

# **O fetichismo da mercadoria e as ciências humanas: uma reflexão sobre a antropologia de Giorgio Agamben**

**J.FERRAZ NETO<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Doutor em Filosofia pela Universidade de São Paulo (USP) - Docente dos Cursos de Filosofia, Pedagogia e Serviço Social do Centro Universitário Ítalo Brasileiro. UNIÍTALO. São Paulo. SP. Brasil.

E-mail: [jferraz.jose@gmail.com](mailto:jferraz.jose@gmail.com)

## **COMO FAZER A REFERÊNCIA DO ARTIGO:**

FERRAZ NETO, J. **O fetichismo da mercadoria e as ciências humanas: uma reflexão sobre a antropologia de Giorgio Agamben.** **Uníitalo em Pesquisa**, URL: [www. Ítalo.com.br/portal/cepesq/revista\\_eletronica.html](http://www.italo.com.br/portal/cepesq/revista_eletronica.html). São Paulo SP, v.5, n.2 p. 341-361, Jul/2015.

## RESUMO

O trabalho busca uma apreensão das Ciências Humanas tomando por base os mecanismos do fetichismo. Em um primeiro momento é colocada a questão da diferença entre Ciências Sociais e Ciências da Natureza, pelo ponto de vista da antropologia, em seguida são apresentados modos de operação do fetiche na antropologia, psicanálise e economia. A partir daí, baseando-se em textos de Giorgio Agamben, é feita uma avaliação das possibilidades de emprego dos mecanismos do fetiche nas Ciências Humanas.

**Palavras-chave:** Fetiche; Ciências Humanas; renegação (*Verleugnung*); mercadoria; Valor de uso (*Gebrauchswert*); Valor de Troca (*Tauschwert*); sinédoque; inoperosidade; profanação.

## ABSTRACT

This article seeks an apprehension of the human sciences taking for base the mechanisms of the fetishism. In the first place is presented the question of the difference between the human sciences and the natural sciences by an anthropological point of view, then the different types of operation of the fetishism in the spheres of anthropology, psychoanalysis and economy. Thereafter based on the work of Giorgio Agamben is made an appraisal of the possibilities of the use of the fetishism mechanisms in the human sciences.

**Key words:** Fetishism; Human Sciences; denial (*Verleugnung*); commodity; use value (*Gebrauchswert*); exchange value (*Tauschwert*); synecdoche; aimlessness; profanation.

## 1 INTRODUÇÃO

Neste texto é proposta uma avaliação das possibilidades do emprego dos mecanismos do fetichismo como padrão epistemológico nas ciências humanas. Neste intuito são abordados textos de Giorgio Agamben e sua análise de posturas estéticas relacionadas.

A ideia emerge de uma questão proposta na minha tese de doutorado, em que o fetiche é trabalhado em conjunto com o sentimento de inquietação (*Unheimlich*) da modernidade. Neste primeiro contato com a questão foi de grande valia o livro de Mario Perniola *O sex appeal do inorgânico*. O texto além de apontar para as diferentes esferas de atuação do fetiche, ainda faz analogia entre a perversão sexual e a econômica no capitalismo<sup>28</sup>. Mais adiante o ensaio de Maria Rita Kehl “O fetiche” faz uma atualização do conceito dentro da sociedade de consumo e da constante busca de imagens para produzir um espetáculo, estas, como mediadoras e formadoras das diferentes comunidades, buscam uma associação com personalidades bem sucedidas<sup>29</sup>. Recentemente a leitura de Edgardo Castro alertou para a possibilidade de estudar o conceito de fetiche vinculando-o às Ciências

---

<sup>28</sup>Aqui é interessante lembrar a análise que o autor faz do livro de *A história de O*. A autora é Anne Desclos sob o pseudônimo de Pauline Réage. A trama foi recontada depois no cinema e quadrinhos.

<sup>29</sup>BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. Boitempo Editorial, 2004.

