

## O BELO VAI O MERCADO FETICHISTA NEOLIBERAL: novas relações neoliberais contemporâneas da arte<sup>1</sup>

Lucas Campos Ferreira<sup>2</sup>  
Bernardo Gomes Barbosa Nogueira<sup>3</sup>  
Diego Jeangregório Martins Guimarães<sup>4</sup>

### RESUMO

A noção de fetiche surgiu na costa ocidental da África, entre Gana e Nigéria, durante os séculos XVI e XVII, com a configuração de conceitos singulares relacionados ao tema. O chamado fetichismo configura-se como a subversão das sensibilidades sociais pela reificação da forma mercadoria sob o domínio do Capital. O fetichismo neoliberal, sob a metafísica do Belo, transforma o Belo em uma mercadoria dessacralizada, despojada de seu valor intrínseco e subordinada às dinâmicas de consumo e acumulação de capital. Dado a isso, objetivo é evidenciar as novas formas de dominação da subjetividade da arte, com ênfase em uma subjetividade mercantil do Belo. A metodologia contou com o método qualitativo de pesquisa bibliográfica, incorporando teorias como a metafísica do Belo e o arcabouço teórico marxista-crítico. Se evidenciou nos resultados que o conceito de Belo, quando fetichizado, deixa de ser uma expressão de gostos e sensibilidades, tornando-se um mecanismo de capitalização. A subjetividade metafísica da arte é marginalizada, mercantilizada enquanto produtos que simulam profundidade estética emergem para atender às exigências de um mercado fetichista mercantilista. As considerações finais mostram que o fetichismo neoliberal mercantiliza a Arte e o Belo de forma não-subjetiva, instrumentalizando a estética para atender interesses econômicos, desprovida de sua essência subjetiva e emancipatória.

**PALAVRAS-CHAVE:** Direito Humanos. Marxismo. Fetichismo. Belo. Arte.

---

<sup>1</sup> As reflexões ora apresentadas são decorrentes do Projeto de Pesquisa intitulado “Direito, literatura e reinvenções simbólicas do território: diálogos em tempos neoliberais”, realizada com o apoio da FAPEMIG e Fundação Percival Farquhar (FPF). O projeto é desenvolvido no Núcleo Interdisciplinar Educação, Saúde e Direitos, articulada com seu projeto estruturante “Territorialidades, Vulnerabilidade e Resiliências”, estruturado junto à linha de pesquisa “Território, sociedade e saúde”, abrigada na área de concentração “Estudos Territoriais” do Programa de Pós-graduação *stricto sensu* em Gestão Integrada do Território na Universidade Vale do Rio Doce (GIT/Univale).

<sup>2</sup> Pós-graduando *lato sensu* em Economia e Filosofia, Ética e Cidadania pela Faculdade Metropolitana do Estado de São Paulo (FAMEESP). Bacharel em Criminologia pela Universidade Anhanguera. Graduando em Direito pela Univale. Bolsista de Iniciação Científica pela FAPEMIG, integrante do NIESD. E-mail: lucas.ferreira2@univale.br.

<sup>3</sup> Doutor em Teoria do Direito pela PUC/MG. Mestre em Ciências Jurídicas-Filosóficas pela Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra. Professor do Curso de Direito e do programa de pós-graduação em Gestão Integrada do Território, da Universidade Vale do Rio Doce (Univale). Pesquisador Integrante do Núcleo Interdisciplinar Educação, Saúde, Direitos (NIESD). E-mail: bernardo.nogueira@univale.br.

<sup>4</sup> Mestre em Gestão Integrada do Território pela Univale. Bacharel em Direito (Univale), Licenciatura Plena em Filosofia (Unimes). Professor do Curso de Direito da Univale. Pesquisador Integrante do Observatório Interdisciplinar do Território (OBIT/GIT/Univale). E-mail: diego.guimaraes@univale.br.

