

A TEORIA DO VALOR EM KARL MARX: CONTEÚDO E FORMA

Eixo: O espírito e a letra da obra de Marx

Emanoel Rodrigues Almeida¹
Maria das Dores Mendes Segundo²
Karla Érika Ferreira Ferro³

RESUMO

Karl Marx, com o objetivo de desvendar a Economia Política como ciência social, até então constituída e ricamente desenvolvida pelo pensamento burguês, toma como investigação a teoria do *valor-trabalho* dos economistas clássicos, entendendo-o como um processo de desenvolvimento da relação entre as forças produtivas e as relações de produção. Compreendendo a sociedade capitalista como *locus* de mercadorias, em que as relações sociais de produção são coisificadas, Marx desenvolveu sua teoria do valor, tendo como base a categoria *fetichismo*: “a teoria do fetichismo é, *per se*, a base de todo o sistema econômico de Marx, particularmente de sua teoria do valor”. (RUBIN, 1980, p. 19). O estudo da teoria do valor em Marx inicia-se, portanto, com a compreensão da categoria *fetichismo*. Nos termos de uma sociedade fetichizada, Marx elaborou sua teoria do valor, tendo como ponto de partida o trabalho humano desprendido na produção de mercadorias.

PALAVRAS-CHAVE: valor, mercadoria, fetichismo.

TEORIA DO VALOR EM KARL MARX: CONTEÚDO E FORMA

A Economia Política Marxiana (HARVEY, 2013), diferentemente da Economia Política Clássica, investiga o valor em suas duas dimensões: *conteúdo e forma*. Trata do *valor* como uma categoria historicamente determinada. Toma como ponto de partida, para análise do valor, a relação entre as *forças produtivas* e as *relações de produção* na sociedade mercantil. Dessa forma, o ponto de partida da Economia Política Marxiana é o trabalho.

Na economia mercantil-capitalista as relações de produção entre os homens em seu trabalho necessariamente adquirem a forma de valor das coisas, e só podem aparecer nessa forma material; o trabalho social só pode expressar-se

¹ Universidade Federal do Ceará

² Pesquisadora do Instituto de Pesquisas e Estudos do Movimento Operário, professora da Universidade Federal do Ceará

no valor. Aqui, o ponto de partida para investigação não é o valor, mas o trabalho; não as transações de troca no mercado enquanto tais, mas a estrutura de produção da sociedade mercantil, a totalidade das relações de produção entre as pessoas. (RUBIN, 1985, p. 77).

A teoria de Marx assume um caráter histórico-social quando “analisa as relações de produção da sociedade capitalista, enquanto provocado por modificações das forças produtivas, e o crescimento das contradições, que geralmente se expressam nas crises”. (RUBIN, 1980, p. 15).

A partir do pensamento de Karl Marx, apresentaremos o lugar, o conceito e alguns elementos fundamentais do *fetichismo da mercadoria* como base para a construção de sua teoria do valor.

Karl Marx e o fetichismo da mercadoria

Marx faz uma análise do *fetichismo da mercadoria*, partindo das condições objetivas da sociedade mercantil. A origem e o desdobramento dessa categoria correspondem à origem e ao desenvolvimento da sociedade mercantil.

Como um produto da sociedade mercantil, o *fetichismo da mercadoria* deriva da forma que o *trabalho* assume, a partir da relação entre as *forças produtivas* e as *relações de produção*, na sociedade mercantil: “a estrutura da sociedade mercantil leva as coisas a desempenharem um papel social particular e extremamente importante e, portanto, a adquirir propriedades sociais específicas”. (RUBIN, 1980, p. 20).

O *fetichismo da mercadoria* é derivado e regido pelas bases econômicas objetivas da sociedade mercantil. Essa constatação é fundamental para compreendermos a diferença do caminho científico assumido por Karl Marx em relação ao assumido pela Economia Política Clássica.

Os clássicos da Economia Política, por não considerarem a mercadoria um produto da relação entre as *forças produtivas* e as *relações de produção* na sociedade mercantil-capitalista, apreenderam-na como uma *coisa* que possuía qualidades extrassensoriais misteriosas:

Características que pareciam misteriosas, pois não eram explicadas com base nas relações dos produtores entre si, eram atribuídas à essência natural das mercadorias. Assim como um fetichista atribui a seu fetiche características que não decorrem da natureza desse fetiche, os economistas burgueses

consideram a mercadoria uma coisa sensorial que possui propriedades extra-sensoriais. (RUBIN, 1980, p. 19)

A Economia Política Clássica analisou incompletamente a relação entre as *forças produtivas* e as *relações de produção* na sociedade mercantil-capitalista, limitando-se à análise do valor, enquanto *conteúdo*. Revelou que o trabalho é a fonte de toda a riqueza, mas se deteve à análise do valor como um fato da natureza e não como algo originado da relação entre as *forças produtivas* e as *relações de produção* na sociedade mercantil-capitalista.

