociedade fugaz como esta que se configura. No entanto, a tendência que se apresenta acaba por prejudicar com isso a construção de uma consciência histórica significativa.

> Ironicamente, na era da conexão instantânea e sem esforço, e da promessa de estar a todo tempo 'em contato', existe um desejo de suspender a comunicação entre a experiência do momento e qualquer coisa que possa precedê-la ou se seguir a ela, ou , melhor ainda, de interrompê-la de maneira irreparável. A brecha de trás deve garantir que o passado nunca tenha permissão de alcançar o eu em movimento. A brecha à frente é condição para se viver o momento em sua plenitude, para se abandonar por completo e sem reservas ao seu charme e poder de sedução (reconhecidamente fugazes): um ato que dificilmente seria viável, se é que chegaria a sê-lo, se o momento vivido na atualidade fosse contaminado pela preocupação de hipotecar o futuro. (BAUMAN, 2008, p. 135).

Frente a tais transformações encontramos uma conjuntura ideal para o consumo, visto que a este indivíduo produzido sem vínculos com o passado é levado a experimentar seu desejo consumista sem se preocupar com suas ações, seja com enunciados de situações pretéritas, seja com responsabilidades futura. Dessa maneira, a palavra de ordem versa sobre um consumo sem culpas, sem críticas, como algo sem precedentes a serem levados em consideração e, portanto, altamente naturalizado como ação social.

A corrida para se distanciar do passado, a sede pela imediatização do futuro acabam por alterar o sentido do tempo. O agora é tudo que nos cabe e devemos vivê-lo intensamente, seja através da disposição para o consumo, seja para as emergências do trabalho.

Sobre este aspecto, Bauman cita em "Vida para consumo" estudos realizados por Nicole Aubert sobre a percepção e a experiência do tempo. Nestes, a autora explora as conseqüências decorrentes dos estados de emergência declarados na modernidade. Segundo Bauman (2008), para a autora, os sujeitos analisados demonstravam extrema satisfação ao relatarem eventos estressantes de seus cotidianos, ressaltando a agilidade que tiveram para resolverem um problema e logo encararem outro. Aubert aponta que, nas narrativas dos sujeitos tais situações tomavam a representação de "(...) súbita injeção de adrenalina que lhes dava a impressão de 'poder sobre o tempo, sobre complexos processos, relações, interações", (2008, p. 122) até que resolvido tal situação era prontamente esquecida, dando lugar à próxima emergência.

As alterações produzidas na modernidade transformam de forma contínua o indivíduo, sua identidade, seu cotidiano, sua relação com o trabalho, com o consumo, com o tempo, com o espaço, entre outros aspectos da vida. Como vimos em Marx, o sujeito se torna sujeito na modernidade mediado pelo trabalho, ele mesmo representa uma mercadoria na

medida em que vende sua mão de obra por um valor, no entanto, hoje encontramos uma inversão dos papéis, hoje o mercado se apresenta como um consumidor exigente selecionando os indivíduos capazes de permanecerem ativos no trabalho baseando-se, para tanto, nos valores que ele ditou, ou seja, apenas os que fizeram a lição sobre o consumo, incorporaram sua ideologia, compraram suas ferramentas, buscaram suas atualizações, etc, são capazes de serem incorporados. O homem tornou-se, com isso, uma mercadoria de valor enquanto a mercadoria há muito deu seu grito de independência, desvinculando-se de seu produtor (e até mesmo de seu aspecto material) para fluir livremente pelos canais de comunicação, habitar as representações sociais como símbolos de poder capaz de outorgar ao sujeito um lugar e um valor social. Frente a tais considerações resta ao sujeito moderno transitar só, carregando o peso de seus pertences e se desfazendo deles pelas infovias (ou pelas vias concretas) à medida que o mercado os declara obsoletos e inadequados. Caminha sem destino certo, pois pensar um destino é planejar, e planejar é pensar sobre o futuro e não viver o urgente agora.

