

vista como o valor equivalente da sua. Em situações simples de escambo, todo indivíduo que tenha uma mercadoria possui algo com valor relativo e está à procura de seu equivalente em outra mercadoria. Assim como existem tantas mercadorias quanto pessoas e trocas, existem tantos equivalentes quanto mercadorias e trocas. O que Marx quer mostrar é que o ato de troca tem sempre um caráter duplo – os polos das formas relativa e equivalente – no qual a mercadoria equivalente figura “como incorporação de trabalho humano abstrato” (134). A oposição entre valor de uso e valor, até aqui interiorizada na mercadoria, “é representada, assim, por meio de uma oposição externa” entre uma mercadoria que é um valor de uso e outra que representa seu valor na troca (137).

Num terreno complexo de trocas como é o mercado, minha mercadoria tem inúmeros equivalentes potenciais e, inversamente, todo mundo tem valores relativos numa relação potencial com meu equivalente singular. Uma complexidade cada vez maior entre as relações de troca produz uma “forma desdobrada” de valor que se converte numa “forma universal” de valor (§ b, 138-41, e § c, 141-5). Esta se cristaliza, por fim, num “equivalente universal”: uma mercadoria que desempenha o papel exclusivo de mercadoria-dinheiro (§ d, 145-6). A mercadoria-dinheiro surge de um sistema de trocas, e não o precede, de modo que a proliferação e a generalização das relações de troca são a condição necessária, crucial, para a cristalização da forma-dinheiro.

Na época de Marx, mercadorias como o ouro e a prata desempenhavam esse papel crucial, mas em princípio ele poderia ser desempenhado por conchas de caurim, latas de atum ou – como às vezes ocorre, em condições de guerra – cigarros, barras de chocolate etc. Um sistema de mercado requer uma mercadoria-dinheiro de algum tipo para funcionar, mas uma mercadoria-dinheiro só pode surgir com o advento da troca mercantil. O dinheiro não foi imposto de fora, tampouco foi inventado por alguém que imaginou que seria uma boa ideia ter uma forma-dinheiro. Mesmo formas simbólicas, diz Marx, têm de ser entendidas nesse contexto.

Isso leva uma interessante questão interpretativa que se apresenta várias vezes n' *O capital*: a argumentação de Marx é histórica ou lógica? Penso que a evidência histórica que sustenta essa explanação sobre o surgimento da mercadoria-dinheiro seria considerada, em nossos dias, pouco convincente. Sistemas e mercadorias semimonetários, ícones religiosos, emblemas simbólicos etc. já existiam havia muito tempo e expressavam algum tipo de relação social, sem que fosse necessária qualquer relação primitiva com as trocas de mercadorias, nem mesmo quando foram gradualmente introduzidos nessas trocas. Se consultássemos os registros arqueológicos e históricos, muitos deles mostrariam provavelmente que a forma-dinheiro não surgiu da maneira que Marx propõe. Tendo a aceitar esse argumento, porém acrescento o seguinte – e isso remete ao interesse de Marx em entender o modo de produção capitalista: sob o capitalismo, a forma-dinheiro tem de estar disciplinada

e alinhada com a posição lógica descrita por Marx, de modo que a forma-dinheiro reflita as necessidades de um sistema de relações de troca que se propaga cada vez mais. Contudo, o outro lado da moeda (desculpe o trocadilho) mostra que é a propagação das relações de troca de mercadorias que disciplina toda e qualquer forma simbólica precedente à forma-dinheiro necessária para facilitar as trocas mercantis. Os precursores da forma-dinheiro, que podem de fato ser encontrados nos registros arqueológicos e históricos da cunhagem de moedas, têm de se adequar a essa lógica, a ponto de serem absorvidos no capitalismo e de desempenharem a função de dinheiro. Ao mesmo tempo, deve estar claro que o mercado não poderia ter evoluído sem esse processo de disciplinamento. Mesmo que o argumento histórico seja fraco, o argumento lógico é poderoso.