A Economia Política Clássica naturalizou a forma que o trabalho assume na sociedade mercantil. Essa atitude a impediu de perceber as relações sociais de produção por trás das mercadorias como relações historicamente construídas.

A Economia Política analisou, de fato, embora incompletamente, valor e grandeza de valor e o conteúdo oculto nessas formas. Mas nunca chegou a perguntar por que esse conteúdo assume aquela forma, por que, portanto, o trabalho se representa pelo valor e a medida do trabalho, por meio de sua duração, pela grandeza do valor do produto de trabalho. Fórmulas que não deixam lugar a dúvidas de que pertencem a uma formação social em que o processo de produção domina os homens, e ainda não o homem o processo de produção, são consideradas por sua consciência burguesa uma necessidade natural tão evidente quanto o próprio trabalho produtivo. (MARX, 1985, p. 76).

Dessa forma, a compreensão do *fetichismo da mercadoria* como um produto originado da relação entre as *forças produtivas* e as *relações de produção* na sociedade mercantil é pressuposto para entendermos a teoria do *valor* em Karl Marx: “A categoria do fetichismo da mercadoria de Marx e sua teoria do valor se acham indissolúvelmente ligadas. Ambas põem em evidência a forma peculiar assumida pelo trabalho na sociedade burguesa”. (MENDES SEGUNDO & RABELO, 2004, p. 42).

Marx trata do *fetichismo da mercadoria* explicitamente no capítulo primeiro do livro I de *O Capital*, no entanto, a categoria se encontra presente em todo conjunto de suas ideias no correr de todo o livro e é facilmente verificável em todo o sistema econômico de Karl Marx: “A teoria do fetichismo é, per se, a base de todo o sistema econômico de Marx, particularmente de sua teoria do valor”. (RUBIN, 1980, p. 19).

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 indissolúvelmente a ambos. (HARVEY, 2013, p. 46).

Em *O Capital*, Marx se debruça na análise do caráter fetichista da mercadoria e em seu segredo, inferindo que a mercadoria é “uma coisa fisicamente metafísica”. (MARX, 1985, p. 70).

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 do trabalho, como propriedades naturais dessas coisas e, por isso, também reflete a relação social dos produtores com o trabalho total como uma relação social existente fora deles, entre objetos.(...)Aqui, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas, que mantêm relações entre si e com os homens. Assim, no mundo das mercadorias, acontece com os produtos da mão humana. Isso eu chamo o fetichismo que adere aos produtos de trabalho, tão logo são produzidos como mercadorias, e que, é inseparável da produção de mercadorias. (MARX, 1985, p. 71).

O fetichismo para Marx consiste em uma relação disfarçada que ocorre na sociedade mercantil com o objetivo de velar o caráter social do capital, com os trabalhadores privados, e, em consequência, as relações sociais de produção entre eles.

Consiste em Marx ter visto relações humanas por trás das relações entre as coisas, revelando a ilusão da consciência humana que se origina da economia mercantil e atribui às coisas características que têm sua origem nas relações sociais entre as pessoas no processo de produção. (RUBIN, 1980, p. 19).

Marx afirma ainda que essa ilusão tem uma base objetiva, portanto, material. A forma que a relação entre as forças produtivas e as relações de trabalho assume na sociedade mercantil é a base material na qual se origina essa ilusão. Em particular, essa ilusão nasce da forma que o trabalho dos produtores de mercadorias está organizado na sociedade mercantil. Assim, a relação disfarçada é decorrente do trabalho: “Esse caráter fetichista do mundo das mercadorias provém, como a análise precedente já demonstrou, do caráter social peculiar do trabalho que produz mercadorias”. (MARX, 1985, p. 71).

Incapaz de compreender que a associação das pessoas que trabalham, em sua luta com a natureza – isto é, as relações sociais de produção – expressam-se na troca, o fetichismo da mercadoria considera a intercambialidade das mercadorias como uma propriedade interna, natural, das próprias mercadorias. Em outras palavras, o que na realidade é uma relação entre

peçoas aparece como uma relação entre as coisas, no contexto do fetichismo da mercadoria. (RUBIN, 1980, p. 19).