Considerações finais

Ao longo desta pesquisa, buscamos demonstrar as transformações ocorridas na modernidade frente ao mundo da produção e como estas afetaram os indivíduos dentro da perspectiva do trabalho, do consumo e das relações e representações sociais.

As resistências produzidas neste período histórico, apesar de consolidarem mudanças significativas frente ao militarismo (nas formas de organizações), ao poder excessivo do Estado (no combate às ditaduras), ao controle da sexualidade, a discriminação racial, na busca por melhores salários e condições de trabalho, entre outros aspectos, não foram capazes de alterar certas características vigentes desde os primórdios do modo de produção e que são essenciais para a manutenção da ideologia capitalista. Sendo assim, o indivíduo apresenta ainda hoje as fragmentações (seja frente ao trabalho, seja frente à sociedade de classes) que implicam diretamente na relação desenvolvida frente à realidade, segue legitimado através do trabalho, enquanto este segue representando uma atividade alienada, ao passo que o fetiche da mercadoria não apenas permanece vigente, mas hoje encontra estratégias apoiadas em recursos tecnológicos que acentuam sua efetividade e que imprime ao mercado um novo ritmo, e quanto aos indivíduos, inaugura novos sentidos para o consumo das mercadorias.

Para a teoria marxista, a superação desta conjuntura seria possível através de uma práxis revolucionária que culminaria na reapropriação dos bens de produção pelos trabalhadores, desalienando, assim, a atividade produtiva e superando a sociedade de classes. As transformações decorrentes da revolução marxista assegurariam ao indivíduo o retorno a si mesmo, superando as fragmentações que nele se operam, tornando-o finalmente um sujeito genérico, socialmente conectado com os demais igualitariamente.

O século XX foi palco para as lutas de classes que culminaram em diversos países na revolução socialista, conferindo ao mundo, por várias décadas, uma conjuntura bipolar. No entanto, com a queda da chamada “cortina de ferro”, com o desmantelamento do bloco socialista, com a queda do Muro de Berlim, uma nova ordem mundial se instalou sob a hegemonia do capitalismo, do livre comércio ávido para explorar as novas possibilidades em um mundo globalizado.

Segundo Bertrand (1989), a razão pela qual um modelo ideológico obtém a consolidação na história sobre outros, contemporâneos e condizentes de certa maneira com a

estrutura social existente, relaciona-se com a identidade dos indivíduos, a relação que estes estabelecem com a realidade, com os fenômenos manifestos nela e capazes de gerar ilusão.

Para a autora, a ilusão aparece na obra de Marx a partir das considerações iluministas. Para ele existiriam duas raízes para este fenômeno: a ignorância que nutre as superstições populares e a impostura, que é colocada pelos poderosos e que encontram na ignorância um terreno favorável para o desenvolvimento de ideologias.

Sendo assim, o iluminismo acreditava que, pela educação, a população seria capaz de se desfazer das bases subjetivas da ilusão, entretanto, esta premissa corresponde no iluminismo sua própria ilusão.

Bertrand aponta que o iluminismo se equivocou ao acreditar que um dia seria possível a transparência da realidade, que o conhecimento estendido a todos produziria a implosão das mediações fenomênicas, ilusórias, e que o saber controlaria, assim, a imaginação das pessoas.

Segundo esta autora, Marx acreditava que a ilusão (e, portanto, também a ignorância) não era decorrente da falta de conhecimento, mas sim do desejo dos homens de se unificarem, de superarem as clivagens produzidas socialmente, de tornarem-se seres genéricos. Neste ponto, Marx se aproximaria de Feuerbach e suas análises sobre as crenças religiosas. Tais análises versam sobre o desejo dos sujeitos de superarem a clivagem que neles opera, neste sentido, o homem não podendo realizar em si sua essência (sua busca por universalidade), projeta toda qualidade (humana) de que se encontra privado em um Ser todo-poderoso. Entretanto, ao produzir esta projeção, o homem realiza uma inversão, convertendo-se em objeto e delegando a este Outro o caráter de sujeito.

