

## **O brinquedo industrializado visto sob a óptica do fetichismo de mercadoria: possíveis impactos na objetivação da criatividade infantil**

### **The industrialized toy seen from the viewpoint of commodity fetishism: possible impacts on the objectification of children's creativity**

Pedro Henrique **Joaquim**  
Instituto Federal de São Paulo (IFSP)

Cintia Magno **Brazorotto**  
Instituto Federal de São Paulo (IFSP)

#### **RESUMO**

O artigo em questão é resultado de uma investigação de caráter bibliográfico, cujo método se baseia no marxismo analítico de Cohen (2003). Tal texto visa discutir, relacionar e articular a noção de fetiche de mercadoria atribuído a Marx (2011), de modo a aplicá-lo ao conceito de brinquedo, proposto, sobretudo, por Brougère (2010). O objetivo é discutir e demonstrar como a relação entre criança, brincadeira e brinquedo – dinâmica entendida como processo de expressão da criatividade e subjetividade infantil – pode sofrer um desequilíbrio, em especial, quando brinquedos excessivamente industrializados passam a pautar os roteiros das brincadeiras, de maneira a desequilibrar o processo deslocando o sujeito criança ao caráter de meros suportes no ato de brincar. Observa-se que tal processo, sob a óptica do fetiche, substitui os papéis na relação do brincar, projetando o próprio brinquedo em uma posição dotada de vitalidade. Ademais, toma-se tal processo sob a óptica do fenômeno intencional de mediação intercultural que se dá entre a cultura social e historicamente constituída e o mundo infantil, entendido na presente pesquisa sob a ideia de educação a partir de Arendt (2007).

**Palavras-chave:** Fetiche de mercadoria. Brinquedo. Brincadeira. Educação.

#### **ABSTRACT**

The article in question is the result of a bibliographic investigation, whose method is based on the analytical Marxism of Cohen (2003). This text aims to discuss, relate and articulate the notion of commodity fetish attributed to Marx (2011), in order to apply it to the concept of toy, proposed, above all, by Brougère (2010). The aim is to discuss and demonstrate how the relationship between child, play and toy – a dynamic understood as a process of expressing children's creativity and subjectivity – can suffer an imbalance, especially when excessively industrialized toys start to guide the play scripts, in a way to unbalance the process, displacing the child subject to the character of mere supports in the act of playing. It is observed that this process, from the perspective of the fetish, replaces the roles in the play relationship, projecting the toy itself in a position endowed with vitality. Moreover, this process is taken from the perspective of the intentional phenomenon of intercultural mediation that takes place between the socially and historically constituted culture and the world of children, understood in this research under the idea of education from Arendt (2007). **Keywords:** Fetish commodity. Toy. Play. Education.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo é resultado de uma investigação bibliográfica que objetivou refletir, explorar e relacionar o conceito de fetiche de mercadoria – sustentando-se especialmente na teoria de Marx (2011) e Cohen (2013) – às dinâmicas interculturais presentes na noção de brinquedo<sup>1</sup> com base em Brougère (2010), sobretudo quando pensado em sua forma industrializada. Para Brougère (2010), o brinquedo pode ser compreendido como um catalisador de mediações interculturais. Assim, se, por um lado, é uma forma materializada de representações que o adulto possui da criança em seu processo de fabricação, por outro, é suporte material em que a criança – por meio da brincadeira – é capaz de expressar sua subjetividade e sua criatividade, dotando-o de vitalidade a partir de sua potência de criação.

Dito isso, a intenção de se aplicar o conceito de fetiche de mercadoria ao brinquedo está em seu potencial de explicação ontológica, tal como compreendido a partir de Cohen (2013), ou seja enquanto a relação de inversão vital entre o resultado da produção humana no processo do trabalho, de modo que separado de sua obra, as mercadorias tomam forma de poder, de maneira que apareçam como dotadas de vida, capazes de dirigir os próprios padrões de pensamentos dos sujeitos que as criam (MARX, 2011). Com efeito, sendo o brinquedo um suporte material para a criatividade infantil e compreendendo a brincadeira como atividade criativa e criadora de representações a partir desse brinquedo (BROUGÈRE, 2010), infere-se que, quanto maiores os aspectos industriais e predeterminados presentes em um brinquedo esteticamente padronizado menor a potência de criatividade projetada pela criança, de modo que em uma relação invertida, os brinquedos terminam por direcionar ou mesmo pautar as relações dentro das brincadeiras, o que se pretende refletir a partir da inversão ontológica presente no fetiche de mercadoria (COHEN, 2013). Seja por sua estética padronizada, capaz de produzir padrões de gosto ou comportamento, ou por uma certa limitação, a priori produzida por narrativas que sustentam as próprias formas de se brincar com esse brinquedo (através de propagandas ou histórias cujos brinquedos representam personagens já determinados), reflete-se, neste artigo, sobre o potencial de inversão entre o objeto da brincadeira (brinquedo) e o agente ou sujeito dela (criança).

A fim de compreender e refletir sobre o conceito em questão, bem como analisar sua possibilidade de aplicabilidade extensiva ao brinquedo, as reflexões tomam como empréstimo o método marxista analítico de Cohen (2013), o qual se caracteriza por investigar logicamente estruturas conceituais, de modo a pensar a consistência das estruturas lógicas de seus conceitos bem como de o potencial explicativo e o de aplicabilidade aos fenômenos do real (COHEN, 2013).

Enquanto justificativa, soma-se a exigência educacional de resgatar as qualidades subjetivas que constituem os campos estéticos e criativos em detrimento de um processo de coisificação de consciências, sintetizado por Adorno e Horkheimer (1985), como progresso desmedido da razão técnica, capaz de afogar as capacidades de sentir e exercer os sentimentos, viabilizando o que se entende por barbárie: o retorno ao estágio de violência racionalizada e embrutecimento das sensibilidades humanas (ADORNO, 1995).

A partir de uma autocrítica dialética da confiança cega no progresso racional moderno, é constituído, por Adorno (1995, p.119), um princípio norteador para toda e qualquer pedagogia que se pretenda crítica: para pensar educação contemporânea em seu sentido de emancipação humana, é necessário considerar que “A exigência que Auschwitz não se repita é a primeira de

---

<sup>1</sup> Embora seja relevante considerar as dinâmicas que constituem historicamente e culturalmente as noções de infância, a presente comunicação – devido ao método, tempo e espaço de sua investigação - se limitou aos elementos brinquedos e brincadeiras.

todas para a educação”. Todo projeto educacional que se pretenda emancipador, para além das dimensões objetivas de viabilidade da barbárie em seu sentido estrutural, necessita somar à sua carga de criticidade, dimensões éticas e estéticas considerando as condições subjetivas do humano.

