Elementos para uma Crítica Ontológica do Consumo Organizado: Para Além da Ilusão Circulacionista

PAULO RICARDO ZILIO ABDALA[1];

[1]*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, paulo.abdala@ufrgs.br*

Introdução

Os movimentos sociais contemporâneos ligados à esfera do consumo, expressos sob as insígnias do consumerismo, do consumo sustentável, do consumo ético, do comércio justo e do anticonsumo de maneira geral, partem de um erro ontológico fundamental ao isolarem a circulação da totalidade do processo de produção social. Estas vertentes operam como se o ato de consumo constituísse um espaço de soberania individual, uma esfera de agência moral voluntária e autônoma, desvinculada das contradições que regem a acumulação capitalista. Trata-se de uma ilusão circulacionista que confunde a superfície das trocas mercantis com a essência das relações sociais de produção.

A raiz dessa limitação teórica reside na própria natureza do fetichismo da mercadoria. Na sociedade produtora de mercadorias, as relações sociais de produção aparecem disfarçadas sob a forma fantasmagórica de relações materiais entre coisas (MARX, 2011a). Esse processo de ocultamento faz com que a exploração do trabalho vivo e a extração do mais-valor sejam ocultadas no exato momento em que o objeto assume a forma-mercadoria e ingressa na circulação. Ao converter-se em valor de troca supostamente autonomizado, a mercadoria encontra-se no mercado com o dinheiro, o equivalente geral, transmutando o que originalmente constitui uma relação de exploração entre classes sociais em uma aparente e simétrica equivalência de trocas comerciais. Desse modo, o nexo social imanente à esfera da produção, ao deslocar-se para a circulação, reifica-se, transformando uma relação social em uma relação mercantil de troca.

O brilho simbólico e estético do espaço de consumo obstaculiza a apreensão da gênese do valor. Por consequência, qualquer crítica que se encarcere estritamente na esfera do consumo é, por definição, superficial. Ela é ontologicamente incapaz de ser radical, isto é, de ir à raiz do problema, pois toma a mercadoria por sua utilidade aparente, ignorando que ela é a síntese objetivada de todas as relações sociais de produção capitalista (DUAYER, 2015). Não há saída política radical por meio do poder de compra, pois o próprio dinheiro que compra já é a expressão equivalente, como commodity, do valor gerado pela exploração do trabalho na esfera produtiva.

Como adverte Ben Fine (2002), grande parte das ciências sociais e da crítica cultural fracassa ao encapsular-se no que ele define como teorias horizontais do consumo, ou seja, formulações abstratas que pretendem decifrar o ato de consumir por meio de critérios gerais de identidade, estilo de vida ou escolhas morais, isolando o consumo de sua gênese material. Para o autor, a superação desse reducionismo exige uma abordagem vertical do consumo, que apreenda cada mercadoria não como um signo abstrato na prateleira, mas como o desfecho de determinantes de classe, extração de mais-valor e organização industrial diretamente

conectados à esfera da produção.

O anticonsumo ataca o sintoma, a saturação de mercadorias no cotidiano, mas preserva intocada a raiz material que só pode ser desvelada a partir da teoria do valor. Toda a ação de negatividade do anticonsumo revela-se, assim, como o avesso simétrico e horizontal do consumismo que pretende negar, partilhando com este a incapacidade ontológica de apreender a totalidade do capital.

Esta debilidade teórica foi criticada no campo dos Estudos Organizacionais, sobretudo em uma edição especial do periódico *Ephemera* em 2013 intitulada *The Politics of Consumption*. A edição denuncia como a literatura falha ao isolar o ato de consumir da sua determinação material, alimentando a ilusão liberal de que os indivíduos podem exercer agência política real simplesmente ao votar com o bolso nas prateleiras do mercado (BRADSHAW; CAMPBELL; DUNNE, 2013). Produz-se, assim, uma crítica domesticada (MISOCZKY; AMANTINO-DE-ANDRADE, 2005) que, ao invés de desvelar as determinações da lei do valor, limita-se a mapear os excessos manipulativos da propaganda corporativa ou a validar práticas micro-emancipatórias de consumo consciente, economia solidária e circuitos alternativos de comercialização a partir de perspectivas pós-estruturalistas. Trata-se de uma postura funcional que atua, em última instância, no aperfeiçoamento e na legitimação dos próprios mecanismos que fingem combater.

