

Recebido em: 12/01/2021

Aprovado em: 13/05/2021

Publicado em: 14/09/2021

O FETICHISMO DA FORMA EQUIVALENTE E DA FORMA DINHEIRO NO CAPÍTULO PRIMEIRO DE “O CAPITAL” DE KARL MARX

THE FETISHISM OF THE EQUIVALENT AND MONEY FORM IN THE FIRST CHAPTER OF “THE CAPITAL” BY KARL MARX

Lorraine Marie Farias de Araújo¹

(lorrainemfa@gmail.com)

Artur Bispo dos Santos Neto²

(arturbisponeto@gmail.com)

Resumo: Neste texto procurar-se-á elucidar o fundamento e a manifestação do fetichismo da mercadoria conforme o capítulo primeiro de *O capital* de Karl Marx. O processo de constituição da relação entre a forma relativa do valor e a forma de equivalente culmina na cidadania universal da forma-dinheiro. A forma equivalente passa por um movimento sucessivo de metamorfoses que culmina no fetichismo do dinheiro. O fetichismo do dinheiro é precedido pelo fetichismo da forma equivalente, que muda de pele e se torna o equivalente universal de todas as mercadorias. O hieróglifo social que tem como cerne a mercadoria é desvelado a partir da análise do seu movimento interno em meio à relação social baseada no sistema do capital. Para operar a investigação crítica da anatomia do fetichismo da mercadoria e do dinheiro, recorrer-se-á aos empréstimos da investigação apresentada por Jadir Antunes no artigo “Marx e o fetiche da mercadoria dinheiro”.

Palavras-chave: Mercadoria. Dinheiro. Fetichismo. Capital.

Abstract: Throughout this text we will try to elucidate the basis and the manifestation of the fetishism of the commodity as it appears in the first chapter of Capital. The process of constituting the relationship between the relative form of value and the equivalent form culminates in the universal citizenship of the money form. The equivalent form goes through a successive movement of metamorphoses that culminates in the fetishism of money. The fetishism of money is preceded by fetishism in the equivalent form that sheds its skin and becomes the universal equivalent of all commodities. Thus, the social hieroglyph whose core is the commodity is unveiled from the analysis of its internal movement in the midst of the social relationship based on the system of capital. To operate the critical investigation of the anatomy of the fetishism of merchandise and money, the research loans presented by Jadir Antunes in his article, “Marx and the fetish of the money merchandise”, will be used.

Keywords: Merchandise. Money. Fetishism. Capital.

¹ Mestranda em Serviço Social pelo Programa de Pós-Graduação em Serviço Social da Universidade Federal de Alagoas – UFAL. Graduada em Serviço Social pela Universidade Federal de Alagoas – UFAL.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0517874820409184>.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5315-5979>.

² Professor Doutor do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes e do Programa de Pós-Graduação em Serviço Social da Universidade Federal de Alagoas – UFAL.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3979204224090102>.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4669-096X>.

1 INTRODUÇÃO

O propósito central de Marx no primeiro capítulo de *O Capital* é operar o que a economia burguesa jamais poderia fazer: provar como a forma-dinheiro constitui a forma mais ofuscante de manifestação da riqueza e do estado de alienação e estranhamento da sociedade regida pelo sistema do capital³. O movimento na direção da superação do enigma do dinheiro passa pela investigação e exposição da anatomia da mercadoria mediante o acompanhamento do desenvolvimento da expressão do valor desde sua manifestação mais simples até sua forma mais elevada, revelada no equivalente universal e na mercadoria-dinheiro.

No entendimento de Marx, para alcançar este feito notável, é primordial apreender a língua da mercadoria na perspectiva de decifrar sua condição de hieróglifo social. A tentativa de revelar a natureza da mercadoria pressupõe um tipo de linguagem capaz de capturar sua especificidade e essencialidade. Assim, torna-se imperativa a constituição de uma gramática capaz de apreender o léxico das abstrações objetivas e subjetivas que fundamenta o movimento imanente da mercadoria, do dinheiro e do capital.

Na perseguição desse itinerário, Marx opera uma forma de investigação e exposição que supera a Economia Política ou ciência econômica da burguesia, mostrando a relação existente entre economia e filosofia, economia e estética⁴, economia e história. Seu estilo refinado e avesso ao hermetismo rompe com o cânone acadêmico predominante mediante a recorrência às metáforas, ironias, sátiras e comparações expressas na literatura, visando à exposição da natureza da mercadoria, do dinheiro e do capital.

³ A revelação do fundamento do fetichismo mercadoria desvela o fetichismo do dinheiro. Para elucidar o fundamento do dinheiro, é preciso “seguir as pegadas do valor que se esconde”. A forma dinheiro representa um contraste “às variadas formas naturais que apresentam seus valores de uso” (MARX, 2013, p. 105). Segundo Marx, a elucidação da natureza fantasmagórica do dinheiro importa numa tarefa importante que jamais foi operada pela Economia Política. Escreve Marx (2013, p. 105): “Cabe, aqui, realizar o que jamais foi tentado pela economia burguesa, a saber, provar a gênese dessa forma-dinheiro, portanto, seguir de perto o desenvolvimento da expressão do valor contida na relação de valor das mercadorias, desde sua forma mais simples e opaca até a ofuscante forma-dinheiro. Com isso, desaparece, ao mesmo tempo, o enigma do dinheiro”.

⁴ Em *O Capital* é possível observar tanto a importância conferida à pesquisa científica quanto a preocupação estética que recupera a grande formação literária de Marx. Não se pode esquecer que Marx aos 19 anos escreveu *Escorpião e Félix* (1837) e com vinte anos, *Oulanem* (1839) – anagrama da forma hebraica do nome Emanuel, nome bíblico de Cristo que significa Deus-conosco. “Mas, nesse poema-tragédia, ambientado numa aldeia na Itália, nenhum deus está conosco e, conforme os versos de Mefistófeles no Fausto: ‘Tudo aquilo que existe merece ser destruído’. O jovem filósofo estava sob a influência dominante de Goethe e, sob essa luz, delineava sua visão da história e sua ideia de que o mundo precisava ser completamente revolucionado” (BERRIEL, 2018, p. 249). A primeira obra se inscreve como uma espécie de “humor forçado”; na segunda, encontram-se referências a Shakespeare, Goethe e Hoffmann. Na peça de teatro e no breve romance satírico, inacabados, ridiculariza e condena as convenções burguesas, o moralismo filisteu, a aristocracia e o pedantismo intelectual. A ironia se consubstancia na forma satírica e crítica do texto político e paródico *Os grandes homens do exílio* (1852), escrito com Engels, Ernst Dronke e Jenny Von Westphalen. O ridículo parecia adequado para a representação da vida burguesa. Além disso, Marx traduziu na juventude, *Germania* de Tácito, *Tristia* de Ovídio e a *Retórica* de Aristóteles.