Depois de expor em que consiste o fetichismo, Marx expõe dois aspectos do misterioso caráter da mercadoria. O primeiro refere-se à origem do fetichismo que advém da *forma que o trabalho* assume na sociedade mercantil e o segundo, ao *processo de troca*.

Na sociedade mercantil, as relações humanas de produção são encobertas por relações entre as coisas. Como as relações não se dão diretamente, elas são mediadas pelas mercadorias. Assim, as mercadorias refletem as características sociais dos seus produtores como se essas características fossem naturais das mercadorias.

Como os produtores são independentes e, portanto, não há uma regulação direta da produção, os produtos resultados do trabalho desses produtores, isolados entre si, assumem a forma de mercadoria com vida própria. Todavia, esse caráter misterioso da mercadoria advém “do caráter social peculiar do trabalho que produz mercadoria”. (MARX, 1985, p. 71). O fetichismo da mercadoria tem origem na forma que o trabalho assume na sociedade mercantil: *o trabalho privado*.

O segundo aspecto do fetichismo da mercadoria consiste no fato de que, na sociedade mercantil, a única forma de vinculação entre os produtores privados, isolados entre si, é por meio do *processo de troca*. Nas condições mercantis, não há outra forma de vinculação dos produtores de mercadorias que não seja a mediação pela troca. A troca é a única forma de manifestação das características sociais dos trabalhos privados.

Objetos de uso se tornam mercadorias apenas por serem produtos de trabalhos privados, exercidos independentemente uns dos outros. O complexo desses trabalhos privados forma o trabalho social total. Como os produtores somente entram em contato social mediante a troca de seus produtos de trabalho, as características específicas sociais de seus trabalhos privados só aparecem dentro dessa troca. (MARX, 1985, p. 71).

O *processo de troca* é uma condição *sin ne qua non* da sociedade mercantilista. O fetichismo em Marx consiste não somente que há relações humanas de produção por trás das trocas entre as coisas, mas também na de que o *processo de troca* é a forma de relação entre os produtores, na sociedade mercantil:

Marx não mostrou apenas que as relações eram encobertas por relações entre coisas, mas também que, na economia mercantil, as relações sociais de produção assumem inevitavelmente a forma de coisa e não podem expressar senão através de coisas. (RUBIN, 1980, p. 20)

As bases objetivas sobre as quais o fetichismo da mercadoria se efetiva estão relacionadas com os elementos presentes na sociedade mercantil:

Células individuais da economia nacional, isto é, empresas privadas isoladas, formalmente independentes umas das outras; elas estão materialmente relacionadas umas com as outras, como resultado da divisão social do trabalho; a vinculação direta entre os produtores individuais de mercadorias se estabelece na troca, e isto, indiretamente, influencia sua atividade produtiva. Em sua empresa, cada produtor de mercadorias é formalmente livre para produzir, se quiser, qualquer produto que lhe agrade e de maneira que escolher. (RUBIN, 1980, p. 23).

O processo de troca se apresenta como indispensável entre esses elementos, uma vez que permite a vinculação das diversas atividades produtivas.

Esse papel da troca, como elemento indispensável do processo de reprodução, significa que a atividade produtiva de um membro da sociedade pode influenciar a atividade produtiva de outro membro através das coisas. Na sociedade mercantil, a independência de uma pessoa em relação às outras vem a combiná-la com um sistema de dependência mútua em relação às coisas. (RUBIN, 1980, p. 24).

Decorre da troca a “reificação” das relações de produção, pois é através das coisas, ou das mercadorias, que ocorrem as relações de produção entre os produtores independentes. A mercadoria assume características sociais e específicas, servindo de ligação entre os produtores.

Na sociedade mercantil, a coisa ou a mercadoria adquire características específicas. Elas não somente ocultam as relações sociais de produção entre as pessoas, como também criam, organizam e intermediam as relações sociais de produção.

Uma coisa é um intermediário das relações sociais, e a circulação das coisas está indissolavelmente vinculada ao estabelecimento e realização das relações de produção entre as pessoas. [...] A coisa adquire características sociais específicas, graças às quais a coisa não só oculta as relações de produção entre as pessoas, como também as organiza, servindo como elo de ligação entre as pessoas. (RUBIN, 1980, p. 24).

Esse processo de “reificação”, caracterizado pela função social que a mercadoria adquire, é decorrente da estrutura da sociedade mercantil onde os produtores de mercadorias são independentes e isolados. Nessas circunstâncias, as *relações de produção* somente se efetivam sob a forma de relações entre as coisas.