## **ABSTRACT**

The notion of fetish emerged on the west coast of Africa, between Ghana and Nigeria, during the 16th and 17th centuries, with the development of singular concepts related to the theme. So-called fetishism is characterized by the subversion of social sensibilities through the reification of the commodity form under the dominance of Capital. Neoliberal fetishism, under the metaphysics of the Beautiful, transforms the Beautiful into a desacralized commodity, stripped of its intrinsic value and subordinated to the dynamics of consumption and capital accumulation. Given this, the aim is to highlight the new forms of domination over the subjectivity of art, with an emphasis on a commodified subjectivity of the Beautiful. The methodology employed was a qualitative bibliographic research method, incorporating theories such as the metaphysics of the Beautiful and the Marxist-critical theoretical framework. The results revealed that the concept of the Beautiful, when fetishized, ceases to be an expression of tastes and sensibilities, becoming a mechanism of capitalization. The metaphysical subjectivity of art is marginalized and commodified, while products that simulate aesthetic depth emerge to meet the demands of a fetishistic mercantile market. The final considerations show that neoliberal fetishism commodifies Art and the Beautiful in a non-subjective way, instrumentalizing aesthetics to serve economic interests, devoid of its subjective and emancipatory essence.

**KEYWORDS:** Human Rights. Marxism. Fetishism. Beauty. Art.

## **SUMÁRIO**

**1 INTRODUÇÃO. 2 INTRODUÇÃO AO INTRODUTÓRIO. 3 BELO E ESTÉTICA. 4 FETICHISMO DO BELO NEOLIBERAL. 5 O BELO FETICHISTA MERCADOLÓGICO NAS NOVAS RELAÇÕES SOCIAIS COM A ARTE. 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS. REFERÊNCIAS.**

## **1 INTRODUÇÃO**

O chamado fetichismo configura-se como a subversão das sensibilidades sociais pela reificação da forma mercadoria sob o domínio do Capital. Nesse processo, a mercadoria eleva-se a uma divindade perante os olhos de seus adoradores, transformando aqueles que lhe servem em meros instrumentos utilitários de produção e reprodução econômica. A lógica do fetichismo, portanto, não só distorce as relações sociais, mas opera numa dinâmica onde os seres humanos, reduzidos a engrenagens de um sistema econômico, perdem sua própria subjetividade, subordinando-se à veneração de um ídolo criado pela própria estrutura capitalista.

O fetichismo neoliberal sob a metafísica subjetiva do Belo implica a subsunção deste ao arcabouço mercadológico, onde ele é transmutado em uma mercadoria dessacralizada, despojada de seu valor intrínseco e inteiramente subordinada às dinâmicas vorazes de consumo e acumulação de capital. No contexto neoliberal, o

Belo sofre uma reificação instrumentalizante, metamorfoseando-se em um objeto de desejo cujo propósito primordial é o de atender aos imperativos econômicos, ao invés de se afirmar como um fim teleológico em si mesmo. Essa recontextualização do Belo o desvirtua de suas raízes ontológicas, relegando-o à condição de mero catalisador de interesses mercantis, distante de qualquer essência autônoma ou valor absoluto.

Assim sendo, nosso objetivo é, por meio dos conceitos filosóficos de Belo e fetichismo mercadológico, evidenciar as novas formas de dominação da subjetividade da arte, com ênfase em uma subjetividade mercantil do Belo.

Para alcançar os resultados, utilizou-se o método qualitativo de pesquisa bibliográfica, incorporando teorias como a metafísica do Belo e o arcabouço teórico marxista-crítico. A *metodologia* deste estudo baseia-se na análise jus-filosófica do Direito na filosofia. Foi realizada uma revisão bibliográfica para fundamentar teoricamente a análise. Emprega-se a interpretação crítica, utilizando a perspectiva jus-filosófica para destacar como o fetichismo do valor perpetua condições de vida desumanas para aqueles que sonham, usam e apreciam a Arte.

Para tanto, para uma compreensão didática, este trabalho será estruturado em quatro pontos principais (ou objetivos específicos): i) introdução ao tema, onde estabelecemos os laços teóricos fundamentais que embasam este trabalho; ii) reflexão sobre o conceito de Belo, estética e suas características próprias; iii) apontamentos teóricos sobre a ideia crítica do fetichismo do Belo neoliberal; e iv) discussão dos resultados obtidos a partir da análise proposta.

## **2 INTRODUÇÃO AO INTRODUTÓRIO**

Este trabalho é parte do projeto de pesquisa em andamento na Universidade Vale do Rio Doce (Univale), sediado em Governador Valadares/MG. O projeto, apoiado pela Univale, FPF e Fapemig, investiga as "Direito, literatura e Reinvenções Simbólicas do Território: Diálogos em Tempos Neoliberais", coordenado pelo prof. Bernardo Gomes Barbosa Nogueira.

