

# A mercadoria

Seção 4 do Capítulo 1

O caráter fetichista da mercadoria e o seu segredo.

1ª Parte.

# Ordinária ou extraordinária?

*“À primeira vista, a mercadoria parece uma coisa trivial, evidente.”*

Ou seja, figura como uma mera forma natural, um mero valor de uso.

*“Analisando-a, vê-se que ela é uma coisa complicada, cheia de subtilezas metafísicas e manhas teológicas.”*

# O não-natural naturalizado

Para Marx, note-se, a mercadoria é metafísica e o capitalismo **está fundado** numa metafísica.

Ele não recusa, adotando um materialismo crasso, que um objeto social possa ser suprassensível.

Donde vem esse caráter metafísico? **Vem do não-natural (ou seja, do social) naturalizado.**

# O valor de uso é ordinário

*“Como valor de uso, não há nada de misterioso nela. [...] a mesa continua sendo madeira, uma coisa ordinária e sensível.”*

Como valor de uso, portanto, a mesa não encerra qualquer mistério.

# A mercadoria, porém, é extraordinária

[...] “como *mercadoria*, ela se transforma numa coisa *sensível suprassensível*.”

Note-se que, num outro contexto, uma pedra mágica também pode ser dita uma coisa sensível suprassensível.

# Donde não provém?

Logo, “o caráter místico da mercadoria não provém, portanto, de seu valor de uso”.

Não provém, também, do fato de ser ela produto do trabalho.

Pois, o trabalho “é essencialmente *dispêndio de cérebro, nervos, músculos, sentidos etc. humanos*”

# Donde não provém?

Ademais, para produzir gasta-se sempre tempo de trabalho.

*“Sob todas as condições, o tempo de trabalho, que custa a produção dos meios de subsistência, **havia de interessar ao homem**, embora não igualmente nos diferentes estágios de desenvolvimento.”*

# Donde provém, então?

“De onde provém, então, o caráter enigmático do produto do trabalho?”

Resposta de Marx: *“Evidentemente, dessa forma mesmo.”*

Ou seja, ele provém da **própria forma** mercadoria.  
Ou seja, o enigma da mercadoria vem do fato de que o produto do trabalho **assume a forma mercadoria**.

# Na economia mercantil dá-se uma confusão entre matéria e forma

Dito de outro modo, na economia mercantil [...] *“as relações entre os produtores... assumem a forma de uma relação social entre os produtos do trabalho.”*

O fetiche da mercadoria está, pois, resumido, na expressão “**relação social entre coisas**”.

# Naturalização do social

*“O misterioso da forma mercadoria consiste, portanto, simplesmente no fato de que ela reflete aos homens as características sociais do seu próprio trabalho como características objetivas dos próprios produtos de trabalho, **como propriedades naturais sociais dessas coisas** e, por isso, também reflete a relação social existente **fora deles, entre objetos**. Por meio desse quiproquó os produtos do trabalho se tornam mercadorias, coisas sensíveis suprassensíveis, metafísicas e sociais.”*

# O que é mesmo valor?

Veja-se, primeiro, que a sociabilidade mercantil é a fonte do fetiche. Ela confere o caráter de fetiche à mercadoria.

*“(...) a relação de valor dos produtos de trabalho (...) não é mais nada que determinada relação social entre os próprios homens que para eles assume a forma fantasmagórica de uma relação social entre coisas.”*

# Do uso do termo fetiche

No caso do **fetiche original**, ele ocorre porque “*os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas, que mantêm relações entre si e com os homens.*”

No caso do **fetiche mercantil**, ele ocorre porque os produtos do trabalho (da ação e não do cérebro) assumem a forma mercadoria, uma forma que parece, também, dotada de vida própria.

# Fetichismo e ciência positiva

Os homens na vida cotidiana, como participantes da economia mercantil, não podem deixar de viver, portanto, num mundo dominado pelo fetichismo da mercadoria e do dinheiro.