Este trabalho propõe um rompimento categórico com essa domesticação analítica. O objetivo é resgatar a crítica ontológica de Marx e Lukács para demonstrar que o consumo não é uma atividade isolada, mas uma categoria determinada pela totalidade social. A partir dessa fundamentação, torna-se possível compreender a organização do consumo como uma exigência do capitalismo visando garantir a velocidade de rotação e a realização do valor ampliado do capital (LEFEBVRE, 1991; MARX, 2014).

Fundamentos Ontológicos: O Consumo na Totalidade do Capital

Para fundamentar uma crítica radical à organização do consumo nos Estudos Organizacionais, é imperativo resgatar a crítica ontológica marxista. A fragmentação analítica que isola o consumo como um ato puramente cultural, individual ou voluntarista decorre diretamente da incapacidade teórica de apreender o modo de produção capitalista como uma totalidade concreta. A elucidação da categoria do consumo exige, portanto, a reconstituição dos seus nexos determinantes com a totalidade social, partindo da prioridade ontológica da produção e desvelando a intrincada dialética que une as esferas da produção e circulação (MARX, 2011b).

A produção e a reprodução da vida humana constituem a prioridade ontológica fundamental do ser social (LUKÁCS, 1980). É por meio do trabalho, a relação metabólica primordial entre o homem e a natureza, que a humanidade produz materialmente as condições da sua própria existência. O que distingue qualitativamente a práxis humana de qualquer atividade biológica puramente animal é a capacidade de projetar idealmente o resultado da ação antes de realizá-la materialmente, configurando o que Lukács (1980) define como pôr teleológico. Esse pôr teleológico opera a partir da subordinação consciente de cadeias causais preexistentes na natureza para a satisfação de necessidades humanas.

No entanto, a concretização desse pôr teleológico encontra-se dialeticamente amarrada

ao consumo. Como Marx (2011b) formula nos Grundrisse, a produção e o consumo não devem ser tratados como polos justapostos ou independentes, mas sim como momentos distintos de uma unidade, nos quais cada um dos elementos é interdependente, constituindo o reverso imediato do outro. A produção é imediatamente consumo (consumo de capacidades, de matérias-primas e de meios de produção, o consumo produtivo), e o consumo é imediatamente produção (o consumo de subsistência que reproduz a própria força de trabalho).

Para além dessa identidade imediata, opera uma mediação dialética mais profunda. A produção engendra o consumo ao fornecer a este o seu objeto material, determinando não apenas o que se consome, mas também o modo como se consome, transformando a carência puramente biológica em necessidade socialmente mediada (MARX, 2011b). Inversamente, é o consumo que finaliza e consuma o processo produtivo. Sem o consumo, o produto perde a sua razão concreta de ser, permanecendo como mera possibilidade. É o ato de consumir que dá o acabamento ao produto e destrói o objeto para reproduzir a vida do trabalhador.

No modo de produção capitalista, essa unidade dialética sofre uma fratura alienante decorrente da generalização da forma-mercadoria e da aparente autonomização das esferas (DUAYER, 2015). Ainda que o valor de uso permaneça sempre ontologicamente firmado como o suporte material indispensável do valor, a produção deixa de ser orientada à finalidade de satisfação direta das carências humanas e passa a subordinar-se de forma absoluta ao imperativo da autovalorização, de modo que a utilidade social do produto é instrumentalizada pela lógica da acumulação.