Na sociedade mercantil, em particular a capitalista, os produtores de mercadorias, os pequenos proprietários ou grandes empresários atuam de forma isolada, independente, sem uma regulação direta da sociedade: “A produção é administrada diretamente pelos produtores de mercadorias isolados e não pela sociedade. A sociedade não regula diretamente a atividade de trabalho de seus membros, não determina o que vai ser produzido nem quanto” (RUBIN, 1980, p. 21).

A igualação e troca de mercadorias é um mecanismo que permite a vinculação social entre os produtores de mercadorias. Esse é um processo realizado a todo instante na sociedade mercantil, embora inconsciente:

Portanto, os homens relacionam entre si seus produtos de trabalho como valores não porque consideram essas coisas como meros envoltórios materiais de trabalho humano da mesma espécie. Ao contrário. Ao equiparar seus produtos de diferentes espécies na troca, como valores, equiparam seus diferentes trabalhos como trabalho humano. Não o sabem, mas o fazem. Por isso, o valor não traz escrito na testa o que ele é. (MARX, 1985, p. 72).

A igualação e a troca ocultam as relações de produção entre os produtores independentes. Ocorre nesse processo não somente a “reificação” das relações sociais de produção como também a personificação das coisas, tema que iremos abordar em seguida.

Na sociedade mercantil, os produtores independentes de mercadorias se relacionam entre si não como pessoas, mas como proprietários de mercadorias, como representantes sociais dos diferentes elementos da produção.

Por exemplo, na sociedade mercantil-capitalista a relação entre o operário e o capitalista é estabelecida através dos elementos de produção que ambos representam: a força de trabalho e o capital, respectivamente. No operário se personifica a força de trabalho e no capitalista, o capital:

Portanto, na sociedade mercantil-capitalista as pessoas mantêm relações de produção diretas unicamente enquanto proprietárias de mercadorias, proprietárias de coisas. Por outro lado, as coisas em razão disso, adquirem características sociais particulares, uma forma social particular. (RUBIN, 1980, p. 35).

Nessa relação entre o capitalista e o operário, as qualidades sociais do trabalho assumem um caráter material enquanto materialização das relações sociais de produção e as mercadorias, características sociais enquanto personificação de coisas.

Por “materialização das relações de produção” entre as pessoas, Marx entendia o processo através do qual determinadas relações de produção entre as pessoas conferem uma determinada forma social, ou características sociais, às coisas através das quais as pessoas se relacionam umas com as outras. Por personificação das coisas, Marx entendia o processo através do qual a existência de coisas com uma determinada forma social, capital, por exemplo, capacita seu proprietário a aparecer na forma de um capitalista e manter relações de produção concretas com outras pessoas. (RUBIN, 1980, p. 35).

A materialização das relações sociais de produção e a personificação das coisas são uma condição essencial para a efetivação da sociedade mercantil. E não poderia ser de outra forma. São características intrínsecas da sociedade mercantil.

A personificação das coisas é um fenômeno mais fácil de ser observado na sociedade mercantil, uma vez que se trata de um fenômeno que se manifesta na superfície da sociedade. A “reificação” das relações sociais de produção, no entanto, estabelece-se na essência da sociedade mercantil. É um processo mais complexo de ser observado.

As coisas aparecem numa forma social pronta, influenciando a motivação e o comportamento dos produtores individuais. Este aspecto do processo reflete-se diretamente na psique dos indivíduos e pode ser diretamente observado. É muito mais difícil detectar a geração das formas sociais das coisas a partir das relações de produção entre as pessoas. Este aspecto do processo, isto é, a “reificação” das relações de produção entre as pessoas, é o resultado heterogêneo de uma massa de transações, de ações humanas depositadas umas sobre as outras. É um resultado de um processo social que se realiza “às suas costas”. (RUBIN, 1980, p. 39).

Marx analisou a conexão entre esses dois processos: personificação das coisas e “reificação” das relações sociais de produção e, assim, identificou a aparência e a essência do fetichismo na sociedade mercantil.

A postura crítica de Marx, em relação ao fetichismo da mercadoria, abriu-lhe as possibilidades revolucionárias para se pensar numa sociedade para além do *valor*, eliminando, assim, a ilusão criada na mente dos homens decorrente da relação entre as *forças produtivas* e as *relações de produção* na sociedade mercantil-capitalista:

A teoria do fetichismo elimina da mente dos homens a ilusão, o grandioso engano originado pela aparência dos fenômenos, na economia mercantil, e a aceitação dessa aparência (o movimento das coisas, das mercadorias e seus preços de mercado) como essência dos fenômenos econômicos. (RUBIN, 1980, p. 19).