Assim, esse item estabelece em seu conjunto a relação necessária entre a troca de mercadorias e a mercadoria-dinheiro, além do papel de determinação mútua que cada uma delas cumpre no desenvolvimento da outra. Mas há muitos outros aspectos nesse item que merecem nossa atenção. Logo nas primeiras linhas, Marx descreve como

A objetividade do valor das mercadorias é diferente de *Mistress Quickly**, na medida em que não se sabe por onde agarrá-la. Exatamente ao contrário da objetividade sensível e crua dos corpos das mercadorias, na objetividade de seu valor não está contido um único átomo de matéria natural. Por isso, pode-se virar e revirar uma mercadoria como se queira, e ela permanece inapreensível como coisa de valor [*Wertding*]. Lembremos, todavia, de que as mercadorias possuem objetividade de valor apenas na medida em que são expressões da mesma unidade social, do trabalho humano, pois sua objetividade de valor é puramente social e, por isso, é evidente que ela só pode se manifestar numa relação social entre mercadorias. (125)

Este é um ponto absolutamente vital, que não podemos deixar de enfatizar: o valor é imaterial, porém *objetivo*. Dada a suposta adesão de Marx a um materialismo rigoroso, esse argumento é surpreendente, e devemos nos deter um pouco em seu significado. O valor é uma relação social, e não podemos ver, tocar ou sentir diretamente as relações sociais; no entanto, elas têm uma presença objetiva. É preciso, portanto, examinar com cuidado essa relação social e sua expressão.

Marx propõe a seguinte ideia: os valores, sendo imateriais, não podem existir sem um meio de representação. É o advento do sistema monetário, da própria

* Personagem do drama histórico *Henrique IV*, de Shakespeare. Marx usa a forma alemã do nome Wittib Hurtig. (N. T.)

forma-dinheiro como meio tangível de expressão, que faz do valor (como tempo de trabalho socialmente necessário) o regulador das relações de troca. Mas a forma-dinheiro só se aproxima do valor expresso – passo a passo, dado o argumento lógico – à medida que as relações de troca de mercadorias se propagam. Portanto, não existe nenhuma entidade universal externa chamada “valor” que, depois de muitos anos de luta, é finalmente expressa por meio da troca monetária. O que existe é uma relação interna e recíproca entre o advento da forma-dinheiro e as formas-valores. O surgimento da troca de mercadorias faz com que o tempo de trabalho socialmente necessário se torne a força norteadora no interior do modo de produção capitalista. Desse modo, o valor como tempo de trabalho socialmente necessário é algo historicamente específico ao modo de produção capitalista. Ele surge apenas numa situação em que o mercado cumpre a tarefa que se exige dele.

Da análise de Marx resultam duas conclusões e uma questão importante. A primeira conclusão é que as relações de troca, longe de ser epifenômenos que expressam a estrutura profunda do valor, existem numa relação dialética com os valores, de modo que estes dependem daquelas, tanto quanto aquelas dependem destes. A segunda conclusão confirma o status imaterial (fantasmagórico), porém objetivo, do conceito de valor. Todas as tentativas de medir diretamente o valor estão condenadas ao fracasso. A questão diz respeito ao grau de confiabilidade e precisão da representação monetária do valor ou, em outras palavras, a como a relação entre imaterialidade (valor) e objetividade (tal como capturada pela representação monetária do valor) desdobra-se na realidade.

Marx trata desse problema numa série de passos. Comenta: “Somente a expressão de equivalência de diferentes tipos de mercadoria evidencia o caráter específico do trabalho criador de valor, ao reduzir os diversos trabalhos contidos nas diversas mercadorias àquilo que lhes é comum: o trabalho humano em geral” (65). Aqui encontramos uma resposta parcial à questão sobre como ocorre a redução de trabalho humano especializado e complexo a trabalho humano simples. Mas ele prossegue: “A força humana de trabalho em estado fluido” – e é impressionante a frequência com que Marx invoca o conceito de fluidez n’*O capital* – “ou trabalho humano, cria valor, mas não é, ela própria, valor. Ela se torna valor em estado cristalizado, em forma objetiva” (128). Portanto, é preciso estabelecer uma distinção entre o processo de trabalho e a coisa que é produzida. Essa ideia de uma relação entre processos e coisas, juntamente com a ideia de fluidez, é importante na análise de Marx. Quanto mais as invoca, mais se distancia da dialética como lógica formal e se aproxima de uma dialética como filosofia do processo histórico. O trabalho humano é um processo tangível, mas no fim desse processo chegamos a esta coisa – uma mercadoria – que “coagula” ou “cristaliza” valor. Embora seja o processo efetivo o que importa, a *coisa* é que tem valor, a *coisa* é que possui qualidades objetivas.