Conforme salienta a crítica ontológica, essas inter-relações e formas de ser que constituem a totalidade econômica não possuem o mesmo peso ontológico. Embora interligadas de modo intrínseco, é a produção que detém a primazia, pois as contradições gestadas no interior da exploração do trabalho vivo determinam de forma inexorável os limites e as dinâmicas de realização na circulação (LUKÁCS, 1980). O consumo capitalista, longe de ser o império da escolha racional e livre, revela-se como uma forma de ser historicamente determinada, cuja função imanente é servir à dinâmica de acumulação.

A inserção da categoria do consumo no debate marxista desdobra-se em uma bifurcação teórica que oscila entre a denúncia da manipulação ideológica e o reconhecimento das contradições materiais da reprodução quotidiana. Historicamente, as vertentes ligadas ao marxismo ocidental deslocaram o eixo analítico do chão de fábrica para a esfera da circulação. Por um lado, a vertente crítica de Adorno e Horkheimer (1985), por meio do conceito de Indústria Cultural, tende a teorizar o consumo como um aparato ideológico de reificação absoluta da consciência. Sob a ótica frankfurtiana, as necessidades humanas perdem a espontaneidade, sendo artificialmente moldadas para garantir o apaziguamento da luta de classes, o que confina o consumidor à condição de autômato passivo. Comete-se neste tipo de análise um erro do ponto de vista da teoria do valor, já que o valor de uso de um bem nunca pode deixar de existir, outrossim não haveria qualquer motivo para que ele fosse consumido.

Por outro lado, a sociologia do cotidiano de Henri Lefebvre recusa esse fechamento monolítico. Ao investigar o que denominou como uma sociedade organizada de consumo burocrático, Lefebvre (1991) demonstra que, embora o cotidiano seja programado para

assegurar a absorção da mais-valia, ele permanece como um espaço eminentemente dialético. O mesmo solo que abriga a alienação e a deformação das necessidades reais constitui um espaço de contradições vivas, onde a imprevisibilidade da práxis social pode emergir contra a racionalidade burocrática do capital. De qualquer forma, o que fica evidente é a necessidade estrutural do capital de avançar organizativamente sobre a circulação, cujos determinantes econômicos estritos devem ser compreendidos a partir das leis de rotação do valor.

A Dinâmica da Circulação do Capital e a Necessidade da Organização do Consumo

Para compreender a transição da exploração fabril para os aparatos que gerenciam a vida cotidiana, é preciso recorrer à lógica da rotação do capital exposta por Marx (2014) no Livro 2 de O Capital. O tempo total de rotação do capital é determinado pela soma de dois momentos distintos, o tempo de produção e o tempo de circulação. O capital estacionado na esfera da circulação, aguardando sob a forma de capital-mercadoria (M') a sua metamorfose em capital-dinheiro (D'), é temporariamente destituído de sua capacidade de autovalorização. Trata-se de um capital latente que gera um custo de oportunidade para a acumulação global. A dinâmica imanente do modo de produção capitalista impõe, portanto, a necessidade de encurtar o tempo de circulação ao mínimo absoluto, acelerando a velocidade com que o ciclo se completa para elevar a massa de extração do sobretrabalho e evitar crises crônicas (MARX, 2014).

É sob essa determinação econômica que a organização do consumo emerge como um mecanismo indispensável. Assim como o capital estabeleceu o controle e a racionalização científica do trabalho vivo no interior das paredes da fábrica (MARX, 2011a), ele se vê compelido a estender essa mesma racionalização organizativa para o exterior da produção, invadindo a totalidade da reprodução social. Henri Lefebvre (1991) capturou essa transição histórica ao formular o advento da "sociedade organizada do consumo burocrático". Na leitura lefebvriana, a vida cotidiana passa a ser programada e administrada por critérios instrumentais com a finalidade de garantir o escoamento ininterrupto e previsível das mercadorias produzidas em massa (LEFEBVRE, 1991).