O referencial deste projeto parte do estudo de Direito e Arte, especificamente, Direito na literatura, a partir da ecologia dos saberes de Boaventura de Sousa Santos (2007). Apoiar-se também no que sugere Derrida (2001, p.47 - 49) com a chamada "economia geral" utilizando a desconstrução. Essa oposição implica, inicialmente, em

inverter a hierarquia em um determinado momento em que as áreas do saber (Direito e Filosofia) se estabelecem sobre a literatura. Tudo isso é feito para estabelecer, como propõe Bernardo Gomes Barbosa Nogueira (2018), uma expressão da literatura como hospitalidade. A hospitalidade no âmbito da literatura alude à sua aptidão para acolher o desconhecido e o imprevisto, transcendendo as esferas da subjetividade humana.

Após a breve exposição do referencial teórico que embasa esta pesquisa, passaremos agora ao desenvolvimento do nosso referencial teórico propriamente dito, abordando aspectos introdutórios sobre o *Belo e a Estética*, considerações sobre o *fetichismo do Belo neoliberalista*, e, por fim, apresentaremos os *resultados obtidos*.

### 3 BELO E ESTÉTICA

Para Platão (1996), a beleza é a representação do perfeito e do Belo, através da reminiscência, conduzindo à ideia de um mundo inteligível e absoluto, onde a verdade de todas as coisas se revela. Por outro lado, Kant (2018) apresenta a beleza de forma desapegada, livre das amarras impostas socialmente, esteticamente pura e distante das concepções pré-concebidas e culturalmente impostas.

Os diferentes objetos do sublime *Belo* representa em Kant (2018)

As diferentes sensações de contentamento ou desgosto repousam menos sobre a qualidade das coisas externas, que as suscitam, do que sobre o sentimento, próprio a cada homem, de ser por elas sensibilizado com prazer ou desprazer. Provém daí as satisfações de alguns homens por aquilo de que outros têm asco, a paixão amorosa, que frequentemente é um enigma para todos, ou mesmo a intensa repugnância que alguém sente por algo de todo indiferente a outra pessoa. O campo de observações dessas particularidades da natureza humana estende-se a perder de vista, e oculta ainda descobertas tão agradáveis quanto instrutivas.

Em demais filósofos da ilustração em Schopenhauer (2003) destacou que compreender o Belo requer um conhecimento de si mesmo, o que reforça ainda mais a subjetividade do conceito. Tanto a arte quanto a ética são domínios que transcendem o alcance do ensino convencional; assim sendo, incumbe ao filósofo a investigação minuciosa da essência imaterial da arte, bem como da moralidade. A metafísica do Belo desponta como uma cogitação imprescindível, configurando-se como um elemento fundamental da Filosofia. A virtude, à semelhança do gênio, não se obtém através da instrução; por conseguinte, as concepções abstratas mostram-se

desprovidas de relevância, tanto no domínio ético quanto no campo das artes (Schopenhauer, 2001)

Schopenhauer sublima sua metafísica do Belo a um saber veraz e mais profundo da essência verídica do mundo, que ele denomina Vontade. Esse saber, por sua própria natureza, é refratário à transmissão por meio de conceitos abstratos; é, antes, uma cognição intuitiva, desvelada através da obra de arte e apreendida pela visão singular e privilegiada do sujeito puro do conhecimento, o gênio.

Além disso, Tolstói (1918) define a arte como a criação de um objeto duradouro ou de uma ação efêmera, que não apenas proporciona prazer ao criador, mas também transmite uma impressão agradável a um público específico, independentemente de qualquer benefício pessoal que possa resultar disso.

Em Hegel (1999, p.45), vemos que “no caso do objeto de toda ciência, duas coisas inicialmente se impõem à consideração: em primeiro lugar, que um tal objeto é, e, em segundo lugar, o que ele é”. Configuraria a beleza para Hegel (1944, p.144): “a Beleza se define como a manifestação sensível da Ideia”<sup>5</sup>.

A Beleza é um certo modo de exteriorização e representação da Verdade... Aceitamos, pois, no seu pleno significado, as palavras de Platão: deve-se considerar, não os objetos particulares qualificados como belos, mas a Beleza (Hegel, 2005, p. 29; p. 200).