A preocupação com a exposição levou Marx a realizar um esforço monumental no sentido de apresentar à classe trabalhadora um texto capaz de manifestar o movimento interno e externo da matéria denominada capital. A revelação de seu segredo passa pela decifração do hieróglifo da mercadoria como produto social, da natureza duplicada da mercadoria e do trabalho que lhe dá sustentação. Para operar esse movimento, Marx reconhece que é preciso descobrir a linguagem exclusiva das mercadorias na perspectiva de apontar como o valor foi gerado pelo trabalho em sua abstrata propriedade de trabalho humano. Isso se manifesta de forma estética nos seguintes termos: “a sublime objetividade de valor é distinta de seu corpo entretelado; ele diz que o valor se parece com um casaco e que, portanto, ele mesmo, como coisa de valor, iguala-se ao casaco, como um ovo ao outro”. E ainda, ironicamente, quando afirma: “Diga-se de passagem que a linguagem das mercadorias, além do hebraico, possui também muitos outros idiomas mais ou menos corretos”. E conclui com as palavras de Henrique IV: “*Paris vaut bien une messe (Paris vale uma missa)*” (MARX, 1985, p. 57).

A relação da mercadoria consigo mesma e com a outra aparenta uma relação entre pessoas, e a relação entre as pessoas acaba se constituindo como uma relação entre coisas. Essa inversão social ganha corolários estéticos quando um casaco expressa mais valor na relação de valor com o linho que fora dela, assim como algumas pessoas significam mais dentro de um casaco com galões que fora dele (MARX, 1985, p. 56). Apesar de sua aparição abotoada, o linho reconhece nele a bela alma de valor de origem comum, ou seja, as coisas passam a agir como se fossem seres humanos. Desse modo, as coisas se movimentam aparentemente como seres humanos.

A relação social entre as mercadorias, entretanto, é completamente mistificada, como no universo religioso: “Assim, o linho recebe uma forma de valor diferente de sua forma natural. Sua existência de valor aparece em sua igualdade com o casaco, assim como a natureza de carneiro do cristão em sua igualdade com o cordeiro de Deus” (MARX, 1985, p. 56-57). Por fim, a mercadoria possui uma pele como se fosse um ser social ou natural; a mercadoria tem uma aparência mistificada que Marx denomina de fetichismo.

No decorrer deste texto procurar-se-á elucidar o fundamento e a manifestação do fetichismo da mercadoria conforme aparece no capítulo primeiro de *O Capital*. O processo de constituição da relação entre a forma relativa do valor e a forma de equivalente culmina na cidadania universal da forma-dinheiro. A forma equivalente passa por um movimento sucessivo de metamorfoses que resulta no fetichismo do dinheiro. O fetichismo do dinheiro é precedido pelo fetichismo da forma equivalente, que muda de pele e torna-se equivalente universal de todas as mercadorias.

2 O FETICHISMO DA FORMA EQUIVALENTE DO VALOR

No capítulo primeiro de *O Capital*, observa-se um processo de elucidação do movimento interno da matéria denominada mercadoria; este processo de elucidação não vem de fora, mas da análise do movimento supracitado. A manifestação do segredo da mercadoria se inscreve como espaço fundamental não somente na elucidação de seu caráter metafísico e de suas manhas teológicas, mas representa o desvelar da função do dinheiro na arquitetura do sistema do capital. A análise marxiana do fetichismo da mercadoria em *O capital* permite compreender o núcleo essencial da alienação da produção capitalista em sua totalidade – tanto o capital mercantil como suas formas mais desenvolvidas. A atividade mercantil se constitui como uma espécie particular de atividade supersticiosa e fetichista, pois oblitera o elemento ontológico fundamental que sustenta a relação.

A mercadoria é ponto de partida de investigação da anatomia e da necessidade de superação do sistema do capital pelo fato de ser a forma mais abstrata, assim, Marx começa sua obra *O Capital* pela análise da mercadoria, entendendo-a como expressão mais carente de determinações. A mercadoria se configura como categoria mais abstrata enquanto desdobramento categorial da universalidade concreta que configura o sistema do capital, enquanto complexo de complexos. A análise do movimento simples da circulação de mercadorias, que marca a produção mercantil, encontra sua clara configuração na produção industrial.

A análise começa pela mercadoria, porque tanto ontológica quanto historicamente a mercadoria e a circulação mercantil, revelam que a construção do valor é uma atividade que precede a existência do modo de produção assentado nas relações genuinamente capitalistas. No entanto, é somente no modo de produção capitalista que a lei do valor floresce em sua plenitude. Na circulação simples de mercadorias, observa-se o processo que engendra o valor que é o cerne da produção capitalista, mas ela ainda padece de limites e entraves que serão superados no processo de passagem do capital mercantil ao capital industrial.

O valor engendrado pela produção capitalista encontra sua máxima expressão no dinheiro, e o desejo incessante de acumular dinheiro engendra o capital em si (substância) e o capital para si (sujeito). Tanto uma forma de composição quanto a outra pressupõem o trabalho abstrato como fundamento da forma mercadoria. O desenvolvimento da circulação simples de mercadorias serve de fundamentação para a circulação do dinheiro como capital (GONTIJO, 2015); no entanto, tanto um quanto o outro, procuram mascarar seus efetivos fundamentos. É preciso esclarecer como a mercadoria dinheiro se constitui como a forma

universal de configuração da mercadoria. É necessário explicar o fundamento do fetichismo da mercadoria que se reproduz no fetichismo do dinheiro, no fetichismo do capital, no fetichismo da tecnologia, etc.

Ao contrário da personagem da obra *Henrique IV* (Parte Primeira, Ato III, Cena III) de Shakespeare, *Mistress Quickly*⁵, não é fácil apanhar a objetividade do valor das mercadorias. A objetividade do valor das mercadorias se diferencia da personagem da taberna, pois ao contrário da objetividade sensível contida nos corpos das mercadorias, na objetividade do 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*]” (MARX, 2013, p. 105). Marx não desconsidera a objetividade do valor presente nas mercadorias, pelo contrário, assevera que ela resulta da unidade social do trabalho humano. A objetividade social se manifesta na relação social estabelecida entre as mercadorias.

Para desvelar a natureza do valor, Marx (2013, p. 105) começa pela relação mais simples de uma mercadoria com outra mercadoria: “a relação de valor entre duas mercadorias fornece, assim, a mais simples expressão de valor para uma mercadoria”. Ele aponta o segredo da forma valor mediante a análise da relação simples estabelecida entre as mercadorias. A elucidação é complexa porque, de um lado, as mercadorias A e B são diferentes e desempenham papéis distintos; do outro, essas mercadorias possuem aspectos em comum. Há uma relação de identidade e diferença, de unidade e multiplicidade.

A diferenciação consiste no fato de que as mercadorias desempenham papéis distintos na relação: uma desempenha papel ativo e a outra, papel passivo; uma representa o valor relativo e a outra, o papel de equivalente na relação. No entanto, as duas formas do valor somente existem na relação e se constituem como momentos inseparáveis, ao tempo que cada uma representa a exclusão mútua. Desse modo, ocorre uma relação dialética de conexão e não conexão, de reciprocidade e não reciprocidade.

A forma do valor relativa e a forma equivalente “são momentos inseparáveis, inter-relacionados e que se determinam reciprocamente, mas, ao mesmo tempo, constituem extremos mutuamente excludentes, isto é, polos da mesma expressão de valor; elas se repartem sempre entre mercadorias diferentes, relacionadas entre si pela expressão de valor” (MARX, 2013, p.