Ao longo da história, diversas estruturas ocuparam a representação deste Ser todo-poderoso como a religião ou o Estado, entretanto, através da análise sobre o modo de produção capitalista, podemos perceber que a mercadoria também pode ocupar este espaço, que através do estranhamento produzido no fetiche, o sujeito também se converte em objeto e a mercadoria, emancipada, se converte em sujeito. Da mesma forma, podemos observar que à medida em que a mercadoria é legitimada socialmente ela também passa a legitimar o sujeito, estendendo seus aspectos sobrenaturais aos indivíduos do consumo, produzindo, assim, a ilusão de reconhecimento social, de pertença, de unificação com uma massa de consumidores. Ao mesmo tempo, é ela, a mercadoria, que detem os atributos humanos dos quais os

indivíduos encontram-se privados (ou acreditam estar), é ela que passa a ser potente, viril, sedutora, poderosa, elegante, entre outras características.

Dessa forma, em Debord (1997) encontramos que a filosofia nunca superou a teologia, os homens seguiram mantendo suas representações místicas, algo que justificasse suas vidas e desse o conforto da pertença de algo externo. Isso propiciou para que na modernidade, o espetáculo (forma alienada pela qual o sujeito se relaciona com a realidade), reconstruísse as ilusões religiosas ligando-as às bases terrenas.

Entretanto, também vale ressaltar que a ilusão também representa um caráter positivo para os indivíduos na medida em que os impulsionam na busca pelas realizações por eles idealizadas. A capacidade de sonhar permite que os homens produzam novas formas de existir, novas formas de se socializarem. Se hoje nos deparamos com uma conjuntura determinada é porque, de certa forma, esta foi idealizada pelos indivíduos que a produziram historicamente, e quanto a isso podemos nos remeter à Revolução Francesa, por exemplo, que instituiu a indivisibilidade do sujeito, a liberdade frente aos antigos estamentos e a possibilidade de lutarem pela transformação de suas vidas.

Se dentro da história tais feitos conduziram os indivíduos para uma conjuntura que lhes apresentam outros obstáculos, podemos pensar que a capacidade de idealizar novas saídas, novas sínteses encontram-se em aberto.

O triunfo do modo de produção capitalista sobre o socialista não deve ser entendido como o fim da história. Os indivíduos modernos seguem travando relações dialéticas com a realidade. Se hoje uma revolução que suplante o modelo econômico vigente pareça uma possibilidade remota, cabe ainda ao sujeito revolucionar o próprio modelo econômico, mesmo que o conceito de revolução não se encontre de acordo com o proposto por Marx.

As lutas dentro do capitalismo são reais e alteram sua face, e isso demonstra que nem a história e nem os indivíduos estão mortos, aniquilados ou aprisionados, mas pelo contrário, dentro da nova perspectiva global encontramos em todos os pontos do planeta pessoas dispostas a manifestarem-se pelos mais diversos motivos. Abaixo, abordaremos alguns movimentos que obtiveram grande repercussão como exemplos, no entanto, entendemos que um número incontável de manifestações ocorrem em todo o planeta.

Podemos, por exemplo, citar as manifestações que ocorrem a cada encontro de cúpula do G-8 [24], em que milhares de pessoas de diferentes nacionalidades expressam criticamente sua posição frente à perspectiva de tomada de decisão, por parte destas nações, frente a questões políticas, econômicas e sociais em âmbito global.

Encontramos no âmbito da sexualidade as lutas pelo respeito às diversidades sexuais promovidas por diversas organizações e que tem como um de seus expoentes a "Parada Gay" que, em sua última manifestação em São Paulo, reuniu 3,2 milhões de pessoas.