A história concreta da circulação revela que a organização racionalizada do consumo desenvolveu aparatos institucionais específicos. Nos Grundrisse, Marx postula que "a produção produz, portanto, o consumo" (MARX, 2011b, p. 53) ao fornecer a este seu objeto, seu modo e seu impulso. Todavia, na contemporaneidade saturada de oferta, essa tese exige uma mediação. A produção do consumidor por si só não se realiza de forma imediata a partir da existência do produto, demandando a gestação programada de estilos de vida por meio de um projeto planejado da classe capitalista.

As técnicas modernas de relações públicas e a propaganda de massa, fundamentadas teoricamente por figuras como Edward Bernays (1928, 1961), operaram precisamente a transição da publicidade informativa para a manipulação científica da opinião pública, convertendo o ato de consumir em um elemento central de orientação dos impulsos do ser social. O objetivo manifesto dessa engenharia do consentimento era adequar o comportamento das massas à necessidade de escoamento e reprodução do capital (BERNAYS; CUTLER, 1969).

Posteriormente, Vance Packard (2007) desvelou como o aparato de marketing

sofisticou esses mecanismos por meio do uso de persuasores ocultos, da obsolescência planejada e da indução psicológica do desperdício, consolidando o estilo de vida mercantilizado como uma barreira subjetiva contra crises de realização. Longe de representarem uma resposta espontânea a necessidades preexistentes, esses aparatos atuam no agenciamento e na moldagem artificial das necessidades da classe trabalhadora (PACKARD, 2007).

Conforme Marx demonstra ao detalhar o capital comercial e as dinâmicas do sistema de crédito no Livro 3 de O Capital (MARX, 2011c), a facilitação da circulação funciona como contratendência essencial para justificar os custos puros de circulação e acelerar os giros do sistema. Organiza-se o consumo, portanto, para destituir o valor de uso de sua estabilidade material. O objeto consome-se e descarta-se rapidamente para que o valor de troca possa se realizar e se expandir sem os entraves da inércia material.

Considerações Finais

A crítica ontológica empreendida neste trabalho inicial demonstra que a organização do consumo não constitui um fenômeno cultural fortuito. Trata-se, fundamentalmente, de uma exigência do modo de produção capitalista para reduzir o tempo de circulação e garantir a velocidade de rotação indispensável à realização do mais-valor, conforme a dinâmica global do capital exposta por Marx (2014). Toda crítica social ou movimento emancipatório que eleja o consumo como lócus de transformação social, ignorando o nexo determinante que o vincula à esfera da produção e à exploração do trabalho vivo, está ontologicamente condenado à impotência e à domesticação funcional pelo mercado (DUAYER, 2015; LUKÁCS, 1980).

O frescor e a atualidade deste debate residem na superação da fratura analítica que historicamente tendeu a isolar a circulação como uma esfera puramente simbólica, moral ou identitária. Investigar os aparatos, as redes burocráticas e os dispositivos corporativos que operam a organização concreta do consumo, cujas bases institucionais remontam à engenharia do consentimento de Bernays (1928) e à indução psicológica do desperdício denunciada por Packard (2007), não significa aderir ao circulacionismo, mas sim evidenciar as linhas de força por meio das quais o capital gerencia coercitivamente a totalidade da reprodução social para salvar-se de suas próprias crises de sobreacumulação. O consumo só pode ser efetivamente transformado se o modo de produção que historicamente o determina for subvertido (MARX, 2011b).

Como desdobramento necessário para o campo dos Estudos Organizacionais, aponta-se para uma agenda de pesquisas empíricas voltada aos fenômenos contemporâneos como a plataformização do comércio, o colonialismo de dados, o gerenciamento algorítmico do comportamento e a expansão do capitalismo de vigilância não devem ser lidos como meras inovações tecnológicas ou novos hábitos culturais de mercado. Cabe investigar empiricamente como essas plataformas operam como aparatos organizacionais de aceleração da rotação do capital, cujo objetivo central é aniquilar o tempo morto da mercadoria no espaço através de uma captura burocrático-digital da subjetividade humana.