Interessante a análise de Gabriel Zacarias no Estado de São Paulo de 25/ 01/ 2015, p. E8, que interpreta os ataques terroristas aos cartunistas da *Charles Hebdo* muito mais dentro do contexto de uma sociedade do espetáculo do que em termos de “choque de civilizações” como tem sido analisado por políticos da direita francesa como Marine le Pen.

Humanas por meio de textos de Giorgio Agamben. Isso abre possibilidade para relacionar as obras do início da carreira do autor de viés estético e de linguagem com questões antropológicas e políticas de seus últimos textos.

A questão da diferenciação entre ciências naturais e humanas vem sendo retomada no meu trabalho como professor de antropologia, em que é enfatizada a questão da comunicação com o “outro” em uma interação dialética. A abordagem do sujeito, que passa a se tornar um objeto, mas que não perde as características criativas, pode ser enriquecida com a avaliação dos mecanismos do fetiche no texto de Agamben e na retomada estética Baudelaire e crítica de Benjamin.

De que modo se diferenciam as Ciências Humanas das Ciências Naturais? Qual seria a metodologia mais adequada à aplicação nas primeiras? Como proceder quando os seres humanos, cuja liberdade os dota de um caráter inapreensível, são tomados como objeto do conhecimento?

Na resposta a estas questões, Roberto da Matta apresenta um contraste entre estes dois âmbitos do conhecimento. Enquanto as Ciências Exatas ou da Natureza têm controle sobre os objetos de estudo, podendo repetir as experiências, transformá-las em tecnologia<sup>30</sup>, nas Ciências Sociais ou Humanas os acontecimentos são únicos, irrepetíveis e sempre sujeitos à interpretação.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> A matéria prima da “ciência natural”, portanto, é todo um conjunto de fatos que se repetem e têm uma constância verdadeiramente sistêmica, já que podem ser vistos, isolados e, assim, reproduzidos dentro de condições de controle razoáveis num laboratório. Por isso se diz repetidamente que o problema da ciência em geral não é o de desenvolver teorias, mas de testá-las. DA MATTA (2010, p. 19)

<sup>31</sup> Os fatos sociais são irreproduzíveis em condições controladas e, por isso, quase sempre fazem parte do passado. São eventos a rigor históricos e apresentados de modo descritivo e narrativo, nunca na forma de uma experiência. DA MATTA (2010, p. 23)

A grande contribuição da Antropologia Social é a possibilidade de tratar com a interação entre os seres humanos, de modo que o confronto entre a cultura do observador e do observado possa resultar em uma reavaliação positiva de ambas as partes.

Podemos então dizer que é nesta avenida aberta pela possibilidade de diálogo com o informante que faz a diferença crítica para um saber voltado para as coisas inanimadas ou passíveis de serem submetidas a uma totalidade total (os objetos do mundo da “natureza”) e um saber, como o da Antropologia Social, constituído sobre os homens em sociedade. Num caso o objeto de estudo é completamente opaco e mudo; Noutro, ele é transparente e falante. No caso das “ciências sociais”, o objeto é muito mais do que isso, ele tem também o seu centro, o seu ponto de vista e suas interpretações que, a qualquer momento, podem competir e colocar de quarentena as nossas mais elaboradas explicações (DA MATTA 2010, p. 30).

O propósito do livro<sup>32</sup> estaria em poder relativizar os modos de conceber a cultura em oposição aos métodos do evolucionismo, do início da formação da antropologia como uma ciência, cujo modelo era o dedutivo nomológico das ciências naturais, em que a cultura do observador é tomada como parâmetro.

Do ponto de vista filosófico, se atentarmos para o fato de que a principal característica humana é a liberdade, demonstrada na forma “uma potência, que nunca se realiza plenamente”, pode-se perceber que na compreensão do homem e de suas obras há sempre um fundo inapreensível, produto da historicidade e sujeito a infundáveis avaliações. A dialética na transformação do sujeito e objeto pela interação de que fala Da Matta pode ser beneficiada com outra relação entre os termos.

---

<sup>32</sup> DA MATTA, R.. **Relativizando**: uma introdução à antropologia social. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.