Para Adorno (1995), a urgência da desbarbarização como centralidade pedagógica, isto é, de se colocar como pilar educacional o resgate das características humanas, no que diz respeito às sensibilidades e a razão direcionada por uma ética, oferecerá uma base para explorar o problema da coisificação dos sentimentos humanos na dinâmica da alienação, ou seja, da negação das características qualitativas humanas derivadas do processo de separação humana dos resultados de seu trabalho (COHEN, 2013). Ademais, importa explorar da teoria marxiana o caráter de inversão e animação das mercadorias em relação às bases de produção, apresentando-as como dotadas de vida ou de um poder místico, dilacerando as características subjetivas e deslocando os sujeitos para condições de objetos embrutecidos, por fim, intensificando no próprio humano uma posição de meros suportes que assistem a um espetáculo mercadológico (MARX, 2011).

De acordo com Marx (2011), o processo de inversão das relações humanas com os produtos de seu trabalho, ao invisibilizar o sujeito em detrimento da mercadoria que ganha substrato vital, produz efeito de fetiche de mercadoria, apresentando o resultado do trabalho alienado como uma coisa animada e detentora de poderes ocultos, derivada da maximização do valor de troca. Fleck (2012) admite uma dupla dimensão da mercadoria em seu caráter de fetiche: uma na materialidade concreta, podendo ser pensada ainda a partir de seu valor de uso, isto é, no grau de satisfação funcional que uma mercadoria tem em relação às necessidades humanas<sup>2</sup>; outra na abstração produzida pelo valor de troca (ou mundo das mercadorias), concebida em um mundo no qual os agentes não são mais que veículos, suportes ou coisas que produzem as mercadorias a serem circuladas nos palcos do mercado.

Deste modo, verifica-se que todo o esforço que o homem vinha desenvolvendo até o capitalismo para dominar a natureza, para plasmar o mundo natural à sua feição, para dar uma feição humana aos objetos naturais, é invertido e negado pelo estabelecimento das relações capitalistas de produção. (KONDER, 2009, p.145).

Considerando uma base educacional com a necessidade de resgatar as qualidades sensíveis da subjetividade, mediante uma materialidade que em sua dialética traz o caráter coisificante, busca-se refletir a respeito do fetiche de mercadoria de maneira a articulá-lo ao brinquedo. Com base em Arendt (2007), educação é um fenômeno de mediação entre os novos sujeitos que nascem para um mundo de cultura e o direito de se apropriarem deste mundo constituído de bens simbólicos; há de se encontrar, por um lado, uma possibilidade de revigorar as relações sociais por subjetividades novas; por outro lado, o caráter de introdução presente na outra ponta da mediação exige refletir a respeito da reprodução dessa dinâmica alienante presente nos objetos de mediação, no caso o brinquedo.

Resgatando as reflexões de Brougère (2010), o brinquedo aqui é compreendido enquanto um suporte dialético e concreto de representações simbólicas e culturais produzidas socialmente; mas que, ao mesmo tempo, estabelece-se enquanto catalisador vital servindo como materialização do ato de brincar. O brinquedo representa, por um lado, a possibilidade de resgatar

---

<sup>2</sup> A dimensão fetichizada capaz de assumir espaços na dinâmica do valor de uso, isto é, a mistificação da mercadoria em termos de necessidades subjetivas daquele que se vê diante dela em uma relação invertida, será melhor explorada no momento em que se discutirá o caráter do desejo como produtor de necessidades despertadas pela dimensão estética da mercadoria.

a complexidade das sensibilidades humanas perdidas pelo embrutecimento da subjetividade, por viabilizar à criança a externalização de sua criatividade e de suas qualidades imaginárias; por outro, pode funcionar igualmente como um fetiche de mercadoria, seja no momento de sua fabricação seja como condutor da criança no próprio ato da brincadeira.

## **2 DAS CONSEQUÊNCIAS ANTIESTÉTICAS PRODUZIDAS PELA RACIONALIDADE EM SEU DESDOBRAMENTO RUMO AO CAPITALISMO INDUSTRIAL**

Para Adorno e Horkheimer (1985), o programa iluminista, ao se projetar pelo desencantamento do mundo, isto é, pelo esforço da racionalidade em apreender cientificamente a natureza, as relações humanas e o próprio homem de maneira a desmitificar e quantificar a natureza e a cultura, produziu em sua própria contradição o embrutecimento dos aspectos humanos relacionados à sensibilidade, de modo que o desejo de dominação se tornou proporcional às formas de desenvolvimento da técnica utilitária:

O que os homens querem aprender da natureza é como emprega-la para dominar completamente a ela e aos homens. Nada mais importa. Sem a menor consideração consigo mesmo, o esclarecimento eliminou com seu cautério o último resto de sua própria autoconsciência. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.18).

Ademais, o problema da insensibilização humana pela técnica já fora evidenciada na crítica romântica, como apontam Löwy e Sayre (2015). Do ponto de vista estético, as críticas à racionalização, mecanização, quantificação e mercantilização do mundo natural e humano pela racionalidade tecnicista e utilitária, possuem como um dos principais alvos

[...] o declínio de todos os valores qualitativos, sociais, religiosos etc., a dissolução de todos os laços humanos qualitativos, a morte da imaginação e do romanesco, a aborrecida uniformização da vida, a relação puramente “utilitária” dos seres humanos entre si e com a natureza – decorrem desta fonte de corrupção: a quantificação mercantil. (LÖWY; SAYRE, 2015, p. 58-59).

O processo de racionalização do mundo traduziu a realidade em uma grande maquinaria antiestética e anticriativa ditada pelo ritmo mecânico e sistemático da abstração tecnicista, de modo que “O espaço e o tempo parecem ter perdido toda a diversidade qualitativa e toda variedade cultural, tornam-se uma estrutura única, contínua, moldada pela atividade ininterrupta das máquinas” (LÖWY; SAYRE, 2015, p.60). E as formas de organização da vida social, como o próprio trabalho, seguiram a mesma lógica de mecanização e abstração tanto do tempo quanto da produção racionalizada:

Com a conquista de maior independência do homem em face da natureza não se pôde fazer senão através da divisão do trabalho, ao desenvolvimento do conhecimento humano correspondeu, em contrapartida, uma cisão entre o homem e ele mesmo, uma separação entre o ser individual e o ser genérico, uma dilaceração no interior do humano. (KONDER, 2009, p.79).