⁵ Nota “f” do Tradutor da Boitempo (2013, p. 602): “*Mistress Quickly* (em alemão, Wittib Hurtig), personagem de diversas peças de Shakespeare, é uma taberneira que nega ser prostituta. Nessa passagem, Marx refere-se ao seguinte diálogo de *Henrique IV*: ‘Falstaff: Por quê? Por não ser nem carne nem peixe; a gente não sabe por onde pegá-la. Estalajadeira: És injusto falando por esse modo; como todo mundo, sabes muito bem por onde pegar-me. Velhaco!’.” Em *Peças históricas* (trad. Carlos Alberto Nunes, Rio de Janeiro, Agir, 2008), parte 1, ato 3, cena 3. (N. T.).

106). A exclusão decorre do fato de que não é possível expressar o valor do linho em linho, o valor do casaco em casaco, já que presumem a existência de uma mercadoria distinta.

A relação social entre distintas mercadorias é fundamental para expressar o valor, pois uma mesma mercadoria não pode aparecer como forma relativa do valor e forma equivalente ou permutável do valor. As referidas formas excluem-se mutuamente. Uma somente pode assumir a forma do valor relativa se excluir de si mesma a forma do valor equivalente; o valor relativo se configura como valor para outra mercadoria e nunca para si mesmo. No instante da relação simples entre mercadorias, o valor relativo e o valor equivalente dependem da posição que cada um ocupava na relação. Desse modo, o linho poderia tanto ser a forma relativa do valor quanto sua forma equivalente; o mesmo se poderia dizer do casaco.

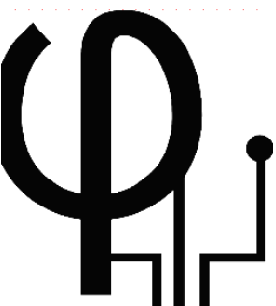
Escreve Marx:

Se uma mercadoria se encontra na forma de valor relativa ou na forma contrária, a forma de equivalente, é algo que depende exclusivamente de sua posição eventual na expressão do valor, isto é, se num dado momento ela é a mercadoria cujo valor é expresso ou a mercadoria na qual o valor é expresso. (MARX, 2013, p. 106)

Na relação de valor de uma mercadoria com a outra desaparece o aspecto natural da mercadoria; o trabalho concreto nela existente comparece somente em seu caráter gelatinoso. O que assegura a relação social entre as mercadorias é o aspecto quantitativo. O fundamento da relação emana do fato de o trabalho numa mercadoria ser equiparado ao trabalho contido em outra mercadoria. Anota Marx (2013, p. 107). “Para expressar o valor do linho como geleia de trabalho humano, ela tem de ser expressa como uma ‘objetividade’ materialmente [*dinglich*] distinta do próprio linho e simultaneamente comum ao linho e a outras mercadorias”.

A relação de equivalência estabelecida entre distintos tipos de mercadorias “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” (MARX, 2013, p. 107). Ressalta-se que a forma de “trabalho humano cria valor, mas não é, ela própria, valor. Ela se torna valor em estado cristalizado, em forma objetiva”. Linho e casaco podem ser permutáveis porque se configuram como uma espécie de geleia de trabalho humano, dotada de uma materialidade “distinta do próprio linho e simultaneamente comum ao linho e a outras mercadorias” (MARX, 2013, p. 107).

Marx (2013, p. 108) assinala que a “forma de equivalente de uma mercadoria é a forma de sua permutabilidade direta com outra mercadoria”. Na forma equivalente acontece a transformação do valor de uso em seu contrário, ou seja, opera-se uma inversão



na relação e a forma natural da mercadoria passa a ser o valor e não mais o valor de uso. O valor de uso é completamente subordinado ao valor de troca. A forma equivalente acaba se constituindo como centro da relação devido ao fato de que nenhuma mercadoria pode ser equivalente de si mesma. Isso implica que nenhuma mercadoria “pode transformar sua própria pele natural em expressão de seu próprio valor, ela tem de se reportar a outra mercadoria como equivalente ou fazer da pele natural de outra mercadoria a sua própria forma de valor” (MARX, 2013, p. 108).

Na constituição do valor se abstrai a manifestação natural da mercadoria ou seu valor de uso, o que pode ser ilustrado na relação entre um pão de açúcar e o peso. Apesar de não poder ser observado pela visão, o pão tem no peso uma qualidade sensível. Assim, é possível estabelecer uma analogia entre o pão de açúcar e o ferro, em que este serve para medir o peso do pão ou a sua posição quantitativa. Desse modo, determinada quantidade de ferro serve para medir o peso do açúcar, pois nos pratos da balança, o pão de açúcar e o ferro são portadores de uma mesma natureza.

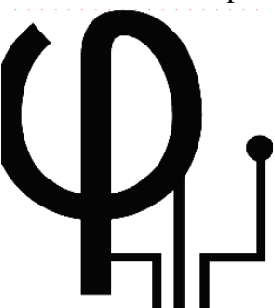
Conforme Marx:

Como medida de peso, o ferro representa, quando confrontado com o pão de açúcar, apenas peso, do mesmo modo como, em nossa expressão de valor, o corpo do casaco representa, quando confrontado com o linho, apenas valor. (MARX, 2013, p. 111)

No entanto, a analogia se encerra porque o peso em ferro se expressa como propriedade sensível ou natural, enquanto o valor se manifesta como uma entidade sobrenatural ou suprassensível (MARX, 2013, p. 111). A forma relativa do valor da mercadoria linho, por exemplo, expressa “sua qualidade de ter valor como algo totalmente diferente de seu corpo e de suas propriedades, como algo igual a um casaco; essa mesma expressão esconde em si uma relação social” (MARX, 2013, p. 112).

A forma equivalente procura obliterar o fundamento da relação e a própria relação social, para emergir como se fosse uma propriedade natural. A relação de equivalência e permutabilidade procura se impor como “algo tão natural quanto sua propriedade de ser pesado ou de reter calor” (MARX, 2013, p. 112). Desse modo, o fetichismo da mercadoria emerge do caráter enigmático da forma de equivalente, “a qual só salta aos olhos míopes do economista político quando lhe aparece já pronta, no dinheiro” (MARX, 2013, p. 112).

Os representantes da Economia Política buscam, conforme Marx,



[...] escamotear o caráter místico do ouro e da prata, substituindo-os por mercadorias menos ofuscantes, e, com prazer sempre renovado, põem-se a salmodiar o catálogo inteiro da população de mercadorias que, em épocas passadas, desempenharam o papel de equivalente de mercadorias. (MARX, 2013, p. 112)

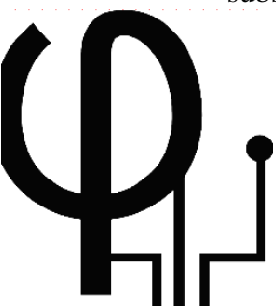
Marx assevera que os referidos representantes “*nem sequer suspeitam que uma expressão de valor tão simples como 20 braças de linho = 1 casaco já forneça a solução do enigma da forma de equivalente*” (MARX, 2013, p. 112, grifo nosso). O enigma da forma equivalente se expressa na relação simples entre duas mercadorias:

O corpo da mercadoria que serve de equivalente vale sempre como incorporação de trabalho humano abstrato e é sempre o produto de um determinado trabalho útil, concreto. Esse trabalho concreto se torna, assim, expressão do trabalho humano abstrato. (MARX, 2013, p. 112)

A forma equivalente é o espelho de valor, é o espelho da quantidade de trabalho abstrato contida no valor relativo da mercadoria. Na referida forma, o trabalho concreto produz a forma palpável de efetivação do trabalho humano abstrato ao tempo que a forma equivalente representa a manifestação da oposição ao trabalho concreto. A forma equivalente representa a negação do valor de uso contida da mercadoria, pois revela a máxima manifestação do valor da mercadoria como trabalho abstrato. Por isso a forma equivalente é a “manifestação de seu contrário, trabalho humano abstrato” (MARX, 2013, p. 112). O segredo da expressão do valor está na “igualdade e equivalência de todos os trabalhos, porque e na medida em que são trabalho humano em geral” (MARX, 2013, p. 113).