Neste ensaio, pretende-se, a partir da análise do conceito de fetichismo, apresentar alternativas ao estudo das Ciências do Homem, tomando por base principalmente as análises do filósofo Giorgio Agamben nos textos do início de sua carreira, em particular *O homem sem conteúdo* e *Estâncias: a palavra e o fantasma na cultura ocidental*, mas apontando para um desenvolvimento posterior no *Homo Sacer*, *Profanações* e *O reino e a glória*.

## 2 FETICHISMO

O termo fetichismo tem sofrido diferentes interpretações ao longo da história. A proposta inicial é analisar as torções ocorridas no conceito, que vem de um uso etnológico, voltado para o estudo da religião, passando por um uso psicanalítico (Freud) e, posteriormente, econômico (Marx)<sup>33</sup>. Esta apreensão histórica da noção vai nos fornecer subsídios para uma compreensão maior da assimilação do marxismo pelos sistemas filosóficos e da situação da sociedade cotidiana baseada no consumo e no espetáculo, assim como a possibilidade da utilização do mecanismo na apreensão das Ciências Humanas. Para tanto a exposição está subdividida nas seguintes partes:

- 1) Apresentação das interpretações religiosa, psicanalítica e econômica do termo;
- 2) Avaliação da continuidade entre os diferentes sentidos do termo;

---

<sup>33</sup> Historicamente a análise econômica de Marx precede a psicanalítica, mas na exposição há uma troca, pois, como será exposto, a proposta marxiana vai se beneficiar da análise de Freud como forma de mediar o fetichismo da mercadoria para a atualidade.

- 3) Nova apreensão do termo pela sociedade do espetáculo, em que a mercadoria, para fins de publicidade e consumo, acaba encarnando na figura de um ser humano famoso.
- 4) Avaliação do fetiche como método de apreensão das Ciências Humanas

## **2.1 Sentidos do fetiche**

A palavra fetiche vem do português, feitiço, termo já usado no século XVI, que se relaciona a algo artificial, a um sortilégio e só será usado na França no século XVIII por Charles de Brosses por volta dos anos 1756 – 1760.

Sob ponto de vista religioso o fetiche está relacionado a certo tipo de crença de que um determinado objeto como um tufo de cabelos, unhas, um pedaço de madeira, atribuído à cruz de Cristo, possa ter características sobrenaturais. Neste contexto, há uma diferenciação entre o fetiche, completamente arbitrário e o ídolo, formado por materiais consagrados ouro, pedras preciosas, untados e bentos. A característica observada aqui é a de arbitrariedade: qualquer coisa pode tornar-se um fetiche (PERNIOLA 2005).

Também dentro do ponto de vista religioso é digna de nota a crítica kantiana no texto: “Religião nos limites da simples razão (1793)”. Aqui o filósofo alemão chama a atenção para a característica de exterioridade do conceito, já que os princípios religiosos não são assimilados autonomamente, mas adotados como regras impostas.

Do ponto de vista psicanalítico, Freud começa a tratar do conceito em um texto de 1905: “Três ensaios para uma teoria da sexualidade”<sup>34</sup>, em que a noção aparece pela primeira vez, para depois retomar a questão em um texto de 1927: “O fetichismo”.

Para Freud o fetichismo é uma perversão. O início ocorre quando uma criança de sexo masculino, por volta dos quatro anos de idade vê o corpo de sua mãe nua. Para a criança, o corpo da mãe deveria ser perfeito, no entanto, há algo faltando, a saber: o falo (pênis). A partir disso, emerge o sentimento de medo da castração e, com isso o fenômeno da recusa ou denegação (*Verleugnung*). Trata-se de voltar no tempo, como se volta em um filme, reintroduzindo a parte que falta no corpo da mãe, ressignificando-a em outro lugar do corpo: cabelos, pescoço etc.

Do ponto de vista econômico, a apresentação é realizada no primeiro capítulo de *O Capital* de Marx<sup>35</sup>. Ao final é exposto como a mercadoria adquire tal importância no sistema capitalista de modo que encobre a estrutura econômica de produção, na qual o valor da mercadoria deveria estar no tempo de trabalho socialmente necessário gasto em sua produção.