Assim: "Para expressar o valor do linho como geleia de trabalho humano, ela tem de ser expressa como uma 'objetividade' materialmente distinta do próprio linho e simultaneamente comum ao linho e a outras mercadorias" (128).

O problema é: como é representado o valor, essa "objetividade materialmente distinta do próprio linho"? A resposta está na forma da mercadoria-dinheiro. Mas, observa ele, há algumas peculiaridades nessa relação entre o valor e sua expressão na forma-dinheiro. "A primeira peculiaridade que se sobressai na consideração da forma equivalente", diz Marx, é que um valor de uso particular "se torna a forma de manifestação de seu contrário, do valor", e isso "esconde em si uma relação social" (133-4).

Daí o caráter enigmático da forma de equivalente, que só salta aos olhos crus do economista político quando aparece para ele já pronta, no dinheiro. Então, ele procura escamotear o caráter místico do ouro e da prata, substituindo-os por mercadorias menos ofuscantes, e, com prazer sempre renovado, põe-se a salmodiar o catálogo inteiro da população de mercadorias que, em épocas passadas, desempenharam o papel de equivalente de mercadorias. (134)

"O corpo da mercadoria", continua ele, "que serve de equivalente vale sempre como incorporação de trabalho humano abstrato e é sempre o produto de determinado trabalho útil, concreto" (134). O que isso quer dizer? O ouro, por exemplo, é um valor de uso específico, uma mercadoria específica, produzida sob condições específicas de produção, e, no entanto, nós o utilizamos como um meio de expressão de todo trabalho humano em qualquer parte – nós tomamos um valor de uso particular e o usamos como um substituto para todo o trabalho social. Isso gera questões complicadas, como veremos ao nos aprofundar na teoria do dinheiro, no capítulo 2.

A segunda peculiaridade é que "o trabalho concreto se torna forma de manifestação de seu contrário, de trabalho humano abstrato", e a terceira peculiaridade é que, "embora seja trabalho privado como todos os outros, trabalho que produz mercadorias, ele é trabalho em forma imediatamente social" (135). Isso significa não apenas que o equivalente universal, a mercadoria-dinheiro, está sujeito a problemas qualitativos e quantitativos inerentes à produção de qualquer valor de uso, mas também que a produção e a comercialização da mercadoria-dinheiro, assim como sua acumulação (eventualmente como capital), estão em mãos privadas até quando desempenham sua função social universalizante. Quando o ouro ainda era uma mercadoria dominante e servia como lastro do dinheiro global no fim dos anos 1960, por exemplo, os dois principais produtores de ouro eram a África do Sul e a Rússia, e nenhum dos dois era particularmente simpático ao capitalismo internacional. A desmaterialização de todo o sistema financeiro, no início dos anos 1970, e o sistema de câmbio flutuante, livre do padrão-ouro, tiveram como conse-

quência o enfraquecimento dos produtores de ouro (embora essa não fosse a razão principal desse processo).

É esse tipo de contradição que a análise de Marx nos leva a contemplar, e veremos mais adiante – em particular no Livro III, mas também no capítulo 3 do Livro I – como essas peculiaridades e contradições começam a se manifestar na criação de possibilidades de crises financeiras. Em todo caso, a conclusão fundamental é que a relação entre os valores e sua representação na forma-dinheiro é cheia de contradições, de modo que não podemos nunca supor uma forma perfeita de representação. Esse desencontro, por assim dizer, entre valores e sua representação acaba tendo algumas vantagens, ainda que profundamente problemáticas, como veremos.

Isso nos leva a uma importante passagem sobre Aristóteles. “A troca”, diz Aristóteles, “não pode se dar sem a igualdade, mas a igualdade não pode se dar sem a comensurabilidade”². A relação entre as formas relativa e equivalente de valor pressupõe uma igualdade entre aqueles que realizam as trocas. Esse atributo de igualdade no interior do sistema de mercado é extremamente importante; para Marx, ele é fundamental para o modo como o capitalismo funciona teoricamente. Aristóteles também entendeu a necessidade da comensurabilidade e da igualdade nas relações de troca, mas não podia imaginar o que havia por trás disso. Por que não? Marx responde que “a sociedade grega se baseava no trabalho escravo e, por conseguinte, tinha como base natural a desigualdade entre os homens e suas forças de trabalho” (135-6). Numa sociedade escravagista não pode haver uma teoria do valor do tipo daquela que encontramos no capitalismo. Note, mais uma vez, a especificidade histórica da teoria do valor para o capitalismo.