A natureza indiferenciada da mercadoria que serve de equivalência emana da natureza do trabalho indiferenciado que produz o valor. Com isso, a mercadoria-equivalente ganha fórum de cidadania universal e conecta-se ao mundo das mercadorias. Não se trata somente da relação de uma mercadoria com outra mercadoria, mas de uma mercadoria com o universo ampliado das mercadorias. Desse modo, enquanto na primeira forma, a relação de permutabilidade era acidental, na segunda, a permutabilidade passa a ser condição necessária. “Torna-se evidente que não é a troca que regula a grandeza de valor da mercadoria, mas, inversamente, é a grandeza de valor da mercadoria que regula suas relações de troca” (MARX, 2013, p. 116). Diferentemente da forma relativa do valor, a forma equivalente passa a se constituir como uma substância material e natural, como se fizesse parte do corpo da própria mercadoria.

Marx explica por que a forma do valor total ou desdobrada é insuficiente:



Em primeiro lugar, a expressão de valor relativa da mercadoria é incompleta, pois sua série de representações jamais se conclui. A cadeia em que uma equiparação de valor se acrescenta a outra permanece sempre prolongável por meio de cada novo tipo de mercadoria que se apresenta, fornecendo, assim, o material para uma nova expressão de valor. (MARX, 2013, p. 116)

Em segundo lugar, “ela forma um colorido mosaico de expressões de valor, desconexas e variegadas”. E, finalmente, “se o valor relativo de cada mercadoria for devidamente expresso nessa forma desdobrada, a forma de valor relativa de cada mercadoria será uma série infinita de expressões de valor, diferente da forma de valor relativa de qualquer outra mercadoria”. Nas formas anteriores inexistia fórum privilegiado de uma determinada mercadoria, pois ambas têm capacidade de representar o valor e cada uma tem este poder privado sem a colaboração de outra mercadoria. Cada uma pode desempenhar o papel passivo de equivalente. A passagem do reino da passividade privada da mercadoria para a forma universal emerge como atividade coordenada e conjunta do mundo das mercadorias.

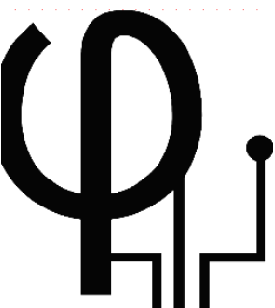
Escreve Marx:

Uma mercadoria só ganha expressão universal de valor porque, ao mesmo tempo, todas as outras expressam seu valor no mesmo equivalente, e cada novo tipo de mercadoria que surge tem de fazer o mesmo. Com isso, revela-se que a objetividade do valor das mercadorias, por ser a mera “existência social” dessas coisas, também só pode ser expressa por sua relação social universal [*allseitige*], e sua forma de valor, por isso, tem de ser uma forma socialmente válida. (MARX, 2013, p. 118)

O caminho da mercadoria ao dinheiro é percorrido quando os valores do mundo das mercadorias comparecem numa única mercadoria, separada de todas as outras, mas representando os valores de todas mediante sua relação de igualdade. Pela mediação de um equivalente universal, todas as mercadorias “aparecem agora não só como qualitativamente iguais, como valores em geral, mas também como grandezas de valor quantitativamente comparáveis” (MARX, 2013, p. 113).

Anota Marx:

A forma de valor relativa e universal do mundo das mercadorias imprime na mercadoria equivalente, que dele é excluída, no linho, o caráter de equivalente universal. Sua própria forma natural é a figura de valor comum a esse mundo, sendo o linho, por isso, diretamente permutável por todas as outras mercadorias. Sua forma corpórea é considerada a encarnação visível, a cristalização social e universal de todo trabalho humano. (MARX, 2013, p. 118)



Marx opera uma reconstituição do movimento da mercadoria em seu périplo da forma de valor relativa simples e da forma de equivalente individual para a forma de valor desdobrada e, finalmente, para a forma de equivalente universal. Uma mercadoria particular é eleita como forma de equivalente universal “porque todas as outras mercadorias fazem dela o material de sua forma de valor unitária, universal” (MARX, 2013, p. 119). No entanto, Marx não deixa de mencionar a oposição que se estabelece entre a forma de valor relativa e a forma de equivalente. Essa oposição representa o coroamento da relação entre a forma de valor relativa e a forma de valor equivalente universal.

Na passagem da forma simples do valor relativo à forma desdobrada, cada tipo de mercadoria “só possui, ela mesma, a forma de valor relativa desdobrada, porque e na medida em que todas as outras mercadorias se confrontam com ela na forma de equivalente”. Nesse contexto, não é mais possível inverter os polos da equação de valor sem alterar seu caráter global (MARX, 2013, p. 119). Na terceira forma ou na forma equivalente universal, “todas as mercadorias que a ela pertencem são, com uma única exceção, excluídas da forma de equivalente universal” (MARX, 2013, p. 120). Nesse caso, uma determinada mercadoria “encontra-se, portanto, na forma da permutabilidade direta por todas as outras mercadorias, ou na forma imediatamente social, porque e na medida em que todas as demais mercadorias não se encontram nessa forma” (MARX, 2013, p. 120).

A forma de equivalente universal pode expressar-se em qualquer mercadoria, mas não como equivalente de si mesma e na forma do valor relativo. Nesse contexto, um “tipo específico de mercadoria em cuja forma natural, a forma de equivalente, funde-se socialmente, torna-se mercadoria-dinheiro [*Geldware*] ou funciona como dinheiro” (MARX, 2013, p.120). O desenvolvimento das relações sociais possibilita a constituição de uma forma de equivalente universal amalgamada à mercadoria específica chamada ouro. A forma-dinheiro contrasta claramente com a forma comum das mercadorias que se expressa no valor de uso. Ao alcançar o *status* universal ou a condição proeminente de cidadã do mundo, a forma equivalente refrata-se através de uma série interminável de expressões e atitudes, o valor de uso.

A equivalência nega não somente o valor de uso, mas o trabalho concreto e, por fim, acaba se constituindo como elemento de obliteração: o próprio trabalho abstrato enquanto categoria nodal que lhe dá sustentação. O movimento processual do circuito do ouro na direção da universalidade se efetivou pela dominação inicial de círculos estreitos e, posteriormente, em círculos mais amplos, para, finalmente, alcançar a posição de equivalente universal. A mercadoria-dinheiro conquistou o monopólio dessa posição na expressão de valor do mundo das mercadorias (MARX, 2013, p. 121).