Com o advento do capitalismo industrial, viabilizado pela capacidade racional de abstração e pelo espírito liberal garantidor da propriedade privada dos meios de produção, a lógica de abstração, quantificação e racionalização da natureza – bem como seu domínio – se espalhou para as demais dimensões sociais, invadindo e dirigindo as formas de organização da vida social. Aquilo que era denunciado no romantismo naturalista como mecanização do natural, ou seja, a transformação dos aspectos naturais entendidos como bases estéticas para a criatividade

humana, bem como a própria potência de criação humana, em elementos puramente matemáticos e mecânicos, como discutem Löwy e Sayre (2015), passa a compor precisamente a dinâmica de reificação: “o esmagamento das qualidades humanas e individuais do trabalhador por um mecanismo inumano que transforma tudo em *mercadoria*” (KONDER, 2005, p.130, grifo do autor), desembocando em um processo de coisificação das subjetividades que, subtraídas das relações humanas, produzem o embrutecimento de toda a sensibilidade e potência de criatividade:

O capitalismo suscita indivíduos independentes para cumprir funções socioeconômicas; mas quando esses indivíduos se transformam em individualidades subjetivas, explorando e desenvolvendo seu mundo interior, seus sentimentos particulares, entram em contradição com um universo baseado na estandardização e na reificação. E quando reivindicam o livre trâmite de sua faculdade de imaginação, esbarram na extrema platitudo mercantil do mundo engendrado pelas relações capitalistas. Nesse aspecto, o romantismo apresenta a revolta da subjetividade e da afetividade reprimidas, canalizadas e deformadas. (LÖWY; SAYRE, 2015, p.47).

A relevância da crítica romântica está precisamente na crise da subjetividade e no esvaziamento do potencial de criação humana, de caráter profundamente antiestéticas, de modo que as relações coisificantes produzidas pela racionalização capitalista constituem-se uma das bases contra as quais pode-se pensar o teor das teorias educacionais anti Auschwitz (ADORNO, 1995). Para Adorno, A educação tem como objeto o cultivo de uma ética capaz de viabilizar a consciência emancipadora, humana e esclarecida. Capaz de utilizar a racionalidade associada à sensibilização da vida moral. A ideia anti Auschwitz é um constante desafio, pois – para o autor - a violenta pressão social que desloca e invade os âmbitos subjetivos, se encontra, dialeticamente, nas próprias bases civilizatórias herdeiras do iluminismo. Contudo, não visa negar os benefícios da razão, uma vez que a tese do autor não propõe um retorno ao misticismo, mas uma autocrítica da razão de maneira dialética, buscando reconsiderar o plano da estética e da sensibilidade como elementos para pensar uma ética que, mesmo utilizando-se de pressupostos racionais, possam trazer em seus núcleos a capacidade humana de sentir. Curiosamente, a abstração derivada da racionalização da vida tende a prejudicar o que a própria razão possui de elemento transformador: a crítica emancipadora, na medida em que se torna um conjunto repetido de técnicas de dominação.

O embrutecimento das sensibilidades, a partir do processo de reificação, produz o efeito da coisificação reprodutiva. Uma consciência coisificada toma as demais como coisas manipuladas por procedimentos técnicos de uma racionalidade instrumental sem, no entanto, uma finalidade propriamente humana, impedindo a capacidade de sentir, mas transformados em energia de trabalho. Com efeito, os sujeitos se tornam embrutecidos e reificados, (com o progresso do trabalho alienante, de separação do trabalhador de seu resultado do trabalho) transformados, assim, em combustíveis laborais comprados por detentores dos meios de produção, mas não menos reificados:

Sob a distorção provocada pelo capitalismo nas suas consciências, o comerciante é levado a enxergar no próximo um mero freguês em potencial; o trabalhador – que precisa vender a sua força de trabalho para subsistir – é levado a enxergar no próximo apenas um possível comprador da sua mercadoria ou um possível concorrente na busca deste comprador. (KONDER,2009, p.131)

Estabelecida uma relação social baseada na abstração do humano de suas qualidades subjetivas, soma-se a isso um problema igualmente derivado das epistemologias modernas: a relação com a qual se estabelece o conhecimento e os impactos dessa relação no modo de ser e

de conceber o mundo, o que, para a presente reflexão, permite detectar o problema do fetiche de mercadoria, que será melhor explorado no decorrer da argumentação.

Segundo Oliveira (2016), a filosofia moderna, com a divisão cartesiana, produziu uma visão de mundo que entende o circuito do conhecimento sob a seguinte dinâmica: sujeito – razão – modelos – objeto. Para que exista a relação do conhecimento, é necessário que os sujeitos dotados de racionalidade estabeleçam teorias capazes de virtualizar os objetos, que se apresentam como fenômenos, em modelos abstratos cujo comportamento é explicado por leis traduzidas pela linguagem matemática. Estabelecendo-se, assim, a separação epistemológica entre sujeito e objeto:

A subjetividade na Modernidade torna-se a referência do conhecimento e da verdade, por meio do “poder da razão”, delineando-se por essa referência ao “sujeito pensante”, uma concepção idealista de mundo, evidenciada, sobretudo, no pensamento de Descartes, via o “Cogito”, a “subjetividade transcendental” kantiana e a “consciência absoluta” de Hegel. (OLIVEIRA, 2016, p.53-54).

Sob a égide dessa forma dualista de pensamento, há de se considerar a existência de sujeitos racionais em detrimento de objetos inanimados; de um lado as pulsões vitais da racionalidade, de outro uma coisa a ser destrinchada e conhecida. Todavia, com a perda das sensibilidades, com o advento da industrialização, com a organização do trabalho sob as bases alienantes e com o embrutecimento das subjetividades humanas pelo processo de reificação, o humano foi coisificado. Considerando que a modernidade produziu raízes culturais fortemente baseados no dualismo, é necessário existir um sujeito dotado de vida nessa relação, ainda que não seja propriamente um sujeito, mas uma mercadoria que carrega em si uma espécie de substrato vital, o que se entende por “fetiche de mercadoria” (COHEN, 2013).

O fetiche é uma atribuição de poder à mercadoria que se maximiza em relação a seu valor de troca, de tal modo que se põe como objeto animado em detrimento de seu próprio produtor ou da sociedade em que é produzido. De acordo com Cohen (2013), esse conceito está direcionado à aparência que as mercadorias – a partir de um processo de divinização – possuem enquanto valor em si mesmas, isso é, um objeto deslocado de sua materialidade, obscurecido de suas relações na complexidade concreta e de produção, de modo a aparecer dotado de um poder que em si mesmo não possui. É um processo de abstração de suas relações reais de produção para constituir-se dotado de uma vida artificial, mas que assume poder sobre os próprios agentes dessas relações produtivas projetando uma realidade invertida, assim

[...] se uma cultura converte um objeto em fetiche, seus membros acabam por considerá-lo como dotado de poder. O que lhe é equivocadamente atribuído é experienciado como algo que lhe é inerente. O fetiche, pois, manifesta-se como dotado de um poder do qual na realidade carece. Ele não possui o poder do mundo real, mas no mundo religioso, um mundo de ilusão. (COHEN, 2013, p.153).

O fetiche é a forma mais extrema de alienação e inversão da realidade pelo mundo fantástico das mercadorias que cantam, dançam, produzem shows e dirigem uma realidade social invertida, representada pelo mundo do mercado. Mas mesmo aparentemente divinas, as mercadorias precisam de um caráter humano para se pretenderem animadas, isto é, para que seu efeito de animação seja compatível às consciências humanas. Este substrato humano é possibilitado pela forma como o trabalho é organizado em uma sociedade alienada; as mercadorias apesar de dirigirem uma realidade social invertida, não produzem a concreticidade real – base sólida de sua inversão – mas são produzidas pela organização ontológica do trabalho, o fetiche de mercadoria “[...] tampouco está baseado no fato de que a produção de mercadorias

não é apenas uma produção material, mas uma produção realizada no interior de uma forma social. Toda produção acontece dentro de uma forma social” (COHEN, 2013, p.158).