No âmbito social podemos citar a criação de um "Fórum Social Mundial" para contrapor um dos maiores eventos do capitalismo, o "Fórum Econômico Mundial". Enquanto este último ocupa-se anualmente dos novos desafios e possibilidades econômicas e comerciais, o primeiro tem como finalidade aproximar todas as nações através de um convite para se pensar coletivamente os novos caminhos para uma existência mais digna e equânime, reunindo-se sobre o slogan "Um novo mundo é possível".

No âmbito ecológico encontramos uma infinidade de grupos ambientalistas, dentre eles o Greenpeace, uma das primeiras organizações sem fins lucrativos a atuarem frente à degradação do meio ambiente, tendo como objetivo a promoção do desenvolvimento sustentável, o incentivo à pesquisa de fontes alternativas de energia, o combate ao desmatamento, à caça e pesca predatória, entre outros. Hoje o Greenpeace atua em 42 países.

Podemos apontar também o crescente número de ONGs implicadas na luta pelas mais diversas causas e que a proliferação resultou, segundo dados de Klein (2005) a marca dos 30.000 grupos. A possibilidade de estruturação oferecido pelas ONGs representam um sistema indefinidamente expansível, dessa forma, segundo a autor, se um indivíduo não se sente adequado o bastante para compor uma delas, basta criar uma nova e iniciar sua luta pela mudança almejada. A autora ainda pontua que:

> Para alguns, esse apelo de surfista da militância é uma abominação. Mas quer se concorde ou não com o modelo, não há dúvida de que uma de suas maiores forças é que ele tem se mostrado extraordinariamente difícil de controlar, em grande parte por ser tão diferente dos princípios de organização das instituições e corporações que procuram atacar. Ela reage à concentração corporativa com um labirinto de fragmentação, à centralização com seu próprio tipo de localização, à consolidação do poder com dispersão radical do poder. (KLEIN, 2005, p. 483).

[24] Grupo dos sete países mais desenvolvidos (Estados Unidos, França, Alemanha, Canadá, Itália, Reino Unido) mais a Rússia.

Também podemos pensar que os avanços tecnológicos alcançados na modernidade, ao mesmo tempo em que possibilitaram a produção de amarras para os indivíduos como as novas formas de produção, de gestão, de consumo, entre outros, também permitiu que, pela mesma tecnologia, as pessoas criassem novas formas de se relacionar entre si (através das redes de comunicação e teias sociais advindas da Internet), novas formas de se relacionar com a cultura (pela disponibilização e disseminação de conteúdos gratuitos como música, filmes, livros) entre outros. Para tanto, surgiram na modernidade novas posturas individuais e coletivas que favoreceram esta socialização da informação, pessoas com um grande conhecimento técnico que optaram por, ao invés de dedicarem-se exclusivamente à produção imaterial de capital, dedicarem-se à referida democratização da informação e da cultura. A estes indivíduos denominados por Gorz de "dissidentes tecnológicos" também podemos atribuir a produção de "softwares livres"[25] amplamente utilizados em escolas, organizações e demais espaços que, de outra forma, não poderiam consumir produtos equivalentes e disponíveis no mercado.

A Internet representa hoje uma infinidade de possibilidades para se relacionar, trocar informações, integrar fóruns de discussão, entre outros. Nela podemos perceber o surgimento de novas formas de implicações dos indivíduos modernos em prol de um bem comum e sem fins lucrativos, portanto, encontramos indivíduos que trabalham coletivamente na produção de algo que não pode ser considerado mercadoria. Podemos apontar como exemplo os mais diversos blogs[26] que se ocupam da disseminação de textos literários, poesias, notícias, divulgação de eventos, críticas culturais, entre outros. Os fóruns (sites de discussão) também são um bom exemplo de atividade produtiva sem fins lucrativos, visto que muitos se ocupam da disponibilização cultural e de sua discussão em âmbito global. Também encontramos nestes sites indivíduos empenhados na restauração de filmes, em sua digitalização, na produção de legendas (produzindo-as a partir das mais diversas línguas) e na disponibilização gratuitamente para os usuários, construindo assim um acervo virtual que, além de estender a cultura para quem quiser acessar, também assegura que estas produções não se percam, visto que hoje podemos acessar em certos blogs e fóruns filmes da década de 20, 30, ou seja, dos primórdios do cinema e que, sem o trabalho destes dissidentes tecnológicos, não teríamos acesso.