Karl Marx e a teoria do *valor*

Na história do pensamento da Economia Política, Marx se destaca: “Marx fue el primero en proceder a la investigación del desarrollo de la forma del valor”⁴. (RUMIÁNTSEV, 1980, p. 118).

A seguir, apresentaremos como Marx entra em contato com a teoria do *valor*; descreveremos, brevemente, as cinco versões que representam o momento de construção da sua teoria do *valor*, demonstrando suas características básicas e a concepção marxiana do valor.

É no contato com os economistas clássicos que Marx passa a ter conhecimento e, posteriormente, maior consideração pela teoria do *valor*, especialmente através da leitura de Adam Smith:

Não foi por ouro ou por prata, mas pelo trabalho, que foi originalmente comprada toda a riqueza do mundo; e o valor dessa riqueza, para aqueles que possuem e que desejam trocá-la por novos produtos, é exatamente igual à quantidade de trabalho que essa riqueza lhes dá condições de comprar ou comandar. (SMITH, 1983, p.63).

Apesar da atitude de respeito de Marx à teoria do *valor*, ele a censura, mantendo certa objeção: “Essa objeção é tanto mais válida aos olhos de Marx que ele censura precisamente a Economia Política de *velar uma relação de exploração*, contida na instituição da propriedade privada, por trás de considerações jurídicas abstratas”. (MANDEL, 1980, p. 44, grifo do autor).

A aceitação da teoria do *valor* por Marx ocorre na primavera de 1846: “[...] foi depois de julho de 1845, e antes de acabar a redação de *A Ideologia Alemã*, na primavera de 1846, que Marx e Engels foram definitivamente tomados pela teoria do valor-trabalho”. (MANDEL, 1980, p. 48).

Apesar da aceitação da teoria do valor, Marx se afasta da concepção dos economistas clássicos, afirmando que eles veem nas categorias econômicas leis eternas quando estas são produtos de um determinado desenvolvimento das *forças produtivas*.

Marx, ao contrário dos clássicos, não toma o valor como a essência da *naturalidade* da sociedade, mas sim como a expressão de uma sociedade em que o indivíduo só existe enquanto produtor de valor de troca, o que implica a negação absoluta de sua existência natural. (RUBIN, 1980, p. 11).

⁴ Marx foi o primeiro a proceder na investigação do desenvolvimento da forma do valor. (Tradução livre do autor).

Embora tenha se debruçado na leitura imanente dos clássicos da Economia Política, em particular de David Ricardo e de Adam Smith, Marx os supera na compreensão da teoria do *valor*, atribuindo como fundamento estruturante do *valor* o trabalho humano e seu duplo caráter, trabalho concreto e trabalho abstrato.

O trabalho é o elemento articulador tanto do materialismo histórico quanto do sistema econômico marxiano. A evolução do pensamento marxiano, em especial, sua concepção de *valor*, é inseparável da teoria do materialismo histórico.

Existe uma relação conceitual entre a teoria econômica de Marx e a sua teoria sociológica, a teoria do materialismo histórico. Há alguns anos, Hilferding mostrou que a teoria do materialismo histórico e a teoria do valor-trabalho têm o mesmo ponto de partida: especificamente, o trabalho como elemento básico da sociedade humana, elemento cujo desenvolvimento determina, em última instância, todo o desenvolvimento da sociedade. (RUBIM, 1980, p. 13)

A crítica à Economia Política burguesa é feita de acordo com o princípio ontológico do materialismo histórico, tendo em vista a fundamentação científica do socialismo: “A evolução do pensamento econômico marxiano é inseparável da elaboração da teoria do materialismo histórico”. (GORENDER, 1982, *apud* MARX, 1982, p. 7)

No conjunto das obras de maturidade de Marx, em particular, em *Grundrisse*, em *Crítica à Economia Política* e *O Capital*, podemos identificar cinco versões da *teoria marxiana do valor* (JAPP, 2006).

A primeira versão de sua teoria do *valor* se encontra no manuscrito conhecido como *Grundrisse*, produzido em 1858. Nesse texto, ele inicia sua análise a partir da produção em geral, seguindo-se à análise do dinheiro que já contém o núcleo da teoria do *valor*. *Grundrisse* termina com o tema sobre o *valor*. “Neles, Marx descobre pela primeira vez explicitamente a essência do seu pensar teórico: a questão do valor como fundamento do conceito de mais valia.” (DUSSEL, 2012).