Em Martin Heidegger (1977) o Belo não se restringe apenas ao prazer (*Gefallen*) e ao objeto correspondente a ele. No entanto, a beleza se encontra na forma, mas somente porque essa forma anteriormente se iluminou a partir do ser, como a essência do ente. O ser então se manifestou como eidos. A ideia se inscreve na *morfé*. O *sinolon*, a totalidade unida de *morfé* e *hilé*, ou seja, o *ergon*, se apresenta no modo de *energéia*. Esse modo de presença se transforma na actualitas do ens actu. A *actualitas* se torna realidade. A realidade se converte em objetividade, e a objetividade se transforma em vivência (*Erlebnis*).

O Belo em Gyorgy Luckács (1971) seria:

O fato de que existam obras de arte, devemos dizer: existem certas imagens configuradas que são criadas pelos seres humanos e que — apesar de carregarem em si o selo da personalidade que as produz — são capazes, de

---

<sup>5</sup> Versão original: *La Beauté se définit comme la manifestation sensible de l'Ideé*.

forma independente dessa personalidade e absolutamente autônoma, graças à própria força do complexo forma-matéria que lhes é imanente, de exercer efeitos imediatos; efeitos que, por sua natureza revivível, não se distinguem claramente daqueles da realidade habitual da experiência vivida, mas nos quais — já a este nível do nosso conhecimento sobre eles — manifestam-se elementos de um comportamento normativo, de uma relação com um valor<sup>6</sup>.

Diante disso, ao ponderarmos sobre o Belo, compreendemos que ele está imbuído de significados, contendo elementos que transmitem uma mensagem interpretada por uma sociedade, conforme as características particulares de uma audiência específica. É importante ressaltar que “no Belo, por sua vez, cogitava-se tanto do Belo da Natureza quanto do Belo da Arte. Profundamente marcada pelo pensamento platônico, a filosofia tradicional supunha uma certa hierarquia entre os belos” (Suassuna, 1979).

Sem a pretensão de esgotar esta introdução ao conceito de Belo e à Estética, avançaremos agora para uma reflexão acerca do fetichismo do Belo no contexto neoliberalista.

#### **4 FETICHISMO DO BELO NEOLIBERAL**

A configuração de conceitos singulares relacionados à noção de fetiche teve início na costa ocidental da África, especificamente ao longo da região que se estende do atual Gana até a Nigéria, nos séculos XVI e XVII. Essa área era uma das mais populadas do continente africano e, para os europeus, era a mais significativa em termos econômicos e políticos (Pietz, 2022).

A origem dessa ideia é identificada na palavra "*fetisso*". Originária dos intermediários, essa palavra categorizou uma vasta gama de objetos e práticas africanas sob um conceito que, apesar de distorcer aspectos culturais, facilitou o estabelecimento de relações comerciais relativamente não coercitivas entre membros de culturas extremamente distintas (Pietz, 2022).

---

<sup>6</sup> Versão original: Il fatto che esistano opere d'arte, dobbiamo dire: esistono certe immagini configurate che sono create dagli esseri umani e che — nonostante portino in sé il sigillo della personalità che le produce — sono in grado, in modo indipendente da questa personalità e assolutamente autonomo, grazie alla forza stessa del complesso forma-materia che è loro immanente, di esercitare effetti immediati; effetti che, per la loro natura di rivivibilità, non si distinguono chiaramente da quelli della realtà abituale dell'esperienza vissuta, ma nei quali — già a questo livello della nostra conoscenza su di essi — si manifestano elementi di un comportamento normativo, di una relazione con un valore.

As bases do fetichismo neoliberalista (ou do Capital) sobre o Belo e sua condição oficial de subjetividade são "metafísicas. Marx meramente trasladou para o campo da economia as concepções de *Feuerbach* acerca da religião (Rubin, 1982, p. 67-69). Em *Feuerbach* (2013), o desenvolvimento religioso simboliza um processo de "autoalienação" do indivíduo, onde este projeta sua própria essência no mundo exterior, transformando-a em Deus e, assim, afastando-a de si mesmo. Ou seja, Marx explicitamente *analogiza* o fetichismo da mercadoria ao fetichismo religioso, onde os seres humanos reverenciam ídolos por eles fabricados, conferindo-lhes poderes sobrenaturais (Jappe, 2003).

Originalmente, Marx aplica essa teoria da "alienação" aos fenômenos ideológicos: "todo o conteúdo da consciência constitui uma alienação em relação às condições econômicas, a partir das quais a ideologia deve então ser explicada"<sup>7</sup> (Hammacher, 1909, p.223).