---

[25] Denominação dada para qualquer programa de computador usado, copiado, estudado e distribuído sem qualquer restrição.

[26] Site de uso pessoal e de atualização rápida, permitindo que os usuários postem artigos, notícias, comentários, dados pessoais, entre outros.

Podemos perceber com isso que a lógica de se relacionar com a cultura se transformou, e progressivamente se desloca do aspecto econômico para, assim, reassumir um aspecto cultural sem mediações.

A troca de informações on-line também vem permitindo que os indivíduos manifestem-se frente a situações sociais, econômicas, ambientas, produzindo novas formas de organização.

> Em vez de um único movimento (social), o que está surgindo são milhares de movimentos intrincadamente ligados uns aos outros, como "hotlinks" conectando seus sites na Internet. Essa analogia é mais do que coincidente e é na verdade a chave para se compreender a natureza mutável da organização política. Embora muitos tenham observado que os recentes protestos de massa teriam sido impossíveis sem a Internet, o que foi esquecido é como a tecnologia da comunicação que facilita essas campanhas está moldando o movimento à sua própria imagem. Graças à Internet, as mobilizações são capazes de se desdobrar com pouca burocracia e hierarquia mínima; o consenso forçado e manifestos elaborados desaparecem ao fundo, substituídos por uma cultura de troca de informações constantes, frouxamente estruturada e às vezes compulsiva. (KLEIN, 2005, p. 479).

Este novo modelo de organização tem se mostrado eficiente, pois confere agilidade às manifestações "capazes de frustrar até as mais afrontosamente superpreparadas forças de segurança" (2005, p.484), como aponta a autora.

Com isso, podemos perceber que, mesmo frente às amarras produzidas pelo capitalismo e às constantes apelações para o consumo, que produzem, desta forma, modelos identitários fragmentários e provisórios em consonância a estes mecanismos; às novas formas de produção imaterial que, se por um lado permite aos indivíduos concretizarem novos conhecimentos, por outro vampirizam a produção destes mesmos trabalhadores na modernidade líquida. Entre outros temas abordados nesta pesquisa, encontramos indivíduos empenhados na produção de novas práxis criativas. Pensamos que os indivíduos modernos buscam brechas para a auto-criação na ordem que se estabeleceu, dessa forma, a relação dialética com a modernidade segue produzindo novas sínteses, novas estratégias de luta são criadas diariamente e pululam de forma global. Apesar da revolução marxista parecer um apelo distante, isso não deve descaracterizar as manifestações intermitentes que surgem constantemente em vários lugares do planeta.

Como encontramos em Klein (2005), progressivamente se acentuam as manifestações contra as grandes corporações, acusando-as de suas tentativas de manipulação,

de suas fraudes econômicas, de seus ganhos exorbitantes, de seus usos predatórios do meio ambiente, pelo uso de mão de obra infantil em suas fábricas transnacionais, entre outros. A cada dia um número maior de pessoas questionam o sentido do consumo a que são impelidas, implicando-se em uma relação consciente com as mercadorias, sendo eletivas na escolha das marcas ou descaracterizando os bens adquiridos através da customização.

Sendo assim, embora exista uma super determinação econômica sobre os indivíduos, há uma pluralidade de outras possibilidades de compreensão da realidade, de inscrição no mundo, bem como infinitos graus de comunicações solidárias que podem ser experimentadas pelos indivíduos como formas de lutas políticas, de enfrentamento aos modos de viver impostos pelo capitalismo.