Neste momento, é necessário compreender que as relações sociais de trabalho, alienadas e alienantes, são motorizadas pelo interesse de aumento de valor do capital. A mercadoria em si mesma é um suporte material segundo o qual o capital se materializa para se apresentar em circulação – no mercado – possibilitando-o ser trocado, tendo seu valor definido pelo cálculo em dinheiro. É a necessidade de materializar-se no mundo concreto, metabolizado pela mercadoria que garante ao capital a necessidade de valorizá-la. Nas relações de produção, a forma de ampliação de valor do capital complementa a explicação do caráter semi-humano que anima a mercadoria; trata-se do conceito de *mais-valia*, isto é, a relação que para Marx (2011) se põe entre capital e trabalho, de modo que o excedente do trabalho humano em relação ao tempo de confecção de uma mercadoria seja apropriado pelo detentor dos meios de produção no processo produtivo, é justamente o elemento final viabilizador do fetiche de mercadoria. Conforme Konder (2009, p. 142):

[...] para que o capitalista venha a reaver o dinheiro por ele investido, lançado à circulação, com um acréscimo no seu valor – acréscimo a que Marx dá o nome de *mais-valia* – é preciso que a mercadoria por ele investida (o dinheiro) *não esteja sendo trocada pelo seu equivalente real*. [...] sob as condições do capitalismo industrial, o capitalista, prevalecendo-se do monopólio dos meios de produção pela sua classe, compra ao operário *não o fruto do trabalho deste e sim a sua própria força de trabalho*. [...]

Ainda que o valor de troca seja a base do fetiche por sua relação abstrata de inversão de valor, é necessário um elemento que conecte os anseios humanos a uma metamorfose humanoide e que a mercadoria tenha algo de humano, a fim de que se estabeleçam o desejo e a relação de reconhecimento entre humanos reificados e mercadorias fetichizadas.

Para que a mercadoria seja reconhecida como algo animado (e por não ser humano apresente-se com poderes ocultos e misteriosos) é necessário que exista sangue humano nessa relação. A força de trabalho inserida na fabricação da mercadoria é esse elemento, e, devido ao processo de *mais-valia*, ao mesmo tempo que o trabalhador aplica determinado substrato humano à mercadoria, a partir do processo de confecção, por ser uma relação alienada – em que o resultado final é separado do produtor –, é possível, segundo Cohen (2013), que ela se apresente como um trabalho irreconhecível, mas com algo de humano (as forças produtivas cuja relação de produção não é reconhecida).

Completando-se o circuito do fetiche, o humano reificado projeta na mercadoria – que lhe desperta interesse pelo misterioso caráter animado – poder que não lhe é natural, na verdade um poder do qual foi separado no processo de fabricação. O fetiche de mercadoria, portanto, reitera o embrutecimento da sensibilidade nas relações de alienação, reificação e coisificação; ao substituir a vida humana por um poder adquirido, substitui a condição de criação, criatividade e afetividade; petrificando as relações sociais pautadas na inversão (COHEN, 2013).

Em síntese, as mercadorias fetichizadas alimentam um conjunto de relações sociais em que os homens se colocam como suportes do capital, assumindo a condição de meras bases de circulação de mercadorias – ampliando seu valor – pelo desejo e pelo consumo de objetos animados. Assim sendo, uma educação que se pretenda resgatar o caráter da sensibilidade, necessita traçar estratégias para lidar justamente com esse problema.

## **2.1 Do caráter humanizador do fenômeno educação e das limitações a esse caráter quando um instrumento de mediação é tomado sob a égide do fetiche de mercadoria**

Como mencionado, o caráter básico que configura a essência do fenômeno educação possui em seu cerne características de interconexão dialógica, seja no sentido de relações que se estabelecem entre os agentes que participam da estrutura pedagógica seja em seu caráter filosófico, portanto existencial, temporal e cultural. Tomemos este segundo aspecto para melhor explorar seu caráter humanizador.

A filósofa Hannah Arendt (2007) sintetizou, em sua filosofia política, o caráter existencial da educação. Embora, tal como Adorno (ano), Arendt (2007) não tenha construído uma filosofia da educação, ao discutir a crise na política, ela perpassa igualmente a crise na educação. Nessa comunicação, interessa discutir os elementos que constituem o caráter educacional e não propriamente os sentidos dessas crises: "O papel desempenhado pela educação em todas as utopias políticas, a partir dos tempos antigos, mostra o quanto parece natural iniciar um novo mundo com aqueles que são por nascimento e por natureza novos" (ARENDR, 2007, p.225).

Dessa máxima, percebe-se o caráter de mediação e comunicação contidos na ideia de iniciação de aspectos novos a um mundo – que por ser mundo anterior aos novos possui aspectos antigos – mas que se torna novo ao introduzir o caráter da novidade. Ademais, extrai-se duas premissas que necessitam manter-se em caráter de equilíbrio: os novos, as crianças, os sujeitos em suas singularidades para os quais o mundo deve ser apresentado; e o mundo, o reino da cultura e dos bens simbólicos para os quais os novos nascem e onde realizam-se enquanto humanos sujeitos de cultura. Infere-se que os homens possuem uma dimensão simbólica, um mundo histórico e imaterial que subsiste mesmo em relação à morte biológica, essa instância existencial não apenas justifica a educação como também aponta para o processo responsável por conservar sua existência. Em razão disso, sintetiza-se a primeira premissa – novidade dos novos – sob a seguinte reflexão:

A educação está entre as atividades mais elementares e necessárias da sociedade humana, que jamais permanece tal qual é, porém, se renova continuamente através do nascimento, da vida de novos seres humanos. Esses recém-chegados, além disso, não se acham acabados, mas em um estado de vir a ser. (ARENDR, 2007, p. 234).

Os novos seres humanos que adentram a sociedade pela educação, possuem o caráter de respiradouro do mundo pela carga de novidade que podem trazer, modificando a realidade estabelecida. Um mundo, portanto, deteriorado pela tecnificação e preenchido de sujeitos que perderam suas singularidades, tem como possibilidade sua restauração estética, de maneira que os nascimentos representam novidades, possibilidades de introdução de sujeitos possuidores de singularidades novas, de modo que:

Isto do ponto de vista geral e essencial, é a singularidade que distingue cada ser humano de todos os demais, a qualidade em virtude da qual ele não é apenas um forasteiro no mundo, mas alguma coisa que jamais esteve aí antes. (ARENDR, 2007, p. 239).