O fetichismo neoliberal sobre o Belo está na novel racionalidade que propaga a lógica neoliberalista a todas as esferas da existência humana, questionando a dignidade das classes desprivilegiadas e desarticulando os laços sociais que alicerçam as organizações coletivas (Dardot, Laval, 2016, p.231-236). Tal expansão da lógica capitalista transcende o domínio econômico, infiltrando-se em todas as dimensões da vida, abarcando desde o Belo e a Estética até as próprias relações interpessoais.

Diante desse fenômeno, falar em *fetichismo neoliberal no Belo* significa dizer que o Belo está inserido na lógica do mercado, sendo transformado em mercadoria, desvinculado de seu valor intrínseco e subordinado às dinâmicas de consumo e lucro. No neoliberalismo, o Belo é instrumentalizado, tornando-se um objeto de desejo que serve aos interesses econômicos, em vez de ser um fim em si mesmo. Dessa forma, a estética é reduzida a um *fetichismo econômico do Belo*, onde a aparência e a superficialidade prevalecem sobre a profundidade e a autenticidade.

Após essas reflexões sobre o fetichismo do Belo no contexto neoliberalista, avançaremos para a apresentação dos resultados obtidos. Com base nas discussões teóricas previamente elaboradas, nossos resultados visam ilustrar como a lógica

---

<sup>7</sup> Versão original: *Der gesamte Inhalt des Bewusstseins stellt eine Entfremdung in Bezug auf die wirtschaftlichen Bedingungen dar, aus denen die Ideologie dann erklärt werden muss*

neoliberal reconfigura a percepção e valorização do Belo, impactando diretamente as práticas sociais e culturais.

## **5 O BELO FETICHISTA MERCADOLÓGICO NAS NOVAS RELAÇÕES SOCIAIS COM A ARTE**

Nas novas relações contemporâneas, no contexto do neoliberalismo, o valor do Belo é despojado de qualquer conotação intrínseca ou estética e reduzido a meros termos mercadológicos. O que anteriormente podia ser valorizado por suas propriedades estéticas e simbólicas é agora reformulado para satisfazer as exigências do mercado. Este processo resulta em uma fetichização, onde a beleza é convertida em um bem de consumo, sujeito às leis de compra, venda e troca ditadas pelas dinâmicas mercantis.

Tal fenômeno implica na alienação do Belo de seu valor original, uma vez que sua apreciação e significado são subordinados a fins lucrativos e estratégias de marketing. Em lugar de ser reconhecido por sua singularidade e valor artístico, o Belo se torna um mero item inserido em uma lógica de consumo, cujo valor é ditado pela demanda, pelas tendências da moda e pelo potencial lucrativo.

Ademais, o *fetichismo neoliberal do Belo* também reflete uma transformação na percepção cultural e social da arte e da estética. Em vez de funcionar como uma forma de expressão ou um meio de reflexão e crítica social, a beleza é reduzida a um ativo comercial, cuja utilidade e valor são exclusivamente determinados pelas forças do mercado. Esse processo não apenas desvia a apreciação estética de seu valor original, mas também redefine a forma como a beleza e a arte são produzidas, consumidas e valorizadas na sociedade contemporânea.

Considerando isso, a mercantilização do Belo nas novas relações sociais pode ser exemplificada pelo *crime de picho*:

Art. 65. Pichar ou por outro meio conspurcar edificação ou monumento urbano

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa.

[...]

§ 2º Não constitui crime a prática de grafite realizada com o objetivo de valorizar o patrimônio público ou privado mediante manifestação artística, desde que consentida pelo proprietário e, quando couber, pelo locatário ou arrendatário do bem privado e, no caso de bem público, com a autorização

do órgão competente e a observância das posturas municipais e das normas editadas pelos órgãos governamentais responsáveis pela preservação e conservação do patrimônio histórico e artístico nacional (Brasil, 1988).

O mercado do Belo, ao desconsiderar o picho como forma de arte e reconhecer o grafite como arte somente quando visa a valorização do patrimônio público ou privado, estabelece uma relação patrimonialista e mercantilizada. Nessa relação, a expressão do Belo é reduzida a um valor fetichista. Esse valor opera contra a subjetividade da arte, impondo padrões mercantilizados que desconsideram a essência subjetiva da expressão artística.