3 FETICHISMO DA MERCADORIA E MISTICISMO RELIGIOSO

O conceito de fetichismo da mercadoria é controverso porque existe a tendência de considerá-lo de maneira reducionista, como se estivesse exclusivamente relacionado ao consumismo que caracteriza a sociedade burguesa contemporânea (produção em massa para o consumo). Muito mais do que operar a crítica do processo de consumo que marca a sociedade capitalista, a análise marxiana tem como objetivo principal elucidar os fundamentos ontológicos que possibilitam que a mercadoria se constitua como uma espécie de fetiche. Como afirma Luiz Abraão: “O conceito marxista de ‘fetichismo’ não é uma crítica romântica à atitude dos que consomem sob o capitalismo, mas sim uma crítica materialista ao modo de produção capitalista” (2018, p. 1, grifo nosso).

O fetichismo da mercadoria não está relacionado diretamente ao consumo, mas sim ao processo de produção de mercadorias. O fetichismo é inerente ao processo de produção capitalista, pois não é possível a produção do capital sem que haja produção para venda. A crítica marxiana à categoria da mercadoria não é romântica ou utópica, mas uma crítica que emana da investigação do movimento interno e da conexão interna da matéria denominada mercadoria. Embora a consciência dos economistas burgueses colabore no aprofundamento e na tentativa de eternização do fetichismo da mercadoria, este provém do desenvolvimento das relações de produção capitalista e não simplesmente da natureza embotada e confusa da consciência interessada na preservação do *status quo*.

A crítica marxiana ao caráter fetichista da mercadoria (*Fetischcharakter der Ware*) não brota de fora da consciência para o objeto, mas da apreensão do movimento interno de configuração da mercadoria. Trata-se da investigação do movimento ontológico e histórico dessa forma específica de entidade social. A análise ontológica do movimento interno e externo da mercadoria aponta para a existência de um movimento duplicado e dialético, expresso no valor de uso e valor, trabalho concreto e trabalho abstrato, forma relativa e forma equivalente do valor, forma sensível e forma suprassensível.

A análise marxiana busca revelar o movimento duplicado da mercadoria nos seus distintos níveis: “dupla forma” [*Doppelform*], “dupla existência” [*Doppelexistenzen*] e “duplo ser” [*Doppeldasein*]. Ela pressupõe a forma sensível e natural [*Naturalform*] expressa no valor-de-uso e presume a forma suprassensível e social de ser valor-de-troca [*Wertform*] (ANTUNES, 2018). A análise marxiana visa apontar o segredo que a Economia Política não conseguiu revelar: como a mercadoria resulta numa relação social em que o valor emanado do

trabalho abstrato sustenta a troca, não sendo este o fundamento da relação, como argumentam os mercantilistas.

Marx apreende o que nenhum representante da Economia Política conseguiu captar: a natureza duplicada não somente da mercadoria, mas a essencialidade duplicada do trabalho que dá sustentação ao processo de produção de mercadoria e ao mundo das mercadorias [*Waarenwelt*]. Assevera Marx que subsistem duas formas distintas de manifestação do trabalho: 1) o trabalho concreto como necessidade eterna dos seres humanos; 2) o trabalho abstrato como elemento central da produção de mercadorias e da produção capitalista, que faz da produção capitalista uma produção alienada e que esconde toda a fundamentação da riqueza da sociedade.

O processo de elucidação do valor-de-uso e do valor permite compreender a natureza duplicada do verdadeiro ser social que sustenta todo o processo de constituição da mercadoria. O núcleo essencial que subsiste como espécie de hieróglifo no interior do movimento duplicado da mercadoria é a natureza duplicada do trabalho que sustenta a relação. O trabalho concreto é o fundamento ontológico do trabalho abstrato; no entanto, isso é negado reiteradamente pelo mundo suprassensível que perpassa o universo do valor e que sustenta a constituição da mercadoria.

Na exposição do processo de elucidação da natureza duplicada da mercadoria, Marx salienta que o valor-de-troca reverbera como uma coisa abstrata e suprassensível, enquanto o valor-de-uso (*Gebrauchswert*) representa a riqueza concreta, efetiva e corpórea da sociedade. O valor de troca (*Tauschwert*) emerge como uma espécie de entidade metafísica em que o valor parece brotar de si mesmo, onde aparenta ser uma substância suprassensível e autodeterminada. Marx descreve o fundamento do valor da mercadoria como algo que emana da relação social perpassada pelo trabalho abstrato.

É somente na relação com outra mercadoria, como na relação entre o linho e o casaco, que emerge o mundo das mercadorias. Enquanto o valor depende dessa relação social para poder existir, o valor-de-uso independe dela, pois subsiste em-si e para-si como necessidade eterna dos seres humanos. O valor-de-uso tem uma existência absoluta e não carece do valor para poder ganhar existência e vir ao mundo. No entanto, o valor não existe sem o valor-de-uso.

A relação de troca implica um processo de abstração das diferenças efetivas e corpóreas das coisas para que estas possam se relacionar entre si como coisas iguais. A identidade das coisas distintas entre si presume a obliteração da diferença concreta existente entre elas. Para serem trocadas, coisas essencialmente distintas precisam ser igualadas. Desse modo, uma mercadoria reconhece a sua bela alma (*schöne Wertseele erkannt*) em outra

mercadoria. Para operar o reconhecimento, é preciso estabelecer um movimento de abstração das qualidades concretas e sensíveis. As substâncias corpóreas são abstraídas e o que fica de cada coisa é o fato de elas expressarem uma determinada quantidade de tempo de trabalho.

O trabalho abstrato é o elemento decisivo que confere valor às mercadorias, por isso a mercadoria consiste na “forma alienada, cindida e metafísica”, enquanto o valor-de-uso representa “a forma ontológica da riqueza” (ANTUNES, 2018, p. 142) ou o conteúdo material da riqueza da sociedade. O valor não se apresenta na composição física da mercadoria como o valor-de-uso, mas parece uma coisa metafísica. Isso se deve ao fato de ele provir de uma relação social em que distintos trabalhos comparecem como uma espécie de coisa gelatinosa, dotada de uma substância difícil de ser apreendida e elucidada.

Escreve Marx (2013, p. 107): “Como valores, as mercadorias não são mais do que geleias de trabalho humano; por isso, nossa análise as reduz à abstração de valor, mas não lhes confere qualquer forma de valor distinta de suas formas naturais”. E acrescenta: “A força humana de trabalho em estado fluido, ou trabalho humano, cria valor, mas não é, ela própria, valor” (MARX, 2013, p. 107).

A investigação do movimento interno da mercadoria (valor-de-uso e valor) indica que o aspecto que permite que coisas essencialmente distintas sejam trocadas, ou seja, o elemento que possibilita que A seja considerado como igual a B, é o tempo de trabalho socialmente necessário para produzir cada uma das mercadorias. O valor de uma mercadoria é determinado pelo tempo de trabalho socialmente necessário. A mercadoria é a corporificação do valor. Este é determinado pelo tempo de trabalho socialmente necessário. Diferentemente do valor-de-uso de uma mercadoria, o valor não pode ser observado empiricamente no próprio corpo da mercadoria porque provém de uma relação social em que os distintos tipos de trabalho comparecem como idênticos.