Ora, se a criança, por um lado, traz consigo um substrato de novidade com potencial de modificar o mundo, por outro, é necessário compreender o caráter estrutural do mundo para o qual ela nasce, isso é, apesar de poder ser modificado no ato da introdução de novidades pelo

processo educacional, o mundo para o qual ela nasce preexiste e – de certa forma – se impõe no ato de nascer:

Mas a criança só é nova em relação a um mundo que existia antes dela, que continuará após sua morte e no qual transcorrerá sua vida. Se a criança não fosse um recém-chegado nesse mundo humano, porém simplesmente uma criatura viva ainda não concluída, a educação seria apenas uma função da vida e não teria que consistir em nada além da preocupação para com a preservação da vida e do treinamento e na prática do viver que todos os animais assumem em relação a seus filhos. (ARENDR, 2007, p.235).

Considerando esse caráter dialético da mediação, infere-se que o mundo para o qual a criança nasce, a dimensão que constitui a cultura e os bens simbólicos dos quais os novos herdamos no processo do nascimento, pode ser tanto transformado pela introdução das novidades quanto reproduzido. O ato da mediação em si mesma não trata de uma reprodução, mas há de se cuidar para não matar as novidades, envelhecendo-as antes de assumirem – de fato – um posicionamento diante do mundo. Destarte, se a criança, ao nascer para o mundo, introduz a possibilidade de modificá-lo, ainda assim existe um processo de mediação ou apresentação, de introdução dessa novidade que – ao se ver em posições de novidade – se vê igualmente em uma certa relação de estranhamento ou fascínio, mas isso decorre do fato de que tanto ela é nova em relação ao mundo quanto o mundo é novo em relação a ela.

Tanto o caráter simbólico, constituinte deste mundo para o qual a criança nasce, quanto o ato de se apropriar dos aspectos dele em forma de apreensão e construção de conhecimento derivam da própria dimensão antropológica do humano enquanto animal simbólico, assim:

A capacidade humana de atribuir significações – em outros termos, a *consciência* do homem – decorre de sua *dimensão simbólica*. Por intermédio dos símbolos o homem transcende a simples esfera física e biológica, tomando o mundo e a si próprio como objetos de compreensão. Pela palavra, o universo adquire sentido, e o homem pode vir a conhecê-lo, emprestando-lhe significações [...] (DUARTE JR, 1994, p.15).

Nesse sentido, o processo de mediação entre a criança e o mundo – sob égide da autoridade docente – não acontece de forma direta, pois a mediação só é possível a partir da manifestação do substrato simbólico contido no mundo às formas simbólicas infantis, isso é, a capacidade de a criança estabelecer relações de significação e interpretação dos dados culturais, presentes no mundo, decodificados por suas estruturas de formas simbólicas, responsáveis por catalisar esses dados empregando-lhes sentido. Ademais, o fenômeno educação acontece mediado entre concepções culturais, elementos simbólicos, agentes da transformação, objetos materiais ou imateriais, assim como a mercadoria é um objeto que introduz o capital nas relações sociais a partir da materialização do valor de troca em mercadoria negociável, o elemento abstrato da cultura, para ser introduzido nas relações de mediação, necessita de um canal de comunicação, seja ele um meio material e/ou imaterial, mas que o incorpore, que o objetive. Se o problema denunciado pelo princípio anti Auschwitz é, sobretudo, assentado a partir do embrutecimento humano a partir das técnicas, dos objetos técnicos e – como visto – até mesmo das mercadorias que, por técnicas de alienação, assumem formas animadas, substituindo o caráter humano e transformando-lhe em suportes coisificados (ADORNO, 1995).

Para resgatar os pressupostos da sensibilidade humana, introduzindo material vital a partir do caráter das novidades (crianças); faz-se mister considerar que o objeto imaterial ou material de mediação seja capaz de viabilizar o processo de catalisação estético-criativa da criança introjetadas no mundo e incorporar aspectos do mundo trazidos às formas simbólicas infantis, de

maneira que se estabeleça um equilíbrio entre novidade-mundo, sem que a novidade ignore o mundo pela ausência de familiarização e sem que o mundo a envelheça, prejudicando as potencialidades de renovação.

Tal objeto de mediação será considerado na figura do brinquedo, o qual, para Brougère (2010), constitui-se tradicionalmente como importante suporte de medição simbólica e sociocultural, cuja função é definida por sua imagem (sendo a imagem uma representação simbólica pela qual se define a própria forma no processo de confecção), somada à representação do público para o qual o brinquedo se destina: as crianças. Significa dizer que o brinquedo em si, enquanto suporte de expressão do potencial criativo e subjetivo delas, pela atividade criadora, viabiliza o próprio caráter de manifestação do sensível pelas expressões lúdicas, enquanto – por outro lado – traz consigo representações materializadas na imagem e na forma pelas quais é confeccionado a partir do adulto. ” O brinquedo é, assim, um fornecedor de representações manipuláveis, de imagens com volume: está aí, sem dúvida, a grande originalidade e especificidade do brinquedo que é trazer a terceira dimensão para o mundo da representação. ” (BROUGÈRE, 2010, P.14).

A partir de então, estabelece-se a seguinte síntese de mediação: A criança, em sua atividade criativa, atribui sentido ao brinquedo no ato de brincar, dessa expressão decorre a objetivação de suas potências criativas, de maneira a externalizar as sensibilidades projetadas esteticamente na idealização e na ação lúdica. Dessa mesma maneira, é possível pensar que o brinquedo possui determinadas funcionalidades definidas por sua imagem e forma, contudo, a original é sempre um produto abstrato do mundo adulto, ou seja uma representação simbólica captada de uma cultura e projetada no brinquedo, destinada à que se tem da criança; tal imagem pode limitar a brincadeira ou, de certa forma, direcioná-la para determinados objetos, mas na expressão lúdica, a criança igualmente ressignifica as antigas em uma relação de produção de sentidos:

Na sua brincadeira, a criança não se contenta em desenvolver comportamentos, mas manipula as imagens, as significações simbólicas que constituem uma parte da impregnação cultural à qual está submetida. Como consequência, ela tem acesso a um repertório cultural próprio de uma parcela da civilização. Contudo, o brinquedo deve ser considerado na sua especificidade: a criança, na maior parte das vezes, não se contenta em contemplar ou registrar as imagens: ela as manipula na brincadeira, e ao fazê-lo, transforma-as e lhes dá novas significações. (BROUGÈRE, 2010, p.49).

O brinquedo, assim, desempenha a função de catalisador das projeções e imagens infantis que, em relações de mediação com as imagens e representações adultas empregadas em seu processo de fabricação, além disso permite o estabelecimento dialético de apreensão de referenciais socioculturais do mundo simbólico e sua apropriação pela ressignificação imaginária baseada na potência de criação infantil:

O resultado é que a concepção de um brinquedo deve se apoiar no estudo sistemático dos universos simbólicos que serão explorados, num trabalho de construção de um conjunto de representações que devem ser ao mesmo tempo coerentes e ricas enquanto tais, mas também capazes de proporcionar funções lúdicas que não introduzam uma ruptura ou um hiato entre os dois níveis. Criar um brinquedo é propor uma imagem que vale por si mesma e que dispõe, assim, de um potencial de sedução, que permite ações e manipulações, em harmonia com as representações sugeridas. (BROUGÈRE, 2010, p. 23).