Essa perspectiva cria uma hierarquia no campo da arte urbana, onde a subjetividade econômica e a autenticidade da expressão artística são subjugadas ao valor comercial e ao consenso institucional. A pichação, por sua natureza frequentemente subversiva e não autorizada, é sistematicamente excluída desse esquema de valorização. Em contraste, o grafite, ao alinhar-se com as expectativas mercantis e patrimoniais, é integrado ao circuito artístico oficial.

Esta relação de fetiche mercantil no Belo está propriamente na análise da forma mercadoria. Vejamos a partir de *Cafiero* (1950, p.31):

Examinando atentamente a fórmula do capital, revela-se que, em última análise, a questão do surgimento do capital se resume na seguinte questão: encontrar uma mercadoria que nos dê mais do que custou; encontrar uma mercadoria que, em nossas mãos, possa crescer em valor, de modo que, ao vendê-la, possamos obter mais dinheiro do que gastamos para comprá-la. Deve ser, em suma, uma mercadoria elástica que, em nossas mãos, possa ser expandida de alguma forma, aumentando o volume de seu valor<sup>8</sup>.

Logo, o Belo fetichista neoliberal, revestido de uma mercadoria elástica, subsume-se à maleabilidade das demandas mercadológicas e à mutabilidade das novas configurações sociais. No seio da lógica neoliberal, o conceito de Belo, analogamente a uma mercadoria que se expande e se adensa quando submetida à manipulação, revela-se uma entidade permeável, suscetível a incessantes

---

<sup>8</sup> Versão original: Esaminando attentamente la formula del capitale, si rivela che, in ultima analisi, la questione della nascita del capitale si risolve nella seguente questione: trovare una merce che ci dia più di quanto ci è costata; trovare una merce che, nelle nostre mani, possa crescere di valore, di modo che, vendendola, noi possiamo ottenere più denaro di quanto ne abbiamo speso per comprarla. Deve essere, insomma, una merce elastica che, nelle nostre mani, possa essere estesa alquanto, aumentando il volume del suo valore.

reconfigurações para potencializar sua valorização monetária e, assim, satisfazer os imperativos econômicos subjacentes.

Conseqüentemente, o conceito de Belo, uma vez fetichizado, transcende a mera expressão de gostos ou sensibilidades, transformando-se em um mecanismo de capitalização, onde a verdadeira arte, em toda sua complexidade e subjetividade, é frequentemente relegada à periferia ou mesmo obliterada. Em seu lugar, emergem produtos que simulam uma profundidade estética, mas cuja principal função é satisfazer as demandas de um mercado insaciável e voraz.

Desse modo, é evidente que o fetichismo mercantil coloca aqueles que expressam uma nova racionalidade estética de arte em uma condição de miserabilidade, impondo uma condição fetichista e mercantil à arte e deixando de lado as condições humanas ao tratar o indivíduo. Isso fere diversos direitos humanos elementares, como a dignidade humana, ao criminalizar e mercantilizar as expressões simbólicas e metafísicas subjetivas da arte, assim como a isonomia entre os indivíduos na sociedade, uma vez que não se busca um tratamento racional de igualdade, mas sim um pensamento mercantilizado onde o discurso oficial da arte se tornou um “deus”, limitando a livre expressão das atividades intelectuais e artísticas, entre outros.

Portanto, após estabelecer essas análises, passamos agora às considerações finais de nosso estudo. Nessas considerações, iremos sintetizar os principais pontos abordados, refletir sobre as implicações dos achados e sugerir possíveis caminhos para pesquisas futuras, a fim de contribuir para um entendimento mais aprofundado do tema tratado.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As considerações finais deste estudo revelam que o fetichismo neoliberal mercadológico nas relações com a Arte, Belo, opera de maneira não-subjetiva. Essa operação fetichista mercadológica atua em conjunto com o Capital, formando uma mercantilização particular do Belo, onde a estética é instrumentalizada para servir aos interesses econômicos, desprovida de sua essência subjetiva e emancipatória.

A evidenciou crítica revelou como a racionalidade mercantil do Capital contemporâneo sobre o Belo invisibiliza narrativas de marginalização e opressão, criando uma linha abissal entre o Belo oficial mercantil fetichista e o Belo marginal. O

Belo, quando capturado pela lógica mercantil, deixa de ser um espaço de expressão autônoma e se transforma em um produto a ser consumido, restringindo as possibilidades de resistência e de questionamento das estruturas sociais vigentes.