---

<sup>34</sup> AGAMBEN (2007, p. 62) aponta que Freud teria sofrido influência de Albert Binet. Este último já teria considerado o fetiche como uma perversão sexual no livro: *Lefetichismedansl'amour* (Paris, 1888).

<sup>35</sup> Com o termo é retomada a questão da alienação exposta em textos anteriores como *Manuscritos econômico-filosóficos*. Pelo trabalho alienado, o homem perde sua essência humana (*Gattungswesen*). Agora esta exploração do trabalho é enfocada por meio de uma análise da economia capitalista. Isso leva a uma diferenciação no modo de receber a obra de Marx. Althusser (1918 - 1991) no livro *A favor de Marx* defende que há uma ruptura epistemológica na obra do autor, que passa da adoção de propostas metafísicas como uma natureza humana perdida e para uma análise dialética e, portanto, científica. Outros autores como Georg Lukács (1885 - 1971) e Henry Lefébvre (1905 - 1991), assim como brasileiros como José Artur Giannotti, Rui Fausto, ou mais recentemente o húngaro István Mészáros assumem uma continuidade na postura do autor acusando a postura de Althusser de positivista.

A mercadoria é misteriosa [“Geheimnisvolle”] simplesmente por encobrir as características sociais do próprio trabalho dos homens, apresentando-as como características materiais e propriedades sociais inerentes aos produtos do trabalho, por ocultar, portanto, a relação social entre os trabalhos individuais dos produtores e o trabalho total, ao refleti-la como relação causal existente, à margem deles, entre os produtos de seu próprio trabalho. Por esta dissimulação, os produtos do trabalho se tornam mercadorias, coisas sociais, com propriedades perceptíveis e imperceptíveis aos sentidos.<sup>36</sup>(MARX,1983,p. 71).

Toda discussão implica na apreensão do valor dentro do sistema capitalista. O valor de uso (*Gebrauchswert*) passa a ser representado pelo valor de troca (*Tauschwert*<sup>37</sup>), mas ambos são aspectos do tempo de trabalho socialmente necessário para a produção das mercadorias, que Marx chama de valor. É interessante ressaltar que esta teoria de valor é bem próxima de David Ricardo, com a diferença de que este fala apenas em tempo de trabalho para a produção. Marx pretende resgatar a dinâmica social de modo que os diferentes conceitos de valor relacionam-se dialeticamente e não podem ser apreendidos simultaneamente.

HARVEY (2013) compara a situação do fetiche a alguém que vá ao supermercado comprar um pé de alface. O valor seria tomado apenas pelo dinheiro trocado (valor de troca). No capitalismo torna-se inevitável o esquecimento do trabalho das pessoas que produziram a mercadoria. Deste modo,

O resultado é que nossa relação social com as atividades laboriais dos outros é dissimulada em uma relação entre coisas. No supermercado, por exemplo, você não tem como

---

<sup>36</sup> Marx, K, *O Capital*, v.1, São Paulo, Abril, 1983, p. 71, W. I, 86.

<sup>37</sup> Interessante apontar como o termo *Tauschen*, troca, câmbio é próximo do conceito *Täuschen*, enganar, iludir. Esta proximidade semântica acaba antecipando a crítica marxiana. As trocas procuram tirar vantagem levando ao engano.

saber se a alface foi produzida por trabalhadores satisfeitos, miseráveis, escravos, assalariados ou autônomos. A alface é muda, por assim dizer, no que diz respeito a como foi produzida e a quem a produziu ( HARVEY, 2013, p. 47).

O poder místico do fetiche da mercadoria não está nem no valor de troca, representado pelo preço das mercadorias, nem no valor, formado pelo tempo de trabalho socialmente necessário para a produção, mas na oposição entre os dois.

O misterioso da forma mercadoria consiste, portanto, simplesmente em que elas refletem aos homens as características sociais de seu próprio trabalho como características objetivas dos produtos mesmos do trabalho, como propriedades naturais sociais destas coisas e, daí, reflete também as relações sociais dos produtores com o trabalho conjunto como uma relação existente fora deles entre objetos. Por este quiproquó, os produtos de trabalho se tornam mercadorias, coisas sensíveis, suprassensíveis ou sociais (MARX, 1983, p.71).