Ora, se a relação de mediação viabilizada pelo brinquedo no ato da brincadeira se dá a partir de um equilíbrio entre imagens representadas por adultos e ressignificadas pelas crianças (produzidas pela ação lúdica) e se “Esse brinquedo pode ser considerado como uma ‘mídia’ que transmite às crianças certos conteúdos simbólicos, imagens e representações produzidas pela sociedade que a cerca” (BROUGÈRE, 2010, p.67), importa mencionar o possível caráter de envelhecimento da infância ao se pensar em um brinquedo cuja relação harmônica de mediação entre os contrários se desequilibra. Ou seja, na relação desequilibrada de forças entre uma imagem socialmente produzida no brinquedo, de maneira a limitar expressões de significações infantis, impacta sua potência de criação.

Ademais, importa também considerar se o brinquedo – em especial o extremamente industrializado – proporciona realmente um caráter de mediação de maneira a viabilizar o resgate das potencialidades do sensível para um horizonte emancipador. Embora Brougère (2010) mencione cuidadosamente que o caráter de impregnação cultural projetado nesse objeto pela dimensão externa da sociedade esteja “[...]longe de ser um condicionamento. Trata-se sobretudo de uma confrontação da qual a criança conserva determinadas significações, eliminando outras para substituí-las por novas significações” (BROUGÈRE, 2010, p.50), justamente por trazer uma carga simbólica produzida na materialidade social é que se pode pensar nos problemas voltados a ele a partir do fetiche de mercadoria, já discutido e apresentado com base em Cohen (2013) e Marx (2011).

Esse problema deve ser considerado por, no mínimo, duas dimensões; a primeira é no momento de sua fabricação, isto é, as formas de relações de trabalho segundo as quais o brinquedo é confeccionado; a segunda é no desequilíbrio causado na relação que se estabelece entre criança – brinquedo – brincadeira no ato lúdico, dada a carga industrial pela qual é produzido, sobretudo em sua dimensão técnica-estética. Afinal, se o brinquedo é “[...] um fornecedor de representações manipuláveis, de imagens com volume [...]” (BROUGÈRE, 2010, p.14); e se a dimensão simbólica é produzida pelo trabalho, ou seja, a transformação da realidade natural e concreta em realidade cultural socialmente mediada; de maneira que, por trabalho, entende-se atividade de caráter vital com o qual o homem produz sua própria existência Lessa (2002), importa resgatar o princípio de produção das ideias e do mundo simbólico nos pensamentos de Marx e Engels, isto é:

A produção de ideias, de representações, da consciência, está, em princípio, imediatamente entrelaçada com atividade material e com o intercâmbio espiritual dos homens, com a linguagem da vida real. O representar, o pensar, o intercâmbio espiritual dos homens ainda aparece, aqui, como emanção direta de seu comportamento material. O mesmo vale para a produção espiritual, tal como ela aparece na linguagem da política, da moral, da religião, da metafísica etc. de um povo. Os homens são os produtores de suas representações, de suas ideias e assim por diante, mas os homens reais, ativos, tal como condicionados por um determinado desenvolvimento de suas forças produtivas. [...] (MARX; ENGELS, 2007, p.93-94).

Disso decorre que os substratos imateriais mediatizados do mundo simbólico ao mundo infantil – tendo segundo Brougère (2010), no brinquedo seu viabilizador comunicativo – são produções imateriais derivadas das formas como os homens produzem seu mundo material, especialmente pela forma como organizam o trabalho socialmente determinado (MARX; ENGELS, 2007). As imagens impregnadas no brinquedo são projetadas a partir das relações de produção do dele, as quais, por sua vez, estão inseridas nas dinâmicas dos homens no trabalho. Todavia, esses brinquedos não podem explicitar os processos de produção, pois é necessário que a imagem produzida neles desperte o interesse da criança. Se uma imagem representa uma

determinada função social, é necessário articular aquela a substratos do fascínio capaz de despertar o desejo (BROUGÈRE, 2010). Além disso, se é produzida pelo adulto, de maneira a atingir aquilo que entende enquanto interesse infantil, é necessário aplicar ao brinquedo um dispositivo de fascinação concernente ao mundo adulto, uma vez que: “o brinquedo vai propor à criança uma imagem que exalta o adulto, cujos traços e atividades o transformam num personagem que merece interesse” (BROUGÈRE, 2010, p. 21). Essa é a primeira dimensão do fetiche de mercadoria realizada no brinquedo industrializado. A ordem real de suas relações de produção, bem como a necessidade de esconder as relações materiais para que suas imagens possam seduzir as crianças, produz uma relação invertida resultando na aparição fascinante do brinquedo nas prateleiras, como se independesse de quem o produz assim, a imagem traduz

[...] o desejo: desejo da criança ideal, desejo de ser adulto. A imagem remete a uma função social que consiste em propor um conteúdo para o desejo. Pode-se dizer que o brinquedo socializa o desejo, dando-lhe uma forma que pode ser dominada através da brincadeira. (BROUGÈRE, 2010, p.21).

A potencialidade e a necessidade do brinquedo, em ter sua imagem ressignificada pela brincadeira, implica no reconhecimento infantil dela por meio do desejo. Com efeito, uma imagem representante de uma infância ideal precisa preencher no brinquedo o caráter do fascínio, tanto para o ato da brincadeira quanto para o de ser comprado. Para tanto, é necessário que as relações alienantes de produção sejam escondidas (BROUGÈRE, 2010), a exemplo da boneca, de plástico ou porcelana, que adentra ao mundo infantil a partir de sua forma estética de fascinação, ou seja sua imagem traduzida em desejo. Por conseguinte, essa mesma boneca “[...] deve, como outros produtos, apagar todos os traços que revelariam sua origem industrial e racional, ao contrário de outros produtos que, orgulhosamente, apregoam essa origem ou a acrescentam” (BROUGÈRE, 2010, p.32).

Esconder sua origem industrial para constituir-se enquanto imagem que produza sentido lúdico e desejo é justamente o caráter de inversão a partir da qual uma mercadoria assume aparência de poderes vitais em detrimento dos sujeitos participantes de sua relação de produção e consumo, portanto uma relação de fetiche de mercadoria. Ademais, o desejo, elemento viabilizado pela estética da mercadoria, se põe como chave nas próprias interações lúdicas definidas como equilíbrio entre criança-brinquedo-cultura. Conceber brinquedos é produzir imagens que possuam um significado em relação à lógica do desejo como fundamento da brincadeira. (BROUGÈRE, 2010, p. 21).