A segunda versão da teoria do *valor* se encontra no texto dirigido a Engels que ele denominou de *Short Outline*. Trata-se de um resumo dos resultados que Marx desenvolveu a propósito da teoria do *valor*. Esse texto foi dirigido a Engels no dia 2 de abril de 1858, pouco antes de Marx concluir os *Grundrisse*.

A terceira versão da teoria do *valor* se verifica na primeira versão da *Contribuição para a Crítica da Economia Política*, escrita no final de 1858. Essa versão começava pela

categoria *valor*. O texto final, escrito em 1859, contém dois capítulos a respeito da análise da mercadoria e do dinheiro.

A quarta versão da teoria do valor marxiana se apresenta no texto *As Teorias Sobre a Mais-Valia* que tratam, na prática, de uma versão primitiva dos três volumes de *O Capital*. Esse texto foi escrito na primeira metade dos anos 1860 do século XIX e trata, entre outras coisas, da questão da *mais-valia*:

Os três volumes das Teorias da mais-valia, nos quais aborda um a um os vários erros e confusões dos economistas, de James Steuart ou Adam Smith, sintetizam-se na questão da mais-valia. (DUSSEL, 2012, p. 14).

A quinta versão da teoria do valor se encontra em *O Capital*, escrito em 1867. Considerado a exposição do método de pesquisa de Marx, *O Capital* se inicia com a análise da estrutura da mercadoria, afirmando-a como a célula base de todo o modo de produção capitalista. É nessa obra que apresenta a teoria do *valor* na sua forma mais desenvolvida.

Todas essas versões apontam para uma relação direta da teoria do *valor* de Marx com as características objetivas da sociedade mercantil. As características da teoria do *valor* estão estritamente relacionadas com a sociedade mercantil, em particular com a forma social que o trabalho assume nessa sociedade, ou seja, como trabalho abstrato.

Mas, na economia mercantil, o processo de socialização, de igualação e distribuição do trabalho, se realiza de maneira diversa. O trabalho dos indivíduos não aparece diretamente como trabalho social. Só se converte em social porque é igualado a algum outro trabalho, e esta igualação do trabalho é realizada através da troca. Na troca, os valores de uso concretos e as formas concretas de trabalho são inteiramente abstraídos. Assim, o trabalho, que consideramos anteriormente como trabalho *social*, como socialmente *igualado* e quantitativamente distribuído, adquire agora uma característica qualitativa e quantitativa particular, a qual só é inerente a uma economia mercantil: o trabalho aparece como trabalho *abstrato e socialmente necessário*. (RUBIN, 1985, p. 81).

Esse é um dos aspectos do *valor* na sociedade mercantil: *conteúdo* ou *substância* do *valor*. O *conteúdo* ou *substância* do *valor* é o trabalho. Mas, não é um trabalho qualquer. É o trabalho socialmente necessário para a reprodução de uma mercadoria. O valor de uma mercadoria é determinado pela quantidade de trabalho socialmente necessário para a produção de um produto. Outro aspecto do *valor* se refere à sua magnitude, ou seja, ao seu aspecto quantitativo, que permite a regulação do trabalho social.

O terceiro e mais significativo aspecto do valor diz respeito à forma do valor: “[...] o valor não é apenas um regulador da distribuição do trabalho social, mas também expressão das *relações* sociais de produção *entre as pessoas*”. (RUBIN, 1985, p. 83). Trata-se do aspecto qualitativo do *valor*. O *valor*, ou qualidade, dado às mercadorias é decorrente da forma que o trabalho assume na sociedade mercantil. O que confere *valor* aos produtos enquanto mercadorias é o trabalho, de modo específico, o trabalho organizado na forma de uma economia mercantil.

Isto significa que o “valor” (stoimost) não caracteriza coisas, mas relações humanas sob as quais as coisas são produzidas. Não é uma propriedade das coisas, mas uma forma social adquiridas pelas coisas, devido ao fato de as pessoas manterem determinadas relações de produção umas com as outras através de coisas. O valor é uma “relação social tomada como uma coisa”, uma relação de produção entre pessoas que toma a forma de uma propriedade das coisas. (RUBIN, 1985, p. 85)

É a forma de trabalho, individual e isolada da sociedade mercantil que dá origem à forma do valor plenamente desenvolvida.