A valoração positiva da mercadoria em detrimento ao trabalhador vai engendrar uma inversão na qual o ser humano, passa a ser controlado na fábrica, onde é tratado como uma peça dentro de uma engrenagem, esta formando um mecanismo ao qual não controla; enquanto a mercadoria passa a mediar as relações humanas, nas quais o apelo ao consumo desmedido leva a acentuar o “ter” ao invés do “ser”.<sup>38</sup>

Na noção de fetiche marxiana, percebemos o embrião do ataque desferido à concepção de liberdade burguesa. O *laissezfaire*

---

<sup>38</sup>Passando para uma sociedade de consumo em que a questão da imagem torna-se de capital importância para o sistema, as mercadorias passam a identificar-se com imagens associadas a pessoas de sucesso. Produz-se assim a crença de que ao possuí-las os indivíduos teriam mais condições de atingir a felicidade. A pressão exercida pela imagem projetada para sociedade faz que artistas, grandes esportistas etc. muitas vezes falhem em sua vida privada como é recentemente o caso de Tiger Woods. Cf. BUCCI e KEHL *Videologias*. São Paulo: Boitempo, 2004.

liberal pressupõe a ilusão fetichista do controle de forças abstratas como a mão invisível do mercado de Adam Smith. Em outras palavras, o valor no capitalismo é sempre uma relação (talvez por isso Marx goste tanto da analogia com a lei da gravidade), as análises são feitas de modo a apreender, movimentos e processos. Minha casa uma vez posta à venda, por exemplo, só adquire valor no momento em que alguém se dispõe a pagar o preço pedido.

Ocorre que o fetiche dentro da sociedade capitalista produz uma ficção, ou fantasmagoria, mas esta não é produto da mente dos indivíduos, mas das próprias relações sociais neste sistema. O fetiche é uma ilusão real, no sentido de que nossa sobrevivência na sociedade pressupõe que assumamos perdernossas características propriamente humanas e passamos a ser julgados como um número, uma cifra, ou um currículo.

Zizek (2010, p. 115) conta a piada do indivíduo que acredita ser um grão de semente. É tratado em um hospital psiquiátrico e acaba convencido de que realmente não é uma semente. Estando então “curado” é dada permissão que deixe o hospital, mas ao ver uma galinha, volta tremendo. O médico pergunta então: “você não sabe que não é uma semente?”, ao que o rapaz responde: “eu sei, mas será que a galinha sabe?” Os indivíduos dentro do capitalismo podem ter consciência da formação das fantasmagorias pelo fetichismo, mas são obrigados a uma identificação afetiva com as mercadorias como forma de sobrevivência.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> É interessante neste ponto lembrar Benjamin e sua crítica à noção de *Einfühlung*, empatia, identificação afetiva. Se nas famosas teses “Sobre o conceito de História” a prática caracteriza o historicismo e deve ser evitada, nas Passagens: O amor à prostituta é a apoteose da empatia na mercadoria. (Der Liebezur Prostituierten ist der Apotheose der Einfühlung in der Ware) (V, 475; J85, 2). Esta ambiguidade do conceito se tornará mais clara no fim deste texto, quando a postura estética Unifalco em Pesquisa, São Paulo SP, v.5, n.2 julho 2015

O mecanismo do fetiche, tal como apresentado, nos deixa pistas de como compreender as Ciências Humanas e conseqüentemente repensar a relação sujeito x objeto, de uma maneira mais abrangente. Giorgio Agamben retoma a discussão. O debate surge dentro de um debate anterior apresentado na década de 70 no livro *O homem sem conteúdo*<sup>40</sup>. Neste é tentada uma solução para o problema estético da relação entre poesia e filosofia. Enquanto a primeira possui o objeto, mas não o compreende, a segunda compreende um objeto sem poder o possuir. Já no prefácio o autor italiano faz uma crítica ao estruturalismo. Assim como os pitagóricos estes estipulam uma estrutura maior do que a soma das partes, para mais tarde negar este princípio e pensar a parte como o todo. No texto *Estâncias: a palavra e o fantasma na cultura ocidental*, a questão estética original se desdobra no problema epistemológico de uma nova relação entre sujeito e objeto.