Do ponto de vista das relações capitalistas, uma mercadoria não necessariamente tem de ser valorizada por seu uso, no caso, o criativo. Segundo Haug (1997), de maior valor é a sua aparência constituída por um conjunto de técnicas estéticas capazes de projetar uma imagem pronta e bela, mas de relevância apenas do ponto de vista aparente, ou valor de uso prometido. Assim, é necessário que desperte o fascínio pela imagem de seu uso e não propriamente pela qualidade criativa de seu uso, sendo sua utilidade substituída por um prazer derivado de sua aparência estética, isto é, “O ideal da estética da mercadoria é justamente fornecer o mínimo de valor de uso ainda existente, atado, embalado e encenado com um máximo de aparência atraente que deve se impor, o mais possível, por empatia, aos desejos e ansiedades das pessoas.” (HAUG, 1997, p. 80).

Se, para Brougère (2010), a fabricação de um brinquedo é referenciada pela imagem sociocultural que se tem de infância em determinada historicidade, há de se considerar que, no ato de sua fabricação, a forma estética do brinquedo assumirá a criança idealizada, assim a forma de idealização – materializada no brinquedo – é constituída por um conjunto de procedimentos

técnico-afetivos, o qual Haug (1997) denomina de “tecnocracia da sensualidade” (HAUG, 1997, p.67):

Significa o domínio sobre as pessoas exercido em virtude de sua fascinação pelas aparências artificiais tecnicamente produzidas. Esse domínio, portanto, não aparece de imediato, mas na fascinação da forma estética. Fascinação significa apenas que essas formas estéticas arrebatam a sensações humanas. Em razão do domínio dos aspectos sensíveis, os próprios sentidos passam a dominar o indivíduo fascinado.

Decorre que, Conforme Brougère (2010), para além do caráter de fetiche no momento da produção de um brinquedo, que necessita obscurecer suas relações de produção para ser compatível à imagem que se traduz em desejo infantil. O brinquedo extremamente industrializado, ao incorporar técnicas estéticas, assume uma forma de fascínio já pronta e programada, assim sua segunda dimensão é assumir o caráter de fetiche de mercadoria.

Primeiramente, importa atentar para as reflexões de Benjamin (2002), que aponta precisamente para o processo de estranhamento derivado da industrialização do brinquedo, isto é, o caráter de emancipação deste em relação aos sujeitos sociais que participam da brincadeira. O autor discute, a partir de uma análise histórica da industrialização do brinquedo, o aumento das dimensões espaciais do brinquedo, de maneira a perder os elementos minúsculos e discretos, que instigam a imaginação e a curiosidade infantil, bem como a dependência dos pais. Fenômeno, portanto, que associa esse objeto às relações familiares:

Com efeito, na segunda metade do século XIX, quando começa a acentuada decadência daquelas coisas, percebe-se como os brinquedos se tornam maiores, vão perdendo aos poucos o elemento discreto, minúsculo, sonhador. Será que somente então a criança ganha o próprio quarto de brinquedos, somente então uma estante na qual pode, por exemplo, guardar os seus livros separados dos livros pertencentes aos pais? Não há dúvida: em seus pequenos formatos, os voluminhos mais antigos exigiam a presença da mãe de maneira muito mais íntima; os volumes *in quarto* mais recentes, em sua insípida e dilatada ternura, estão antes determinados a fazer vista grossa à ausência materna. Uma emancipação do brinquedo põe-se a caminho; quanto mais a industrialização avança, tanto mais decididamente o brinquedo se subtrai ao controle da família tornando-se cada vez mais estranho não só às crianças, mas também aos pais. (BENJAMIN, 2002, p. 91-92).

Ademais, a centralidade do fetiche acontece no desequilíbrio entre criança-brinquedo-cultura, de maneira que a potência de criação é afogada pela funcionalidade incorporada na tecnocracia da sensualidade (HAUG, 1997). Para Meira (2003), as técnicas industriais utilizadas na produção do brinquedo padronizado e dotado de roteiros pré-programados, impactam a da subjetividade infantil. Dessa maneira a ação criativa é potencializada por meio de histórias derivadas do imaginário infantil, que encontra nos brinquedos artesanais terreno fértil para materialização da potência de criação. Disso decorre que um brinquedo dessa natureza oferece determinadas limitações ao imaginário infantil, direcionando as consciências a um roteiro pré-estabelecido, interferindo não apenas na expressão da criatividade, mas na própria produção de subjetividades criativas, ou seja, as incorporadas no brinquedo substituem as produzidas pela criança. Meira (2003, p. 85) sintetiza a relevância dos brinquedos artesanais, em suas formas primitivas, quanto ao desenvolvimento e à expressão da criatividade infantil a partir da produção de histórias no ato do brincar:

O brincar é tecido por histórias e a travessia pelos brinquedos feitos com arte, elaborados com as mãos das crianças e dos adultos que as cercam, representa uma via possível de construir suas bordas. Brinquedos artesanais que se encontram nas primitivas formas de brincar que as crianças buscam e que paradoxalmente hoje lhes são subtraídas: a água, a terra, a areia, as folhas, as pedras, o papel, e tantos outros materiais que se encontram nas inúmeras vias invisíveis por onde elas transitam em seus exercícios de invenção. Materiais que são colados pelas palavras, gestos, histórias, narrativas, que tecem sua forma fundando uma obra ali onde apenas havia objetos.

Apesar de, como já discutido por Brougère (2010), as técnicas que constituem a imagem do brinquedo não se traduzirem em condicionantes infantis, defende-se que o caráter estético contido nas técnicas de produção da mercadoria infantil – brinquedo – possa prejudicar justamente a dinâmica da brincadeira, em que o brinquedo cumpre a função apontada por esse pesquisador: a de suporte para externalização das potências de criação. Isso é possível pela inversão estética que acontece entre humanos e mercadoria, introduzidas pelo valor estético da mercadoria (HAUG, 1997), uma espécie de substituto de seu valor de uso.

Nas relações contraditórias entre o valor de uso e o de troca, o detentor da mercadoria prima pelo que esta pode ampliar, ou seja, como suporte para o capital se adentrar nas relações humanas de consumo. Por outro lado, o consumidor prima pelo valor de uso da mercadoria, isto é, o que está determinado pela necessidade vital e pela qualidade que o objeto tem a oferecer no exercício de determinada atividade (HAUG, 1997). Segue-se disso uma contradição, de um lado prima-se pela ampliação do valor, de outro, pelas limitações de um valor em sua utilidade de necessidade social. O valor estético entra nessa disputa equilibrando a contradição, produzindo uma aparência abstrata e sensorial de uso, captada pelas dimensões do sensível, estimulando, assim, o desejo e o fascínio (HAUG, 1997). Contudo, devido às potências com as quais as mercadorias (pelo conceito de fetiche), elas se colocam nas relações sociais como entidades animadas. Desse modo, as características estéticas das mercadorias passam a pautar o próprio imaginário estético social, e o que outrora era produzido para substituir o valor de uso, ganha poder de direcionar os próprios desejos e estímulos coletivos, tornando-se não mais objetos de satisfação de um desejo estético, mas produtor deste desejo estético segundo suas próprias características estéticas invertidas, pois “[...]retiram a sua linguagem estética do galanteio amoroso entre os seres humanos. A relação então se inverte, e as pessoas retiram as suas expressões estéticas das mercadorias.” (HAUG, 1997, p.30).