O movimento fetichista ou metafísico da mercadoria inverte o papel ontológico do valor-de-uso e o transforma em apêndice do processo de produção do valor. Desse modo, o valor comparece fenomenicamente como o fundamento essencial da produção da riqueza da sociedade, e o valor-de-uso como forma acessória. De maneira mistificadora e fetichista, o ser acessório e contingente passa à condição de ser essencial e fundamental, e o ser essencial e fundamental passa à condição aparente de inessencial. O valor-de-uso deixa de ser o fundamento ontológico da relação e passa a existir em função do valor. As sutilezas e manhas teológicas da mercadoria fazem com que o valor-de-uso somente exista na forma da mercadoria, ou seja, “para ser valor-de-uso é necessário ser, contraditoriamente, não-valor-de-uso” (ANTUNES, 2018, p. 243).

Do ponto de vista do fetichismo da mercadoria, é preciso que o essencial se converta no inessencial, enquanto o inessencial deve passar à condição de essencial. O importante assume a forma de secundário e o secundário assume a forma de fundamental (ANTUNES, 2018). Desse modo, o trabalho concreto que produz valores-de-uso, com dispêndio de força humana de trabalho para a realização de uma finalidade (preceito teleológico), acaba subordinado aos imperativos do trabalho que serve de sustentação ao processo de produção de mercadorias. O trabalho humano igual ou abstrato, que se assenta fortuitamente no aspecto quantitativo, subordina o trabalho que se constitui como aspecto qualitativo e necessidade eterna dos seres humanos.

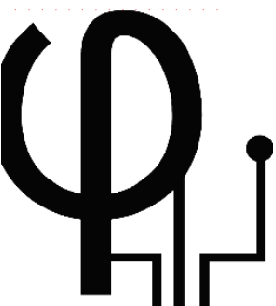
O fetichismo da mercadoria inverte a relação entre trabalho concreto e trabalho abstrato, entre valor-de-uso e valor. Ele tem a capacidade de apresentar tudo cindido e fora de lugar, invertendo os papéis das coisas produzidas pelos seres humanos. Assim, “a metafísica inverte os polos da relação, convertendo, misticamente, a mercadoria no ser absoluto, em si e para si, e o valor-de-uso no ser relativo e dependente, no ser que depende do ser mercadoria para ser útil e prestável ao ente humano” (ANTUNES, 2018, p. 143). A natureza abstrata do trabalho que sustenta o fetichismo da mercadoria converte tudo num hieróglifo social perpassado pela cisão, alienação e contradição.

Marx aprofunda a análise acerca da religião desenvolvida em sua juventude ao anotar que o modo de produção capitalista desenvolveu uma forma extremamente sofisticada de dominação dos seres humanos e que essa forma sofisticada ganha corolários semelhantes aos da religião. A alienação que perpassa as relações sociais constituintes do modo de produção capitalista é dotada de uma região nebulosa muito parecida com o mundo religioso. A distinção essencial é que o mundo da religião é antropomorfizador, enquanto as relações de alienação do modo de produção capitalista emergem do desenvolvimento das forças materiais.

Escreve Marx:

É apenas uma relação social determinada entre os próprios homens que aqui assume, para eles, a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. Desse modo, para encontrarmos uma analogia, *temos de nos refugiar na região nebulosa do mundo religioso.* (MARX, 2013, p. 122, grifo nosso)

Na maturidade, a crítica marxiana da religião é aprofundada e não se circunscreve ao universo da crítica do direito e da política como na época na juventude, mostrando agora como o desenvolvimento do mundo material possui uma relação de aproximação com o mundo religioso. A crítica ao mundo da metafísica filosófica e religiosa será radicalizada pela



crítica das relações de alienação e estranhamento que emanam da produção humana, ou seja, a crítica da religião será radicalizada na “crítica da metafísica da produção e do mercado, à crítica da ciência metafísica da produção, à Crítica da Economia Política, à crítica do que se convencionou chamar de fetiche da mercadoria” (ANTUNES, 2018, p. 140).

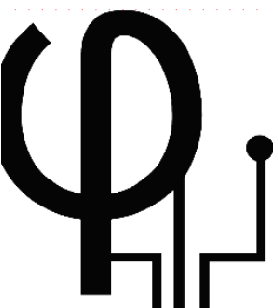
A obra fundamental de Marx apresenta uma crítica radical ao grande deus da sociedade burguesa. É uma crítica muito mais sólida que a apresentada na juventude, pois não consiste simplesmente na crítica às formas mistificadas do pensamento filosófico idealista; trata-se da crítica ao mundo que emana das mãos humanas, do mundo da mercadoria, do mercado e do capital (ANTUNES, 2018). Nota-se que o movimento da economia capitalista ganha corolários metafísicos e teológicos, em que de maneira análoga à religião, a economia capitalista cria mecanismos poderosos de dominação dos seres humanos; estes são dominados pelas coisas, pelos produtos que eles mesmos criaram.

Aqui, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, como figuras independentes que travam relação umas com as outras e com os homens. Assim se apresentam, no mundo das mercadorias, os produtos da mão humana. A isso eu chamo de fetichismo, que se cola aos produtos do trabalho tão logo eles são produzidos como mercadorias e que, por isso, é inseparável da produção de mercadorias. (MARX, 2013, pp. 122-123).

Uma mesa enquanto mercadoria, por exemplo, se metamorfoseia numa coisa suprassensível, numa entidade metafísica. Na condição de mercadoria, a mesa não deixa de ser uma entidade sensível para constituir-se como entidade suprassensível, mas tão logo ela se

[...] transforma numa coisa sensível-suprassensível. Ela não só se mantém com os pés no chão, mas põe-se de cabeça para baixo diante de todas as outras mercadorias, e em sua cabeça de madeira nascem minhocas que nos assombram muito mais do que se ela começasse a dançar por vontade própria” (MARX, 2013, pp. 121-122).

A mercadoria configura-se como valor-de-uso e valor. Ela não somente mantém a condição de coisa sensível, mas aparece como entidade metafísica. A mesa se põe tanto com os pés no chão como se põe de cabeça para baixo. Marx aprofunda o debate acerca da natureza alienada do trabalho, desenvolvida nos *Manuscritos Econômico-Filosóficos* de 1844, e mostra como os aspectos religiosos ganham novos corolários num mundo em que o complexo econômico assume posição predominante. As mercadorias substituem e atualizam o papel que as divindades ocupavam nas sociedades precedentes. Dessa forma, a crítica da religião



é atualizada na crítica aberta ao mundo da mercadoria e à sociedade que transforma os seres humanos em mercadorias.

Muito mais do que matar os deuses do passado e enterrar as religiões, o fetichismo da mercadoria revela que a produção capitalista simplesmente substituiu os deuses passados por novos deuses⁶. Estes são muito difíceis de derrotar porque têm fundamentação evidentemente materialista; não se trata de uma relação meramente representativa ou simbólica com o mundo material. A nova divindade surge diretamente do processo de organização da produção e reprodução social. A fundamentação ontológica do fetichismo da mercadoria é efetiva e, conseqüentemente, muito mais complexa e difícil de ser apreendida; é preciso a ciência do proletariado para revelar a essencialidade dessa nova forma de mistificação ou alienação do mundo emanado do trabalho humano.