Aqui são retomadas as principais características do fetiche apresentadas: a troca da parte pelo todo, que como figura de linguagem é denominada sinédoque<sup>41</sup>, próxima à metáfora; a negação ou renegação (*Verleugnung*) que provoca a tensão entre fantasmagoria e realidade; e, no capitalismo, a impossibilidade de conceber simultaneamente valor de uso e valor de troca<sup>42</sup>. Podem-se resumir as características do fetiche como o exercício de um uso diferente do

---

não é mais fundamentada no uso como a origem do valor, mas como ritual sacrificial em que o artista assume-se como objeto sacrificado.

<sup>40</sup> AGAMBEN (2013)

<sup>41</sup> Dentro do aspecto geral da atribuição da parte pelo todo (*pars pro totó*) pode-se dividir esta figura de linguagem de vários modos como: o autor pela obra, li Machado de Assis, ou ouvi Chico Buarque; causa pelo efeito, sou alérgico a cigarro (na verdade o cigarro é a causa do efeito fumaça); contentor pelo conteúdo, bebi um copo d'água etc.

<sup>42</sup> E assim como o fetichista nunca consegue possuir integralmente o seu fetiche, por ser o signo de duas realidades contraditórias, assim o possuidor da mercadoria nunca poderá gozar dela contemporaneamente enquanto objeto de uso e enquanto valor. AGAMBEN (2007, p. 68)

costumeiro. É justamente essa possibilidade criativa que está em consonância com obras mais recentes de viés político como *Profanações*, cuja proposta consiste justamente em retirar algo de um uso “consagrado” para conduzi-lo a um uso secular. Este mesmo processo é realizado pelo conceito de inoperosidade no livro *O reino e a glória* (e no texto *O aberto* aparece como *desouvrement*), que acentua uma oposição dentro da máquina política, antropológica etc.

Justamente é a tensão entre a realidade e seu fantasma, que caracteriza o fetiche. Isso leva a pressupor uma nova relação entre sujeito e objeto, como se ao estudarmos os seres humanos jamais possamos separá-los de seus desejos.

Sob este ponto de vista o fetiche leva-nos ao confronto com o paradoxo de um objeto inapreensível que satisfaz uma necessidade humana precisamente através de seu ser tal. Como presença o objeto-fetiche é, sem dúvida, algo concreto e tangível; mas como presença de uma ausência é, ao mesmo tempo, imaterial e intangível, por remeter continuamente para além de si mesmo, para algo que nunca se pode possuir realmente AGAMBEN (2007, p. 61).

O mecanismo do fetiche pode ser observado como instrumento estilístico em correntes estéticas que privilegiam obras inacabadas<sup>43</sup>, mas o que torna o fetiche um fenômeno tipicamente moderno é a característica do fetichista de tender a colecionar e multiplicar seus fetiches<sup>44</sup>, fenômeno fundamental para Baudelaire e mais tarde considerado por Benjamin como a origem da modernidade. O

---

<sup>43</sup> É interessante lembrar que no livro **Infância e história: destruição da experiência e origem da história**. UFMG, 2008, o autor comenta que todo prefácio é sobre um livro não escrito.

<sup>44</sup> Por mais que o fetichista multiplique as provas de sua presença e acumule um harém de objetos, o fetiche lhe foge fatalmente entre suas mãos e, em cada uma de suas aparições, celebra sempre e unicamente a própria mística fantasmagórica. AGAMBEN (2007, p. 62)

sentimento de um fantasma que se multiplica perdendo a referência implica na alegoria e no sentimento da inquietude (*Unheimlich*)<sup>45</sup>.