Ora, se o brinquedo é definido por sua imagem cultural social e historicamente constituída, e assim passa a ser aceito, produz estímulos estéticos igualmente atrativos para as crianças (em seu ato de consumo) ou em suas brincadeiras (BROUGÈRE, 2010), há de se pensar a estética do brinquedo segundo a dinâmica da mercadoria. Se o caráter estético de um brinquedo, industrializado para o consumo, é determinado pela sua transformação segundo uma determinada imagem sociocultural da infância (BROUGÈRE, 2010), e se o consumo é estimulado pelo desejo (HAUG, 1997), infere-se que a forma estética do brinquedo assume uma padronização decorrente das propagandas voltadas ao público infantil, responsáveis por atraí-lo à compra do produto com forma pré-determinada.

Com efeito, compreende-se que o fetiche acontece quando o brinquedo – preenchido de técnicas estéticas anteriores ao ato de brincar – e dirigentes de imaginários estéticos produzidos pela propaganda, desequilibra a harmonia entre os contrários na dinâmica: criança-brinquedo-cultura, incorporando valores sociais, mas, ao mesmo tempo, expressa novidades criativas no ato lúdico (BROUGÈRE, 2010). Decorre que o brinquedo, por sua potência estética dominante, pauta

a própria brincadeira deslocando o agente humano para o caráter de suporte desse objeto, impactando, assim, na possibilidade de introjeção de criatividade transformadora, próprio dos recém-chegados no processo educacional (ARENDE, 2007). Assim, o brinquedo deixa de ser suporte para expressão da potência criativa e das sensibilidades humanas para se tornar o porta voz das brincadeiras, envelhecendo as relações novas pela reprodução da lógica coisificada e coisificante mencionadas por Adorno (1995).

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As formas técnicas de impregnação cultural pelo brinquedo excessivamente industrial, somadas à produção de imaginários infantis esteticamente artificiais, podem representar um profundo impacto no caráter inovador com a qual um recém-chegado modifica a realidade, dando à realidade social novos ares e se colocando – eles mesmos os recém-chegados – como uma espécie de respiradouro social. Tal caráter tecnicista, próprio da industrialização dos brinquedos, pode igualmente ser lido a partir do caráter de fetiche de mercadoria, sobretudo em Marx (2011) e Cohen (2013), no sentido de se tornar instrumento capaz de circunscrever, interpretar e explicar os processos e as dinâmicas de inversão do caráter humano em relação ao resultado de produção.

Seja a atividade de fabricação de um brinquedo seja a criativa (de se brincar com tal objeto), infere-se a presença do fetiche a partir da atribuição de características vitais ao brinquedo. No primeiro caso, o obscurecimento das relações de produção em detrimento da mercadoria que se apresenta nas vitrines do mercado; em segundo lugar, a inversão aparece no potencial do brinquedo em direcionar as próprias brincadeiras, entendidas, com base em Brougère (2010), como atividades criativas pelas quais a criança projeta sua potência de criação, transferindo ao brinquedo sua criatividade.

Ademais, novas energias devem ser preservadas, sobretudo, quando as relações de mediações culturais representam imposições de novas ideias, reproduzindo o caráter de embrutecimento das criatividades, das qualidades e sensibilidades humanas, intensificando assim uma relação mecânica pela qual um ideal de emancipação humana pela razão sensível pode ser severamente atingido (ADORNO, 1995).

Por fim, não se pretende aqui encerrar os assuntos que demandam pesquisas de maior profundidade, tampouco demonizar os brinquedos industrializados em seu caráter moral ou aplicar-lhes uma lógica determinista negativa. Todavia, compreende-se que a dinâmica de fetiche de mercadoria, atrelado ao brinquedo, pode provocar impactos justamente naquilo que um processo educacional, sobretudo ao pretender-se emancipador e crítico, tem de fundamental: a exigência de se pensar o resgate das sensibilidades e da criatividade humana.

### REFERÊNCIAS

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

ADORNO, T. **Educação e emancipação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

ARENDE, H. **Entre o passado e o futuro**. 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BENJAMIN, W. **Reflexões sobre a criança, o brinquedo e a educação**. São Paulo: Duas Cidades; Ed. 34, 2002.

BROUGÈRE, G. **Brinquedo e cultura**. 8.ed. São Paulo: Cortez, 2010.

COHEN, G.A. **A teoria da história de Karl Marx**: Uma defesa. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2013.

DUARTE Jr, J.F. **Fundamentos estéticos da educação**. 3.ed. Campinas, SP: Papyrus, 1994.

- FLECK, A. O conceito de fetichismo na obra marxiana : uma tentativa de interpretação. **ethic@**, Florianópolis, v. 11,n.1, p. 141 - 158, Jun. 2012.
- HAUG, W.F. **Crítica da estética da mercadoria**. São Pulo: Fundação Editora da UNESP,1997.
- KONDER, L. **Marxismo e alienação**: contribuição para um estudo do conceito marxista de alienação. 2.ed. São Paulo: Expressão Popular, 2009.
- LESSA, S. **Mundo dos homens**: trabalho e ser social. São Paulo: Boitempo Editorial, 2002.
- LOWY, M.; SAYRE, R. **Revolta e melancolia**: O romantismo na contracorrente da modernidade. São Paulo: Boitempo Editorial, 2015.
- MARX, K. **O capital**: Livro I. 2.e.São Paulo: Boitempo Editorial,2011.
- MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**: Crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes Feuerbach ,B. Bauer e Striner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas (1845 – 1846). São Paulo: Boitempo, 2007.
- MEIRA, A.M. Benjamin, os brinquedos e a infância. **Psicol.Soc.** (online), v.15,n.2,p.74-78,Dez.2003.
- OLIVEIRA, I. A. de. **Epistemologia e educação**: bases conceituais e racionalidades científicas e históricas. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

**Submetido em julho de 2021.**  
**Aprovado em maio de 2022.**

**Autor 1**

Graduado em licenciatura em pedagogia pelo IFSP - CJO. Vinculado ao IFSP campus cjo, Campos do Jordão, SP, Brasil. ID Lattes: 8802610237964387. Orcid ID: 0000-0003-2063-6818.  
**Contato:** [pedrohenriquejoaquim123@gmail.com](mailto:pedrohenriquejoaquim123@gmail.com)

**Autor 2**

Doutora em Educação pela FE/Unicamp. Professora EBTT Vinculada ao IFSP, Campus cjo, Campos do Jordão, SP, Brasil. ID Lattes: 0462490704026530. Orcid ID: 0000-0002-5212-422X.  
**Contato:** [cbrazorotto@ifsp.edu.br](mailto:cbrazorotto@ifsp.edu.br)