Mas, e os homens de ciência que abominam cair em mitos, cortejar o sobrenatural e as explicações metafísicas? **Eles escapam do fetichismo da mercadoria?**

# A ciência positiva é fetichista

Ao se aferrarem à cientificidade positiva, eles desprezam o suprassensível, pois o julgam **meros produtos da imaginação.**

**É justamente assim que caem no fetiche.** Eles tomam a relação social mercantil como mera relação de coisas. Aceitam a aparência natural acriticamente ao tomarem a realidade social como mera realidade natural.

# O exemplo Walras

Eis aqui donde ele parte: “O fato do valor de troca tem [...] o caráter de um **fato natural**, natural em sua origem, natural em sua manifestação e sua maneira de ser.”

**Para ver onde chega:** os bens econômicos têm valor, o ouro é dinheiro, a máquina é capital, etc. Assim, ele cai no fetiche porque atribui a essas formas naturais, acriticamente, propriedades sociais que elas adquiriram por mediarem relações sociais.

# Personificação das coisas

Ao naturalizarem o social, os neoclássicos em geral tombam também no retorno do que foi reprimido.

Não se diz em Economia, normalmente, que o mercado faz isto ou aquilo, que a máquina cria valor etc.? Ora, **as coisas não se apresentam assim personificadas?**

# Duas possibilidades

No capitalismo, o ser social é um quiproquó, ou seja, algo social-natural.

Viu-se que a naturalização do social resulta no fetichismo.

Mas se pode ver também que a socialização do social-natural resulta no convencionalismo.

# As duas quedas do saber vulgar

O social-natural é uma contradição realmente existente na realidade do capitalismo.

Por uma via, **suprime-se o social** para evitar a contradição e se cai no fetiche.

Por outra via, **suprime-se o natural** para evitar a contradição e se cai no convencionalismo.

# Desnaturalização do social

Os pensadores sociais, recusando o positivismo, podem dizer, de modo contrário, que os homens em sociedade criam os bens econômicos, instituem o dinheiro, põe a máquina como capital.

Agora, eles partem do polo oposto ao de Walras: tratam o valor de troca **só como** um fato social (ou como um fato humanitário). Tratam, por exemplo, o mercado como uma ordem moral (Hayek).

# Erro simétrico

Mas, assim, ao invés cair no fetichismo, eles caem num erro simétrico, ou seja, **caem no convencionalismo**. Este pensa o social como produto de mera convenção, não como coisa.

Assim, abstraem a mediação natural inerente a esse modo de estabelecer relação social. Tomam a relação mercantil como relação humana direta, quando ela é travada indiretamente, por meio das coisas.

# Coisificação do homem

Mas acabam considerando que essa ordem instituída como uma ordem que tem funcionamentos próprios (sistêmicos) e que, por isso, exige do homem individual que ele venha a ela se adaptar.

Nesse caso, não acabam tomando as pessoas como meras funções do sistema? E não vem a ser uma contradição tratar o homem como função, como coisa do sistema? Como ser coisificado?

# O custo da lógica formal

Mas por que isto acontece? Por que os cientistas sociais comuns caem em contradição?

Verdadeiramente, os homens de ciência caem em contradição em ambos os casos porque se esforçam para serem **analíticos rigorosos**, porque querem evitar a contradição assim como o santo busca evitar o diabo.

# O reprimido volta...

Em consequência, tem-se duas possibilidades:

Se a ciência naturaliza, personifica as coisas. E, assim, **o social reprimido** mostra a sua cara.

Se a ciência convencionaliza, coisifica as pessoas. E assim, **o natural reprimido** – que dá suporte ao social no capitalismo – mostra a sua cara.

# A contribuição de Marx

Para dizer adequadamente essa realidade inerentemente ambígua e ambivalente, segundo Marx, é preciso falar em “relações sociais entre coisas”. É preciso dizer a contradição.

Todo o cerne da contribuição de Marx encontra-se, pois, sintetizada na seguinte expressão: "a mercadoria é valor de uso e [...] valor, uma coisa sensível suprassensível, uma unidade de contrários"