Marx não circunscreve o termo “fetichismo” ao universo das religiões totêmicas das sociedades primitivas⁷, em que os objetos da natureza e as coisas assumiam traços mágicos; ele mostra que o fetichismo envolve o cristianismo e todas as formas de apreensão religiosa, sofrendo uma nova forma de consubstanciação na sociedade capitalista, quando as coisas derivadas do trabalho abstrato assumem formas mistificadas. Apesar de o termo fetichismo possuir seu campo semântico relacionado primeiramente ao mundo das religiões totêmicas, animistas e panteístas da infância da humanidade, o termo adotado por Marx está relacionado ao universo da religião cristã e sua relação com a produção capitalista (ANTUNES, 2018).

O fetichismo não é uma ilusão produzida pelo pensamento, mas surge do movimento concreto das relações de alienação/estranhamento que norteiam o trabalho humano. O fetichismo da mercadoria e da forma-dinheiro se configura como produto de uma relação social muito bem plasmada, já que emerge de uma forma específica de representação

⁶ Nesse aspecto, o termo fetichismo tem realmente uma relação intrínseca com o universo da religião. Marx não adotou esse termo de maneira aleatória, mas de forma precisa e consciente, para tratar da relação análoga existente entre economia capitalista e religião. O grande deus dos tempos modernos representa a superação do mundo religioso, não somente em seu aspecto econômico, pois o poder econômico submete todos os demais complexos aos seus imperativos e comandos. Desse modo, a crítica da religião deve ser radicalizada na crítica da alienação econômica que reverbera sobre todo o edifício social constituído a partir do trabalho abstrato.

⁷ Segundo Fleck (2012, p. 143-144): “A palavra ‘fetichismo’ deriva de ‘fêtiche’. ‘Fêtiche’, em português, deriva da palavra francesa ‘fétiche’, a qual, por sua vez, tem sua origem na portuguesa ‘feitiço’. Esta última, por fim, remete à latina ‘facticius’, significando aproximadamente o mesmo que ‘artificial’.” O dicionário *Le Petit Robert* enumera três significados para “fêtiche”: “1. Nome dado pelos brancos aos objetos de culto das civilizações ditas primitivas”, 2. Objeto ao qual se atribui um poder mágico ou benéfico” e 3. Aquilo que é reverenciado sem discernimento”. Alfonso Iacono, ao relatar a história do surgimento do conceito de fetichismo, conta que tal conceito aparece pela primeira vez num ensaio de Charles de Brosses, em 1756, intitulado *Histoire des navigations aux terres australes*, e será mais desenvolvido pelo mesmo autor quatro anos depois, em *Du culte des dieux fétiches* (cf. Iacono, 1992) [...]. Marx subverte o conceito quando o utiliza não para se referir aos negros da Guiné adoradores de talismãs, mas sim aos brancos europeus trocadores de mercadorias.

“fantasmagórica” do mundo em que as coisas ganham vida como se derivassem de si mesmas. As coisas mortas ganham vida e passam a atormentar o cérebro dos vivos. A fantasmagoria possui similitude com o mundo religioso, uma vez que as coisas parecem ter vida própria e passam a desempenhar um papel de dominação da existência concreta dos seres humanos. Esta relação de poder ganha no dinheiro e no capital uma forma elevada de mistificação que oblitera todo o fundamento da relação social que produz mercadorias.

A revelação da natureza misteriosa e fantasmal da mercadoria não procede de um mundo transcendente como a religião, mas brota do desenvolvimento das relações concretas de produção. Cumpre apontar a diferenciação essencial entre economia e religião, entre fetichismo religioso e fetichismo da mercadoria, pois este emana da forma de constituição do trabalho que sustenta a relação social que produz mercadorias e não da subjetividade humana. É preciso superar as idiossincrasias do reino das aparências para alcançar a essencialidade do mundo assentado na produção de mercadorias. No terreno das aparências, as mercadorias comparecem como entidades metafísicas e suprassensíveis, dotadas de existência própria, como se fossem *causa sui*.

O fetichismo da mercadoria encontra no fetichismo do dinheiro uma forma exemplar de configuração do capital. A terceira determinação da mercadoria representa o ponto fulcral de todo o fetichismo, em que o processo de alienação e estranhamento do mundo concreto e objetivo encontra sua mais expressiva manifestação. Enquanto na fase do fetichismo da mercadoria subsistia certa relação de aproximação com o mundo sensível, na fase do fetichismo do dinheiro oblitera-se por completo a relação com o mundo sensível que constituía o corpo das mercadorias. A metafísica da mercadoria encontra seu coroamento no dinheiro como a mais plena calcificação do valor.

Como máxima expressão da riqueza na sociedade produtora de mercadorias, o dinheiro representa a completa negação da negação ou abstração da abstração (ANTUNES, 2018). Na condição de mercadoria universal ou “moeda mundial”, o dinheiro é a supressão de todas as determinações, é a abstração do processo de abstração de todas as diferenças. O dinheiro opera a alquimia universal da transmutação de todas as coisas e de todos os valores. A figura encantada do dinheiro é a negação da negação; é a expressão cabal do mundo bestial de Mefistófeles, do príncipe da negação. Ele nega completamente a objetividade do mundo concreto e sensível. É a completa abstração de todas as diferenças. No dinheiro todas as diferenças sensíveis e concretas são abstraídas e negadas.

O dinheiro se converte na representação do mundo suprassensível, em “pura abstração” [*die reine Abstraktion*], em “mera ilusão” [*bloÙe Einbildung*], na “mercadoria

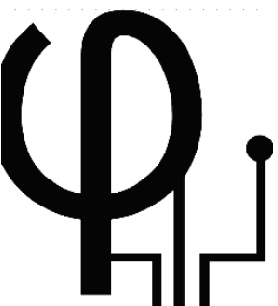
omnipresente” [*allgegenwärtige Ware*], na “riqueza geral em sua forma pura” [*den allgemeinen Reichtum in seiner gediegenen Form*], “o deus e o rei das mercadorias” [*der Gott und König der Waren*] (ANTUNES, 2018, p. 150). O dinheiro é a consagração mais elevada do fetichismo da mercadoria. No processo de passagem do fetichismo da mercadoria ao fetichismo do dinheiro ocorre uma intensificação do processo de mistificação da realidade: o ser dourado (ouro) se configura como uma espécie mais elevada de divindade.

O fetiche do dinheiro (*Geldfetischs*) vem a ser o fetiche da mercadoria (*Warenfetischs*) tornado visível e ofuscante. O dinheiro representa a sacrossanta essencialidade do mundo da mercadoria, implicando a superação das imperfeições representada pela duplicidade e pelas contradições do mundo das mercadorias. Não é à toa que a mercadoria ama o ente chamado dinheiro, pois toda mercadoria anseia por transformar-se em dinheiro. O desejo da mercadoria para converter-se em dinheiro parece um delírio báquico que mimetiza o desejo do cristão pelo imolado (cordeiro) de Deus.

