

Vocabulários da economia

Doreen Massey

Tradução de Frederico Luppe

Tradução de trechos de “Vocabularies of the economy”, primeiro fascículo da obra colectiva After neoliberalism? The Killburn manifesto, editado pelo recentemente falecido Stuart Hall, Doreen Massey e Michael Rustin. Neste momento, estão publicados sete dos doze capítulos previstos. Disponível aqui: <http://www.lwbooks.co.uk/journals/soundings/manifesto.html>. Os títulos são da autoria do tradutor.

[Linguagem e o lugar social]

No verão passado, visitei uma exposição de arte e tive uma conversa muito interessante com uma das jovens empregadas da galeria. Depois da conversa, quando a jovem se virou, vi que na parte de atrás da t-shirt dizia “Atenção ao Cliente”. Senti-me decepcionada. Toda a nossa conversa, de repente, pareceu um pouco menos intensa, a minha experiência reduziu-se à dimensão de uma transacção comercial; a minha relação com a galeria e com esta pessoa empenhada transformou-se numa relação de troca mercantil. A própria linguagem utilizada posicionou-nos—a nós, à galeria e à nossa relação—de uma forma muito específica.

Conhecemos estas práticas, e os seus potenciais efeitos, em áreas muito distintas. Nos comboios e nos autocarros, às vezes também nos hospitais

e nas universidades, tornámo-nos clientes em vez de passageiros, leitores, pacientes ou estudantes. Em todos estes casos, uma actividade e uma relação específicas desaparecem em detrimento de uma relação genérica de compra e venda que passa a dominá-las.

A linguagem que usamos tem efeitos na forma como se moldam identidades e se caracterizam as relações sociais. É essencial à formação da construção ideológica do sentido comum hegemónico. O discurso é importante. Para mais, altera-se e pode—através de um trabalho político—ser alterado. Fomos *intimados* a tornarmo-nos consumidores em vez de trabalhadores, clientes em vez de passageiros. (E de facto, o processo nunca é completo. A jovem da galeria não tinha outra escolha senão vestir aquela t-shirt, mas não obstante a nossa conversa foi autêntica e empenhada ao ponto de extrapolar os papéis que nos foram atribuídos— talvez até de resistir-lhes.) O que interessa sublinhar é que as tentativas de moldar as nossas identidades através da linguagem e do acto de nomear implicam um trabalho político, e que podem ser contestadas.

[O vocabulário da economia]

O vocabulário que usamos para falar sobre a economia foi especialmente importante para estabelecer uma hegemonia neoliberal. Há toda uma visão do mundo—e uma teoria económica—por detrás daquele encontro na galeria. É uma visão em que a maioria de nós é primeiramente consumidor, e cujo dever principal (ao mesmo tempo que fonte de poder e prazer) é o de fazer escolhas.

A “verdade” que sustenta esta mudança de descrições e relatos—que foi levada a cabo na vida quotidiana através da normalização administrativa e da exaustiva re-baptização das formas permitidas de escrever, de falar, de dirigir-se nas práticas institucionais—é que, no fim, os interesses individuais são a única realidade relevante; que estes são interesses pura-

mente monetários, e que os “valores” não são senão outro meio de perseguir fins interesseiros. Por detrás há, por sua vez, como justificação teórica deste sistema agora quase dominante, a ideia de um mundo de actores independentes cujas escolhas, feitas de acordo com a sua própria vantagem, beneficiariam de forma paradoxal a todos. Além disso, para que isto “funcione” não pode haver nenhum actor individual que tenha poder suficiente para determinar o que aconteça à totalidade.

Que o mundo não é assim é evidente. Há monopólios e poderes imensamente diferenciados. Há muito mais na vida que o interesse próprio. Os mercados, na prática, precisam de vastos aparelhos de regulação, apoio e fiscalização—uma “burocracia”, de facto. Para mais, este privilegiar do interesse próprio, das relações de mercado e da escolha em cada domínio da vida económica e social, leva inexoravelmente a uma crescente desigualdade. E esta desigualdade, hoje flagrante (tanto a nível global como dentro das nações), é escudada de contestação política através de uma outra viragem no nosso vocabulário. Qualquer sociedade liberal e democrática precisa de negociar algum tipo de articulação entre a tradição liberal e a tradição democrática. Na nossa sociedade actual, esta articulação é bastante específica: “liberdade” tem vindo a ser definida simplesmente como interesse próprio e como a liberdade de não ser restringido pelo Estado, e esta forma reduzida de liberdade tornou-se de tal forma dominante que as desigualdades que dela resultaram esvaziaram de todo a democracia, e fizeram desaparecer o vocabulário da igualdade.

Muito tem sido escrito sobre tudo isto noutros lugares. O nosso argumento aqui é que este vocabulário do cliente, do consumidor, da escolha, dos mercados e do interesse próprio, molda tanto a nossa concepção de nós próprios, como o nosso entendimento da relação que estabelecemos com o mundo. Essas “descrições” de papéis, trocas e relações em termos que presumem que a escolha individual e o interesse próprio devem prevalecer, e efectivamente prevalecem, não são de facto simples descrições,

mas potentes meios para construir e reforçar novas subjectividades. O entendimento de Gramsci do significado do “sentido comum”, a teoria de Althusser dos aparelhos estatais ideológicos e da “interpelação” de sujeitos, e as descrições por Foucault de discursos como aspectos da “governamentalidade” são recursos teóricos através dos quais estes fenómenos podem ser reconhecidos e entendidos.