Isso faz com que Marx retorne às três peculiaridades da forma-dinheiro a fim de identificar sua oposição emergente:

A oposição interna entre valor de uso e valor, contida na mercadoria, é representada, assim, por meio de uma oposição externa, isto é, pela relação entre duas mercadorias, sendo a primeira – *cujo* valor deve ser expresso – considerada imediata e exclusivamente como valor de uso, e a segunda – *na qual* o valor é expresso – imediata e exclusivamente como valor de troca. (137)

Essa oposição entre a expressão de valor e o mundo das mercadorias, oposição que resulta numa “antinomia” entre mercadorias e dinheiro, tem de ser interpretada como uma exteriorização de algo que está interiorizado na própria mercadoria.

² Citado em Karl Marx, *O capital*, cit., p. 135-6. O trecho de Aristóteles é parte da *Ética a Nicômaco*, livro V, cap. 5.

Uma vez exteriorizada, a oposição se torna explícita. A relação entre mercadorias e dinheiro é um produto daquela dicotomia entre valor de uso e valor de troca que identificamos como interna à mercadoria no início de nossa exposição.

O que concluímos disso? Primeiro, o tempo de trabalho socialmente necessário não pode operar como regulador daquilo que está ocorrendo diretamente, porque é uma relação social. Ele faz isso indiretamente, por meio da forma-dinheiro. Além disso, o surgimento da forma-dinheiro é o que permite que o valor comece a se cristalizar como princípio norteador do funcionamento da economia capitalista. É sempre bom lembrar, o valor é imaterial, porém objetivo. Ora, isso cria uma série de problemas para a lógica do senso comum, que supõe que o valor pode ser efetivamente medido; mesmo alguns economistas marxistas consomem um tempo inestimável explicando como conseguem fazê-lo. Meu argumento é: isso é impossível. Se o valor é imaterial, não há como medi-lo diretamente. Encontrar valor numa mercadoria apenas olhando para ela é como tentar descobrir a gravidade numa pedra. O valor só existe em relações entre mercadorias e só pode ser expresso materialmente na forma contraditória e problemática da mercadoria-dinheiro.

Refletiremos um breve momento sobre o status que Marx atribui aos três conceitos fundamentais de valor de uso, valor de troca e valor. Apresentarei ao mesmo tempo minhas próprias reflexões, derivadas de interesses específicos, que você pode aceitar ou rejeitar, como bem entender. Esses três conceitos diversos incorporam referentes espaçotemporais fundamentalmente distintos. Os valores de uso existem no mundo físico material das coisas, que pode ser descrito nos termos newtonianos e cartesianos de um espaço e um tempo absolutos. Os valores de troca se situam no espaço-tempo relativo do movimento e da troca de mercadorias, ao passo que os valores só podem ser entendidos nos termos do espaço-tempo relacional do mercado mundial. (O valor imaterial relacional do tempo de trabalho socialmente necessário surge no espaço-tempo mutável do desenvolvimento global capitalista.) No entanto, como Marx mostrou de modo convincente, os valores não podem existir sem valores de troca, e a troca não pode existir sem valores de uso. Os três conceitos são dialeticamente integrados uns aos outros.

Do mesmo modo, as três formas de espaço-tempo – absoluto, relativo e relacional – estão dialeticamente correlacionadas no interior da dinâmica histórico-geográfica do desenvolvimento capitalista. Esse é meu argumento como geógrafo. Uma das principais consequências é que o espaço-tempo do capitalismo não é constante, mas variável (como mostra a aceleração – e aquilo que Marx chama de “anulação do espaço pelo tempo”^{*} – provocada pelas constantes revoluções no

^{*} Karl Marx, *Grundrisse*, cit., p. 432. (N. E.)

transporte e nas comunicações). Não posso deixar de introduzir isso na discussão para que você faça sua própria avaliação! Mas, se quiser se aprofundar na questão da dinâmica espaçotemporal do capitalismo, terá de procurar em outro lugar¹.