Essa agenda ganha contornos dramáticos e incontornáveis quando situada nas coordenadas específicas do capitalismo dependente latino-americano. Se a aceleração do giro

do capital exige a programação da cotidianidade em nível global (LEFEBVRE, 1991), nas formações sociais periféricas esse processo articula-se de modo violento com a reprodução da dependência. É aqui que o acoplamento teórico entre Álvaro Vieira Pinto (1960) e Ruy Mauro Marini (2012) se revela fecundo.

Na América Latina, a organização do consumo se defronta estruturalmente com a contradição de uma economia fundada na superexploração do trabalho. Ao rebaixar a remuneração da força de trabalho para abaixo de seu valor, o capitalismo dependente cinde o nexo entre produção e consumo, Em decorrência disso a massa trabalhadora produz mercadorias que ela própria não pode adquirir, consolidando a figura dos não-consumidores formulada por Álvaro Vieira Pinto (1960). O consumidor periférico é um não-consumidor superexplorado.

Para contornar a barreira à realização do valor em um contexto de superexploração do trabalho, o capital na periferia engendra uma organização particular da esfera da circulação. Esta se materializa na proliferação de estruturas de crédito fácil, microfinanças, apostas, financeirização da subsistência e endividamento crônico da classe trabalhadora. O endividamento surge, assim, não como escolha individual de estilo de vida, mas como um mecanismo coercitivo que amarra o trabalhador à necessidade contínua de vender sua força de trabalho sob condições ainda mais aviltantes, apenas para saldar compromissos financeiros de subsistência.

A investigação futura e empírica dessa fratura material, em que dispositivos sofisticados de indução ao consumo e financeirização convivem com a privação absoluta e a espoliação da força de trabalho, constitui o passo metodológico seguinte. Somente ao desvelar que a racionalização periférica da circulação é o reverso necessário da superexploração do trabalho será possível oferecer respostas teóricas à altura das fraturas e urgências materiais da nossa realidade histórica.

Referências

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BERNAYS, Edward L. Manipulating Public Opinion: The Why and The How. American Journal of Sociology, v. 33, n. 6, p. 958-971, 1928.

BERNAYS, Edward L.; CUTLER, Howard W. The engineering of consent. Norman: University of Oklahoma Press, 1969.

BRADSHAW, Alan; CAMPBELL, Norah; DUNNE, Stephen. The politics of consumption. Ephemera: theory & politics in organization, v. 13, n. 2, p. 203-216, 2013.

DUAYER, Mario. Capitalismo e barbárie: a crítica ontológica de Marx. Ensaio, v. 14, n. 1, p. 21-38, 2015.

FINE, Ben. The World of Consumption: The Material and Cultural Revisited. 2. ed. London: Routledge, 2002.

LEFEBVRE, Henri. The critique of everyday life. London: Verso, 1991. v. 1.

LUKÁCS, György. The Ontology of Social Being: 2. Marx. London: Merlin Press, 1980.

MARX, Karl. O Capital: crítica da economia política: Livro I. São Paulo: Boitempo, 2011a.

MARX, Karl. Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858. São Paulo: Boitempo,

2011b.
MARX, Karl. O Capital: crítica da economia política: Livro III. São Paulo: Boitempo, 2011c.
MARX, Karl. O Capital: crítica da economia política: Livro II. São Paulo: Boitempo, 2014.
MARINI, Ruy Mauro. Dialética da dependência. In: SADER, Emir (org.). Padrão de reprodução do capital. São Paulo: Boitempo, 2012. p. 131-166.
MISOCZKY, Maria Ceci; AMANTINO-DE-ANDRADE, Jackeline. Uma crítica à crítica domesticada nos estudos organizacionais. Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v. 9, n. 1, p. 215-233, 2005.
PACKARD, Vance. The hidden persuaders. Brooklyn: Ig Publishing, 2007.
VIEIRA PINTO, Álvaro. Ideologia e desenvolvimento nacional. Rio de Janeiro: ISEB, 1960.