Contudo, neste nosso trabalho não exploramos estas possibilidades, pois nosso objetivo foi compreender através da dialética como a mediação, exercida sobre o indivíduo pelo trabalho em seus processos de alienação social, determinaram um modo específico de indivíduo, ou seja, fixado na ilusão de uma identidade sólida, sustentáculo de um corpo mercadoria.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M; ***Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos***. Rio de Janeiro : Zahar, 1985.

AGENCIA BRASIL. Disponível em: <http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2009/11/26/materia.2009-11-26.0364589408/view>. Acesso em 14 jan. de 2010.

BAUMAN, Z; ***Modernidade Líquida***. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
_____;***Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria***. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.
_____; ***Vidas Desperdiçadas***. Rio de janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

BERTRAND, M.; O homem clivado- a crença e o imaginário*, In:* DORAI, B.; SILVEIRA, P.; ***Elementos para uma teoria marxista da subjetividade*** – São Paulo: Vértice, 1989.

BOTTOMORE, T.; ***Dicionário do pensamento marxista***. Editora Zahar, segunda edição, São Paulo, 1988.

BUCCI, E.; KEHL, M. R.; ***Videologias***. São Paulo: Boitempo, 2005.

BUARQUE, C.; ***Pedro Pedreiro***. *In*: Chico Buarque de Hollanda. Rio de Janeiro: RGE, 1966. 1 Longe Play: analógico, mono.

DEBORD, G.; ***A Sociedade do espetáculo***. Rio de Janeiro: Contraponto, 2007.

DOWBOR, L.; ***O que é Capital***. São Paulo: Brasiliense, 1982.

ENRIQUEZ, E.; Perda da produção, perda da identidade. *In*: ***Relações de Trabalho Contemporâneo*** (org.) NETO, A. C; NABUCO, M. R. Belo Horizonte, IRT, 1999.

FORRESTER, V.; ***O Horror Econômico***. São Paulo: Ed. da Unesp, 1997.

FREDERICO, C.; ***A Vanguarda Operária***. São Paulo: Ed. Símbolo, 1979.

GORZ, A.; ***O imaterial: conhecimento, valor e capital***. São Paulo: Annablume, 2005.

HAUG, W. F.; ***Crítica da Estética da Mercadoria***. São Paulo: Ed. Unesp, 1996.

KLEIN, N.; ***Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido***. Rio de Janeiro: Record, 2006.

KONDER, L.; ***O que é dialética***. São Paulo: Brasiliense, 1981.

KOSIK, K.; ***Dialética do concreto***. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1995.

LAZZARATO, M.; NEGRI, A.; ***Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade***. Rio de Janeiro : DP&A, 2001.

LIPOVETSKY, G.; ***A Sociedade da Decepção***. São Paulo: Manole, 2007.
_____; ***A sociedade pós-moralista: o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos***. São Paulo: Manole, 2005.

MARX, K.; ***Os Manuscritos econômico-filosóficos: O terceiro manuscrito. Filosóficos e outros textos escolhidos.*** São Paulo: Abril Cultural, 1978. (Col. Os Pensadores).

PETRI, E.; ***A classe operária vai ao paraíso***, Itália: Euro International Films, cor, 125 min., 1971.

SENNETT, R.; ***A corrosão do caráter: conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo***. Rio de Janeiro: Record, 2009.
_____; ***A cultura do novo capitalismo***. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SILVEIRA, P.; Da alienação ao fetichismo – formas de subjetivação e objetivação; *In:* DORAI, B.; SILVEIRA, P.; ***Elementos para uma teoria marxista da subjetividade*** – São Paulo: Vértice, 1989.

VON BISMARCK, O. ***UOL Educação***, [S. l.], [20-?]. Disponível em: <http://educacao.uol.com.br/biografias/ult1789u176.jhtm>. Acessado em 20 nov. 2009.$