As Exposições Universais são para Benjamin “lugares de peregrinação ao fetiche mercadoria”, nestas o capitalismo impõe-se na sua faceta do consumismo pelo seu caráter fantasmagórico. *Ogolpe de vista feérico* característico da estética de dispersão (*Zerstreuung*) encontra em Baudelaire expressão no *choc*<sup>46</sup> e em Benjamin na questão da perda da experiência<sup>47</sup>. Isso produz uma epifania do inapreensível, segundo Agamben semelhante ao que sentimos ao entrar no supermercado, ou assistirmos uma publicidade.

Para Marx, o valor originário historicamente estaria no valor de uso, que no capitalismo fica dissimulado no valor de troca. Mas a antropologia mostra que este princípio não pode ser aplicado a todas as culturas. “A etnografia moderna desmentiu o preconceito marxiano, de acordo com o qual ‘nenhum objeto poderá ter um valor se não for uma coisa útil’ ”. O sentido originário do valor está no presentear, no dom, relacionado a um ritual sacrificial.<sup>48</sup>

---

<sup>45</sup> Ele [Freud] vê no inquietante (*Unheimliche*) o familiar (*Heimliche*) removido. ‘Esse inquietante não é, de fato, nada de novo, de estranho, mas sim algo que é desde sempre familiar à psique, e que só o processo de remoção tornou outro’. A recusa de tomar consciência da degradação dos *factícia* mercadorizados expressa-se criptograficamente na aura ameaçadora que envolve as coisas mais familiares, com as quais não é mais possível sentir-se seguro. AGAMBEN (2007, p. 89)

<sup>46</sup> O choc é o potencial de estranhamento de que se carregam os objetos quando perdem a autoridade que deriva de seu valor de uso e que garante a sua inteligibilidade tradicional, a fim de assumirem a máscara enigmática da mercadoria. (p. 75)

<sup>47</sup> Podemos citar os textos “Experiência e pobreza” e “O narrador” em BENJAMIN, W. Obras Escolhidas vol. I.

<sup>48</sup> Os estudos de Mauss sobre o *polache* sobre a prodigalidade ritual não revelam apenas (o que Marx ignorava) que o dom, e não a permuta, é a forma originária de intercâmbio, mas põe em evidência uma série de comportamentos (que vão desde o dom ritual até a destruição dos bens mais preciosos) que, do ponto de vista Unifalco em Pesquisa, São Paulo SP, v.5, n.2 julho 2015

Existe a possibilidade de confrontar a forma de valor, que para Marx seria o tempo de trabalho socialmente necessário para a produção de mercadorias e o valor de troca, no sentido de que o valor só pode ser acrescido se o houver aumento no trabalho, mas deve-se considerá-lo na sua dinâmica como um produto histórico. As técnicas de fabricação podem variar historicamente e modificar o valor da mercadoria, mas a questão de Marx é justamente buscar uma forma de valor alternativa.<sup>49</sup>

Esta possibilidade de uma opção diferente para o valor estaria justamente na assunção de um ritual sacrificial na postura dos artistas no século XIX. O artista assume-se como mercadoria para ultrapassá-la. O ritual de destruição passa a fazer parte da postura da “arte pela arte”, não mais o gozo da arte por si mesma, mas a destruição da arte pela

---

do utilitarismo econômico, aparecem inexplicáveis, e em base aos quais se diria que o homem primitivo só pode atingir a condição a que aspira mediante a destruição ou a negação da riqueza. O homem arcaico também doa porque quer perder, e sua relação com os objetos não é regida pelo princípio de utilidade, mas por aquele de sacrifício. AGAMBEN (2007, p. 84)

<sup>49</sup> Perdi a conta de quantas vezes ouvi pessoas se queixarem de que o problema em Marx é que ele acredita que a única forma de valor válida deriva do acréscimo de trabalho. Mas isso não é verdade; a noção de valor é um produto histórico-social. Portanto, o problema do socialista, do comunista, do revolucionário, do anarquista ou de quem for é encontrar uma forma-valor alternativa que funcione nos termos da reprodução social da sociedade de uma forma diferente. HARVEY (2013, p. 48)

obra de arte<sup>50</sup>. Como consequência do sacrifício do artista está o despojamento de si, caso do *dandy*<sup>51</sup>.