Assim sendo, este trabalho não apenas alcançou seus objetivos, mas também destacou a necessidade de uma reflexão contínua sobre as implicações do fetichismo do valor nas novas relações sociais e econômicas. A mercantilização do Belo, enquanto fenômeno contemporâneo, revela a profunda intersecção entre estética, política e economia, onde o valor simbólico é subsumido pelo valor de troca. Nesse contexto, torna-se imperativo questionar as narrativas dominantes e buscar formas de resistência que permitam resgatar o potencial crítico e transformador da arte e da estética.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998**. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências. Brasília, DF: Senado Federal, 1998. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9605.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9605.htm). Acesso em: 21 jul. 2024

CAFIERO, Carlos. **IL Capitale, di Carlos Marx**. Milano/IT: Universale Economica, 1950.

DERRIDA, Jacques. **Posições**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte/MG: Autêntica, 2001.

FEUERBACH, Ludwig. **A essência do cristianismo**. Tradução: José da Silva Brandão. 4 ed. Rio de Janeiro/RJ: Editora Vozes, 2013.

DADORT, Pierre, LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaios sobre a sociedade neoliberal**. Tradução: Mariana Echalar. São Paulo/SP, 2016.

HAMMACHER, Emil. **Das philosophisch-ökonomische system des marxismus**. 1 ed. Leipzig/DE: Duncker & Humblot, 1909.

HEIDEGGER, Martin. **A origem da obra de arte**. Tradução: Maria da Conceição Costa. Lisboa/PT: Edições 70, 1977.

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. **Esthétique**. Traduction: J. G. Paris/FR: Aubier, Edições Montaigne, 1944.

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. **Curso de estética**. Tradução: Marco Aurélio Werle. São Paulo/SP: Editora USP, 1999. v. 1.

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. **Estética**: à ideia e o ideal, Estética: o belo artístico ou o ideal. Tradução: Orlando Vitorino. São Paulo/SP: Nova Cultural, 2005 (Os Pensadores).

JAPPE, Anselm. **Les aventures de la marchandise**: pour une nouvelle critique de la valeur. Paris/FR: Editions Denoël, 2003.

KANT, Immanuel. **Observações sobre o sentimento do belo e do sublime**: ensaios sobre doença mental. Tradução: Pedro Panarra. Lisboa/PT: Edições 70, 2018.

LUKÁCS, György. **Filosofia dell'arte**: primi scritti sull'estetica (1912 – 1918). Traduzione: Luisa Coeta. Milano/IT: Sugar editore, 1971. v. 1.

NOGUEIRA, Bernardo Gomes Barbosa. **Direito e literatura**: hospitalidade e invenção. 2018 290 f.+ 1 CD-ROM. Tese (Doutorado em Direito) (Programa de Pós-Graduação em Direito) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Disponível em: [http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Direito\\_NogueiraBG\\_1.pdf](http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Direito_NogueiraBG_1.pdf). Acesso em: 27 jul. 2024.

PLATÃO. **Diálogos**: Mênono – Banquete – Fedro. Tradução: Jorge Paleikat. Rio de Janeiro/RJ, 1996.

PIETZ, William. The Problem of Fetish I. *In*: PIETZ, Willin. **The problem of fetish**. Chicago/EUA: The University of Chicago, 2022, p.1-16.

RUBIN, Isaak Illich. **Ensayo sobre la teoría marxista del valor**. Traducción: Néstor Míguez. 5 ed. Ciudad do Mexico/CDXM: Pasado y Presente, 1982.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. **Novos estudos CEBRAP**, n. 79, p. 71–94, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nec/a/ytPjkXXYbTRxnJ7THFDBrgc>. Acesso em: 27 jul. 2024.

SCHOPENHAUER, Arthur. **Metafísica do belo**. Tradução: Jair Barboza. São Paulo/SP: Editora Unesp, 2003.

SCHOPENHAUER, Arthur. **O mundo como vontade e representação**. Tradução: M.F. Sá Correia. Rio de Janeiro/RJ: Contraponto, 2001.

SUASSUNA, Ariano. **Iniciação à estética**. Recife/PE: Ed. Universitária, 1979  
TOLSTÓI, Leon. **Qu' est-ce que l'art**. Traduction: Teodor de Wyzewa. Paris/FR: Perrin, 1918.