As mercadorias, enquanto manifestações da finitude, desejam converter-se em dinheiro, numa manifestação da infinitude e na plena expressão da metafísica da inessencialidade. No dinheiro, o mundo das coisas inessenciais alcança seu mais elevado esplendor de inessencialidade. No entanto, no final do primeiro capítulo, Marx revela que o valor expresso em dinheiro se constitui como antípoda à verdadeira riqueza dos seres humanos. A mercadoria dinheiro ou valor é a negação efetiva da riqueza concreta. A riqueza decorrente do trabalho abstrato contrapõe-se à riqueza que realmente interessa à humanidade. A riqueza abstrata não passa de uma hipostasiação da verdadeira riqueza da humanidade.

O apego capitalista ao dinheiro representa a superação do apego à riqueza sensível expressa nas coisas para revelar-se como o périplo do verdadeiro amor, do amor às coisas que parecem “eternas” e “imutáveis”. O dinheiro assume as roupagens do mundo metafísico da religião, em que ele é tudo e o ser humano é nada. O ser humano somente pode se realizar, como na religião cristã, pela mediação da divindade, denominada agora de dinheiro. Para o capitalista, enquanto personificação do capital, o amor ao dinheiro serve como elemento de superação de todas suas paixões banais e triviais e como revelação do apego às coisas imperecíveis e eternas. Desse modo, o trabalho como necessidade eterna dos seres humanos é ofuscado (mas não desaparece).

Na determinação simples do valor e do dinheiro se encontra latente a antítese entre capital e trabalho. Marx aponta a via de superação do primado absoluto do dinheiro sobre os seres humanos:



O reflexo religioso do mundo real só pode desaparecer quando as relações cotidianas da vida prática se apresentam diariamente para os próprios homens como relações transparentes e racionais que eles estabelecem entre si e com a natureza. A figura do processo social de vida, isto é, do processo material de produção, só se livra de seu místico véu de névoa quando, como produto de homens livremente socializados, encontra-se sob seu controle consciente e planejado. Para isso, requer-se uma base material da sociedade ou uma série de condições materiais de existência que, por sua vez, são elas próprias o produto natural-espontâneo de uma longa e excruciante história de desenvolvimento. (MARX, 2013, p. 127).

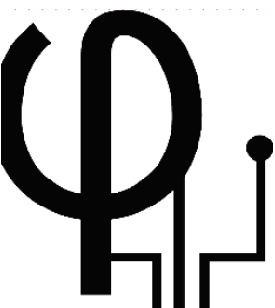
A superação do mundo religioso e do fetichismo da mercadoria passa pela constituição de uma nova forma de organização do trabalho, quando o trabalho associado, livre e universal se configura como base essencial de constituição de uma nova organização da produção. A névoa do misticismo do mundo religioso e da fantasmagoria da mercadoria passa pela superação do trabalho abstrato e pela constituição do trabalho associado como atividade consciente e planejada dos seres humanos.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revelação do segredo que constitui o mundo da mercadoria, do dinheiro e do capital somente pode se inscrever de forma *post festum*. O reconhecimento científico da forma mercadoria apenas é possível numa sociedade em que a produção de mercadorias esteja totalmente desenvolvida; numa sociedade em que o tempo de trabalho socialmente necessário à sua produção se imponha sobre os seres humanos como atividade reguladora da mesma maneira “que a lei da gravidade, quando a alguém a casa cai sobre a cabeça. A determinação da grandeza de valor pelo tempo de trabalho é, por isso, um segredo oculto sob os movimentos manifestos dos valores relativos das mercadorias” (MARX, 1985, p. 73).

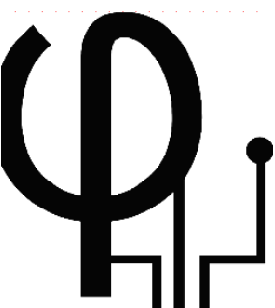
Apenas numa sociedade mais desenvolvida é possível elucidar o sentido do hieróglifo social denominado mercadoria. Assim como a língua é um produto social, a mercadoria-dinheiro é um produto social e nada tem de natural. Trata-se de uma segunda natureza, de uma natureza constituída socialmente. Marx procura de forma científica desvelar todo o misticismo no mundo das mercadorias, a fim de armar as trabalhadoras e os trabalhadores para a constituição de uma sociedade assentada sobre o trabalho associado, livre e universal.

Ao mostrar que o trabalho abstrato é o núcleo central do processo social que sustenta o fetichismo da mercadoria, Marx constrói as bases essenciais para a elucidação da natureza do dinheiro e do capital, e, conseqüentemente, para apresentar a possibilidade de superação do sistema do capital. A crítica do fetichismo da mercadoria é o prólogo da



crítica mais poderosa apresentada ao modo de produção capitalista e ao sistema do capital, enquanto monstro ou vampiro que vive a sugar o sangue da classe trabalhadora. A crítica marxiana é portadora de uma radicalidade imperativa e de elevada periculosidade, pois não se trata de uma crítica de base metafísica, moralista ou utopista, mas sim, de uma crítica materialista.

A radicalidade da crítica ontológica apresentada por Marx transcende completamente a crítica utópica, pois decorre de uma investigação científica bem fundamentada, em que o objeto da investigação é atacado vigorosamente. Tal crítica revela que os elementos que sustentam a natureza autodeterminante e autoprodutora da forma mercadoria constituem um grande fetiche, um enorme construto assentado no trabalho abstrato. Ao atacar a existência do trabalho abstrato, enquanto elemento de sustentação do mundo da mercadoria, Marx fornece as bases para a superação radical do fetichismo da mercadoria, do fetichismo do dinheiro e do poder do capital em face do proletariado e da humanidade.



REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Jadir. Marx e o fetiche da mercadoria dinheiro. *Revista Dialectus*, ano 5, n. 12, 2018, p. 139-162. DOI: <<https://doi.org/10.30611/2018n12id33206>>. Acesso em 06 de maio de 2021.
- BERRIEL, C. E. O. Resenha de Escritos ficcionais: Escorpião e Félix e Oulanem, de Karl Marx. *Revista Cerrados*, [S. l.], v. 27, n. 47, p. 246–249, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.unb.br/index.php/cerrados/article/view/19670>>. Acesso em 06 de maio de 2021.
- FLECK, Amaro. O conceito de fetichismo na obra marxiana: uma tentativa de interpretação. *ethic@* – Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 141 – 158 Jun. 2012. DOI: <<https://doi.org/10.5007/1677-2954.2012v11n1p141>>. Acesso em 1 de outubro de 2020.
- GONTIJO, Cláudio. A “Nova Dialética” de Christopher Arthur e o Capital de Karl Marx: Uma Análise Crítica. *Crítica Marxista* (São Paulo), v. 40, p. 27, 2015. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/criticamarxista/sumario.php?id_revista=52&numero_revista=40>. Acesso em 06 de maio de 2021.
- LUIZ, Abraão. Uma introdução à teoria do fetichismo da mercadoria e da alienação do trabalho. *Abraão Luiz*. Disponível em: <<https://bitly.com/xjQvv>>. Acesso em 30 de setembro de 2020.
- MARX, Karl. *O Capital: o processo de produção do capital*. Livro I. Trad. Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MARX, Karl. *O Capital: o processo de produção do capital*. Livro I. Trad. Regis Barbosa e Flávio Kothe. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