A postura antropológica de interação com o “outro”: como artistas ou crianças com seus brinquedos, implica em outra apreensão do espaço e da relação entre sujeito e objeto<sup>52</sup>, Desta forma uma nova

---

<sup>50</sup>Se é só através da destruição que o sacrifício se consagra, assim também é só através do estranhamento que a torna inapreensível, e através da dissolução da inteligibilidade e da autoridade tradicionais, que a mentira da mercadoria se transforma em verdade. AGAMBEN (2007, p. 85)

<sup>51</sup> Da mesma maneira que a obra de arte deve destruir e alienar a si própria para se tornar uma mercadoria absoluta, também o artista-*dandy* deve transformar-se em cadáver vivo, tendendo constantemente para um *outro*, uma criatura essencialmente não humana e anti-humana. AGAMBEN (2007, p. 85)

<sup>52</sup>As coisas não estão fora de nós, no espaço exterior mensurável, como objetos neutros (*ob-jecta*) de uso e de troca, mas pelo contrário, são elas mesmas que nos abrem o *lugar* original, o único a partir do qual se torna possível a experiência do espaço externo mensurável, ou melhor, são elas mesmas presas e compreendidas desde o início no *topos outopos*, em que se situa a nossa experiência de ser no mundo. A pergunta *onde está a coisa?* É inseparável da pergunta *onde está o homem?*, em uma zona que não já não é nem objetiva, nem subjetiva, nem pessoal, nem impessoal, nem material, nem imaterial, mas onde nos encontramos improvisadamente diante destes x aparentemente tão simples o homem e a coisa.(p. 90)

interpretação da realidade fundamentada na antropologia pode recolocar o homem na sua relação com o mundo<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Só nessa perspectiva é que a antropologia futura poderá chegar a definir um estatuto do objeto cultural e localizar no seu *topos* próprio os produtos do “fazer” do homem. AGAMBEN (2007, p. 100)

## REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. **Estâncias: a palavra e o fantasma na cultura ocidental**. UFMG, 2007.

\_\_\_\_\_. **O homem sem conteúdo**. Autentica, 2013.

\_\_\_\_\_. **Homo Sacer: o poder soberano ea vida nua**. Belo Horizonte: UFMG, 2002.

\_\_\_\_\_. **Infância e história: destruição da experiência e origem da história**. UFMG, 2008.

\_\_\_\_\_. **O reino e a glória**. São Paulo: Boitempo, 2011.

\_\_\_\_\_. **O aberto. O homem eo animal**. Trad. de Selvino José Assmann. **Texto inédito**.(L aperto. L'uomoelanimale. Torino: BollatiBoringhieri, 2002), 2011.

BUCCI, E. ; KEHL, M. R. **Videologias: ensaios sobre televisão**. Boitempo Editorial, 2004

CASTRO, E. **Introdução a Giorgio Agamben: uma arqueologia da potência**. tradução Beatriz de Almeida Magalhães. -- Belo Horizonte: Autên- tica Editora, 2012.

DA MATTA, R.. **Relativizando:uma introdução à antropologia social**. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de janeiro:Contraponto, v. 102, p. 85-102, 1997.

FREUD, S. 2004). Fetichismo. **Edição Standard das Obras Completas de Sigmund Freud**, v. 21, p. 149-160, 1927.

\_\_\_\_\_. **Luto e melancolia**. EditoraCosacNaify, 2013.

HARVEY, D. *Para entender O capital*. Trad. Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 2013

MARX, K. **O Capital: Crítica da Economia Política, livro I: O processo de produção do capital.** Editora Nova Cultura Ltda. (Os Economistas), 1983.

\_\_\_\_\_. **Amercadoria.** Trad. Jorge Grespan. São Paulo: Ática, 2006.  
PERNIOLA, M. **Sex appeal do inorgânico, O–Coleção Atopos.** Studio Nobel, 2005.

ZIZEK, S. **Como ler Lacan?** trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.