O valor é uma relação de produção entre produtores mercantis independentes: assume a forma de ser de propriedade das coisas e está vinculado à distribuição do trabalho. Ou, observando o mesmo fenômeno sob outro aspecto, o valor é a propriedade do produto do trabalho de cada produtor mercantil, que torna esse produto trocável pelos produtos de trabalho de qualquer outro produtor mercantil numa razão determinada correspondente a um dado nível de produtividade do trabalho nos diferentes ramos de produção. (RUBIN, 1985, p. 88).

Os produtos do trabalho na sociedade mercantil assumem essa qualidade como resultado de uma forma de trabalho determinada. A especificidade da teoria de Marx sobre o *valor* consistiu em analisar esse tipo de trabalho.

O caráter específico da teoria de Marx sobre o valor consiste no fato de que ela explicou precisamente *o tipo* de trabalho que cria valor. Marx analisou a propriedade de o trabalho produzir valor, e foi o primeiro a mostrar qual trabalho produzia valor, e por que e como o fazia. Ele descobriu que o valor nada mais é que este tipo de trabalho cristalizado. (RUBIN, 1985, p. 87, grifo do autor)

Após essa breve descrição dos aspectos da teoria do valor, passaremos, então, à apresentação da concepção marxiana do *valor*. Já registramos que Marx se diferenciou dos economistas clássicos na medida em que toma o valor enquanto *conteúdo e forma*. Marx não somente analisa o *conteúdo* ou *substância do valor*, ou seja, o *valor* enquanto trabalho

socialmente necessário para reprodução da mercadoria, mas analisa também a *forma do valor*, ou seja, a *natureza do valor* como decorrente do desenvolvimento da relação entre as *forças produtivas* e as *relações sociais* de produção na sociedade mercantil, já que é fundado por elas.

Trata-se, portanto, de algo que está em permanente processo de desenvolvimento. Esse processo é, ao mesmo tempo, o desenvolvimento das relações sociais mercantis no seio da humanidade.

Marx analisou o valor, priorizando, inicialmente, a sua *forma* em detrimento do seu *conteúdo*. Desse modo, procurou entender o *valor* em sua profundidade como um processo de desenvolvimento da sociedade mercantil.

A quantidade de trabalho socialmente necessário determina a magnitude do valor, refere-se à sua dimensão quantitativa, à sua grandeza, mas não à sua natureza. [...] no entanto, entender com profundidade o valor em sua natureza mais íntima (como processo de desenvolvimento e mais do que simples propriedade dos produtos do trabalho, como expressão objetivada das relações sociais mercantis) é fundamental para que se entenda o conceito de capital e, como consequência, o capitalismo contemporâneo [...] o valor capital, ou simplesmente capital como normalmente o chamamos, é, na verdade, um valor; só que um valor desenvolvido e que deixa de ser propriedade da mercadoria e passa a ter existência em si mesmo, algo como um fantasma desmaterializado. (CARCANHOLO, 2011, p. 18)

A Economia Política Clássica percebeu a existência do trabalho por trás do valor, identificando que o conteúdo do valor é o trabalho. No entanto, não especificou que tipo de trabalho era esse. Marx mostrou que esse conteúdo adquire uma forma social e fez da forma valor o objeto de sua investigação, ou seja, o valor enquanto forma social do produto do trabalho.

A Economia Política analisou, de fato, embora incompletamente, valor e grandeza de valor e o conteúdo oculto nessas formas. Mas nunca chegou a perguntar por que esse conteúdo assume aquela forma, por que, portanto, o trabalho se representa no valor e a medida do trabalho, por meio de sua duração, pela grandeza do valor do produto do trabalho. (MARX, 1985, p. 76).

Marx investigou a forma que o trabalho assume na sociedade mercantil e descobriu que a forma de valor está intimamente ligada à *forma-mercadoria*. Em função dos produtores de mercadorias serem autônomos e isolados, a única forma de garantir as relações sociais de produção entre eles é através da igualação e troca de mercadorias.

Nessa forma “mercantil” de economia, o trabalho social necessário para a produção de um determinado produto não é expresso diretamente em unidades de trabalho, mas indiretamente, na “forma-valor”, na forma de outros produtos que são trocados por esse determinado produto. O produto do trabalho transforma-se numa mercadoria; possui valor de uso e a “forma-valor” social. (RUBIN, 1980, p. 129).

A *forma do valor* é equivalente à *forma social* de mercadorias, ou seja, à forma de intercambialidade.

[...] a forma valor é chamada uma forma de intercambialidade ou uma forma social do produto do trabalho, consistente no fato de que ele pode ser trocado por qualquer outra mercadoria se esta intercambialidade está determinada pela quantidade de trabalho necessário para a produção dessa determinada mercadoria. (RUBIN, 1980, p. 129).