A nova ideologia dominante é inculcada, tanto através de práticas sociais como através dos nomes e descrições prevalecentes. O exercício obrigatório da “livre escolha” é também uma lição de identificação social, que afirma em cada ocasião que cada um de nós é, antes de mais, um consumidor que opera num mercado. Assim entramos no jogo, e esta auto-identificação é tão forte como o nosso emaranhamento material em dívidas, segurança social, hipotecas e afins. É uma internalização do “sistema” que potencialmente desgasta a nossa capacidade de imaginar que as coisas poderiam ser diferentes.

Esta questão de identidade e identificação, de resto, ultrapassa as nossas subjectividades individuais. *Tudo* começa a ser imaginado dessa forma. As próprias vilas e cidades em que vivemos são rotuladas com uma marca e promovidas a fim de competir entre si, também internacionalmente, num mundo em que as únicas relações concebíveis são as da competição.

Portanto, os vocabulários que reclassificaram papéis, identidades e relações— de pessoas, lugares e instituições— e as práticas que os enchem, dão corpo a e fazem cumprir a ideologia do neoliberalismo, e logo de uma nova hegemonia capitalista.

[Da suposta naturalidade dos mercados]

O aparente sentido comum destes elementos do nosso vocabulário económico [abordado no texto de Massey] é sustentado por um entendimento

de que os mercados são naturais: que, quer sejam exteriores à sociedade ou inerentes à “natureza humana”, eles são um dado. Esta suposição rodeia-nos. Há uma linguagem utilizada para descrever os mercados financeiros que percorrem a Europa, atacando país atrás de país—uma força externa, um animal selvagem talvez, mas nunca o produto de certas camadas sociais e dos seus interesses económicos e políticos. Há um entendimento da “natureza humana” e das longas histórias das sociedades humanas, como “naturalmente”—isto é, como parte da sua própria natureza—dadas ao comércio mercantil, e por isso os mercados seriam a melhor forma de organização social. Este entendimento foi maravilhosamente demolido por Karl Polanyi na sua obra *The Great Transformation*, logo em 1944, mas continua efectivamente presente como fundamentação do discurso político.

Há aquele encolher de ombros resignado, aquela impotência de pessoas comuns quando acontece algo que não lhes agrada: “bem, deve ser o mercado, não é?” Como se fosse uma “coisa” que não se pode contradizer. Há a ideia de que “intervimos” (uma acção social) *na* economia (equiparada com o mercado e vista como uma natureza externa). Dentro da própria economia existe a pretensão, por parte da economia neoclássica, de ser não uma ciência social mas uma ciência natural ou física. O grau até onde estas ideias, esta construção ideológica, inspiram hoje em dia o sentido comum hegemónico é surpreendente. A suposição de que os mercados são naturais está tão profundamente enraizada na estrutura do pensamento, certamente aqui na Europa, que até o facto de que é uma suposição se parece ter perdido de vista. Isto é uma verdadeira hegemonia.

E tal tem os seus efeitos. Desloca “o económico” da esfera de contestação política e ideológica. Transforma-o num assunto para especialistas e tecnocratas. Exclui a economia do controlo democrático.

Este pressuposto da naturalidade dos mercados é essencial à insistência em como *Não Há Alternativa*. É uma das medonhas ironias da presente era neoliberal, que nos dizem (como vimos no início) que grande parte do nosso poder e do nosso prazer, e da nossa própria auto-identificação, reside na nossa capacidade de escolher (e de facto somos todos os dias bombardeados por “escolhas”, muitas delas sem sentido, outras que desejávamos não ter que fazer), enquanto ao nível do que realmente importa—em que tipo de sociedade gostaríamos de viver, que tipo de futuro gostaríamos de construir—nos dizem, implacavelmente, que, fora de umas pequenas margens de variação, não há alternativa—não há escolha de todo.

[Conclusão]

Não argumentamos que não haja lugar para os mercados numa economia reformada. Estamos sim a contestar o estatuto especial com que os mercados são dotados pela imaginação contemporânea. Devemos pensar “a economia” não em termos de força natural e intervenção, mas em termos de toda uma variedade de relações sociais que precisam de algum tipo de coordenação. Cada forma de relação social tem as suas próprias características e implicações, e logo a sua adequação a diferentes partes da economia e da sociedade.

Precisamos, sobretudo, de levar “o económico” de volta à sociedade e para dentro da contestação política, e não só como debates sobre políticas económicas, mas antes de mais como questionamento da própria forma como pensamos sobre a economia. Se não o fizermos, estaremos sempre a discutir no terreno político das políticas económicas existentes. Para imaginar algo de novo, para não falar de fazer efectivamente nascer algo de novo, o nosso actual “sentido comum” económico precisa de ser contestado de cima para baixo.