ITEM 4: O CARÁTER FETICHISTA DA MERCADORIA E SEU SEGREDO

Esse item é escrito num estilo completamente diferente, quase literário – evocativo e metafórico, imaginativo, lúdico e emotivo, cheio de alusões e referências a mágica, mistérios e necromancias. Ele contrasta com o sóbrio estilo explanativo do item anterior. Isso é característico da tática empregada por Marx ao longo d'*O capital*; ele alterna os estilos de acordo com o assunto abordado. Nesse caso, a alternância pode gerar confusão quanto à relevância do conceito de fetichismo no conjunto da argumentação de Marx (uma confusão agravada pelo fato de que esse item foi transferido de um apêndice da primeira edição para a posição atual – assim como o item 3 – somente na segunda e definitiva edição d'*O capital*). Os interessados em desenvolver uma teoria político-econômica rigorosa a partir de Marx, por exemplo, costumam ver o fetichismo como um conceito estranho, que não deve ser levado muito a sério. Por outro lado, aqueles de convicção mais filosófica ou literária tratam o fetichismo muitas vezes como a pepita de ouro, o momento fundamental do entendimento de Marx a respeito do mundo. Assim, uma das perguntas que temos de fazer é: de que maneira esse item está relacionado com o conjunto da argumentação de Marx?

O conceito de fetichismo já foi assinalado em sua discussão acerca do modo como características importantes do sistema político-econômico são “escondidas” ou confundidas por meio das “antinomias” e “contradições” entre, por exemplo, as particularidades da mercadoria-dinheiro, por um lado, e a universalidade dos valores fantasmagóricos, por outro. Tensões, oposições e contradições apresentadas anteriormente no texto retornam agora para um exame detalhado no título “O caráter fetichista da mercadoria e seu segredo” (146). No restante d'*O capital*, como veremos, o conceito de fetichismo aparece várias vezes (em geral, mais implícita do que explicitamente) como uma ferramenta essencial para desvendar os mistérios da economia política capitalista. Por essa razão, considero o conceito de fetichismo fundamental tanto para a economia política como para o argumento de Marx em seu conjunto. De fato, ele se une indissolavelmente a ambos.

A análise é feita em dois passos. Primeiro, ele identifica como o fetichismo surge e opera como um aspecto fundamental e inevitável da vida político-econômica sob o

¹ David Harvey, *Spaces of Global Capitalism: Towards a Theory of Uneven Geographical Development* [Espaços do capitalismo global: para uma teoria do desenvolvimento geográfico desigual] (Londres: Verso, 2006).

capitalismo. Em seguida, analisa como esse fetichismo é enganosamente representado no pensamento burguês, em geral, e na economia política clássica, em particular.

A mercadoria, diz ele para começar, é “plena de sutilezas metafísicas e melindres teológicos”: “O caráter misterioso da forma-mercadoria consiste [...] simplesmente no fato de que ela reflete aos homens os caracteres sociais de seu próprio trabalho como caracteres objetivos dos próprios produtos do trabalho, como propriedades sociais que são naturais a essas coisas” (146-7). O problema é que “a forma-mercadoria e a relação de valor dos produtos do trabalho em que ela se representa não tem, ao contrário, absolutamente nada a ver com sua natureza física e com as relações materiais que dela resultam”. Nossa experiência sensível da mercadoria como valor de uso não tem nada a ver com seu valor. As mercadorias são, portanto, “coisas sensíveis-suprassensíveis ou sociais”. O resultado é que uma “relação social determinada entre os próprios homens [...] assume, para eles, a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas”. E é essa condição que define o “fetichismo, que se cola aos produtos do trabalho tão logo são produzidos como mercadorias e que, por isso, é inseparável da produção de mercadorias” (147-8).

Isso acontece, diz ele, porque “os produtores só travam contato social mediante a troca de seus produtos do trabalho”, de modo que “os caracteres especificamente sociais de seus trabalhos privados aparecem apenas no âmbito” da troca mercantil. Em outras palavras, eles não sabem nem podem saber qual é o valor de sua mercadoria antes de levá-la ao mercado e efetivar sua troca. “A estes últimos [os produtores], as relações sociais entre seus trabalhos privados aparecem como aquilo que elas são.” Note especialmente este trecho: *aparecem como aquilo que elas são*. “isto é, não como relações diretamente sociais entre pessoas em seus próprios trabalhos, mas como relações reificadas entre pessoas e relações sociais entre coisas” (148).