Analisar a *forma do valor* foi o maior feito de Karl Marx. Isso foi possível porque ele tomou o *valor* numa perspectiva histórica. Analisou o *valor* a partir das condições objetivas da sociedade mercantil, como decorrente do desenvolvimento da relação entre as *forças produtivas* e as *relações de produção* na sociedade mercantil.

Marx parte da *forma-mercadoria* para analisar a forma do *valor*. Identifica que, com o desenvolvimento da relação entre as *forças produtivas* e as *relações de produção*, o *valor* deixa a forma de adjetivo, uma característica social que é emprestada à mercadoria pela sociedade e passa a ter a função de substantivo. Ou seja, o *valor* deixa de ser uma propriedade da mercadoria e torna-se, ele mesmo, o substantivo, o sujeito das relações de produção.

É verdade que o valor, durante certo período pode ser descrito como uma característica, um adjetivo, uma qualidade social. Trata-se de algo que existe no interior da mercadoria e não pode desprender-se dela; a destruição da mercadoria é sua destruição. Mas tudo isso é correto na etapa de seu desenvolvimento anterior à sua maturidade. E essa maturidade é alcançada quando o valor se transforma em capital, com o surgimento do capitalismo [...] ele (o valor) já não é mais uma simples propriedade social ou um simples adjetivo da mercadoria. [...] Ele adquiriu vida própria, transformou-se em ser com vida própria. (CARCANHOLO, 2011, p. 19)

Esse estágio de desenvolvimento no qual o valor deixa de ser adjetivo e torna-se substantivo, passando a ter vida própria, a ser capital, é descrito por Marx como *substantivação do valor*.

Considerações finais

Nossos estudos apontaram que Marx, partindo da sociedade mercantil, analisou o *fetichismo da mercadoria* como elemento fundamental de sua *teoria do valor*.

Marx não mostrou apenas que as relações humanas eram encobertas por relações entre coisas, mas também que, na economia mercantil, as relações sociais de produção assumem inevitavelmente a forma de coisas e não podem se expressar senão através de coisas. A estrutura da economia mercantil leva as coisas a desempenharem um papel social particular e extremamente importante e, portanto, a adquirir propriedades sociais específicas. Marx descobriu as bases econômicas reificadas em formas objetivas das relações de produção de um modo de produção historicamente determinado: a produção mercantil. (RUBIN, 1980, p. 20).

Sua análise tem início pela mercadoria por ela conter os fundamentos necessários para a compreensão da riqueza capitalista. “A riqueza das sociedades em que domina o modo de produção capitalista aparece como uma imensa coleção de mercadorias, e a mercadoria individual como sua forma elementar”. (MARX, 1985, p. 45).

Dessa análise, Marx identifica a *forma-mercadoria* ou *intercambialidade*, como a *forma do valor*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARCANHOLO, R. **Capital: essência e aparência**. Vol. 1. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

DUSSEL, E. **A produção Teórica de Marx**. São Paulo: Expressão Popular, 2012.

HARVEY, D. **Para entender o Capital**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

JAPPE, A. **As aventuras da mercadoria; para uma nova crítica do valor**. Portugal: Antígona, 2006.

MANDEL, E. **A formação do pensamento econômico de Karl Marx: de 1843 até a redação de O Capital**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.

MARX, K. Crítica da Filosofia do Direito de Hegel - Introdução. In: **Revista Temas de Ciências Humanas**. Vol. II. São Paulo: Grijalbo, 1979.

_____. **O Capital, v.1: Crítica da economia política**. São Paulo: Cultural, 1985.

_____. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo: Boitempo, 2004.

_____. **Grundrisse**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2011.

_____. **A Miséria da Filosofia**. Lisboa, Portugal: Editora Estampa, 1978b.

_____. **Manifesto comunista**. São Paulo, SP: Boitempo Editorial, 2007.

_____. & ENGELS, F. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

MENDES SEGUNDO, M. das D. & RABELO, J. Marx e o fetichismo da mercadoria: notas a respeito do primeiro capítulo do livro I d'O Capital. In: JIMENEZ, S. & RABELO, J. (Orgs). **Trabalho, educação e luta de classes: a pesquisa em defesa da história**. Fortaleza: Brasil Tropical, 2004. P.31-47.

RUBIN, I. **A teoria do valor em Marx**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

RUMIÁNTSEV, A. **Economia Política: capitalismo**. Traducción al español. Editora Progreso, 1980.

SMITH, A. **A riqueza das nações**. São Paulo: Editora Abril, 1983.