O que está em questão aqui? Digamos que você vá ao supermercado para comprar alface. Para comprá-la, tem de desembolsar certa quantia de dinheiro. A relação material entre o dinheiro e a alface expressa uma relação social, porque o preço – o “quanto” – é socialmente determinado, é uma representação monetária do valor. O que está por trás dessa troca mercantil de coisas é uma relação entre você, o consumidor, e os produtores diretos, aqueles que trabalharam para produzir a alface. Para comprar a alface, você não precisa conhecer o trabalho daqueles que incorporaram valor a ela; contudo, em sistemas altamente complexos de troca, é *impossível* conhecer a atividade dos trabalhadores, e é isso que torna o fetichismo inevitável no mercado mundial. O resultado é que nossa relação social com as atividades laborais dos outros é dissimulada em relações entre coisas. No supermercado, por exemplo, você não tem como saber se a alface foi produzida por trabalhadores satisfeitos, miseráveis, escravos, assalariados ou autônomos. A alface é muda, por assim dizer, no que diz respeito a como foi produzida e a quem a produziu.

Por que isso é importante? Quando eu lecionava cursos introdutórios de geografia na Universidade Johns Hopkins, sempre começava perguntando aos alunos de onde tinha vindo seu café da manhã. Eles geralmente diziam algo como: "Comprei na padaria". Mas quando eu pedia que pensassem mais além, eles acabavam vislumbrando um extenso mundo de trabalho, em ambientes geográficos e sob condições sociais radicalmente diferentes, dos quais não sabiam nada, nem podiam saber, quando olhavam os ingredientes de seu café da manhã ou iam à padaria. O pão, o açúcar, o café, o leite, as xícaras, as facas, os garfos, as torradeiras e os pratos de plástico – para não falar da maquinaria e dos equipamentos necessários para produzir todas essas coisas – conectavam-nos a milhões de trabalhadores ao redor do mundo. Uma das tarefas do ensino da geografia é despertar nossa consciência para a variedade de condições socioambientais, interligações espaciais e práticas laborais envolvidas em cada aspecto da vida cotidiana, mesmo no ato diário de preparar um simples café da manhã.

Muitas vezes, os alunos tinham a impressão de que meu objetivo era fazê-los se sentir culpados por não prestar atenção aos pobres cortadores de cana da República Dominicana, que não recebiam quase nada por seu trabalho. Quando chegavam a esse ponto, costumavam dizer: "Professor, eu não tomei café da manhã hoje!". E eu costumava responder que eles talvez gostassem de passar uma semana sem almoço, lanche e jantar, apenas para sentir na pele a verdade da regra marxiana básica de que temos de comer para viver.

Questões desse tipo levam a aspectos morais. Há aqueles que, por várias razões, propõem todo tipo de código moral nas relações interpessoais, mas não sabem se e como devem estender esse código moral ao campo da troca de mercadorias no mercado mundial. Não há nenhum problema em querer manter "boas" relações com o próximo ou ser prestativo com o vizinho, mas qual é o valor disso se não nos preocupamos nem um pouco com todos aqueles que não conhecemos e jamais conheceremos, embora tenham um papel vital para nós, fornecendo nosso pão diário? Essas questões são levantadas, por exemplo, pelo movimento a favor do "comércio justo", que tenta definir um padrão moral para o mundo da troca de mercadorias, e pelo movimento contra a pobreza, que procura angariar doações para as mais distantes localidades. Mas nem mesmo esses movimentos conseguem desafiar as relações sociais que produzem e sustentam as condições da desigualdade global: a riqueza dos filantropos e a pobreza de todos os outros.

O que interessa a Marx, porém, não são as implicações morais. Seu interesse é mostrar como o sistema de mercado e a forma-dinheiro disfarçam as relações reais por meio da troca de coisas. Ele não está dizendo que esse disfarce, que ele chama de "fetichismo" (148) (e note que o uso que Marx faz desse termo é técnico e absolutamente distinto de outros usos comuns), é mera ilusão, uma construção artificial que pode ser desmontada quando bem entendermos. Não, de fato, o que você