

3. Crítica al carácter fetichista del capital	Titulo
Dussel, Enrique - Autor/a;	Autor(es)
Las metáforas teológicas de Marx	En:
Madrid	Lugar
Verbo Divino	Editorial/Editor
1993	Fecha
	Colección
Capital; Teoría económica; Filosofía política; Marxismo; Trabajo; Mercancías; Fetichismo;	Temas
Capítulo de Libro	Tipo de documento
"http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/otros/20120522094309/4cap3.pdf"	URL
Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.0 Genérica http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.es	Licencia

Segui buscando en la Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO

<http://biblioteca.clacso.edu.ar>

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)

Conselho Latino-americano de Ciências Sociais (CLACSO)

Latin American Council of Social Sciences (CLACSO)

www.clacso.edu.ar



Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
Conselho Latino-americano de Ciências Sociais
Latin American Council of Social Sciences



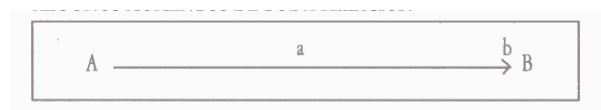
3. CRÍTICA AL CARÁCTER FETICHISTA DEL CAPITAL

Nos situaremos en un nivel epistemológico económico-filosófico, dentro del discurso central, definitivo y explícito de Marx.

En primer lugar, deseamos referirnos a un tema que pueda servir como de horizonte de comprensión a la totalidad de la cuestión que nos ocupa. Se trata del tema de la «relación». En efecto, toda «relación» -y como mostraba Aristóteles acerca de su cuarta categoría- supone al menos cuatro momentos: un término que se «relaciona-con» (activo) (*A*); otro término «con-el-que-se-relaciona» (pasivo) (*B*); la relación misma (*a*); y la dirección de la relación (*b*). No es lo mismo la relación desde *A* en dirección hacia *B*, que desde *B* hacia *A*.

Esquema 3.1

ALGUNOS MOMENTOS DE LA RELACIÓN



Es por demás conocido que todo el pensamiento de Marx, en definitiva, es un análisis de la relación, de rela-

ción de relaciones. Marx es un genio en el análisis de la relación: del trabajo vivo «con» el trabajo objetivado; del valor relativo «con» el valor equivalente; de la mercancía «con» el dinero; del capital industrial «con» el capital comercial> etcétera. Es imposible comprender a Marx sin entender dialécticamente los momentos de la relación. *En* la relación, *A* no es simplemente *A*, sino *A* «con-respecto-a» *B*. Ser «hijo» (*A*) no es simplemente ser persona, sino ser persona «con-respecto-a» otra persona «como» «padre». El «como» indica justamente la relación misma (la flecha *a*) y la dirección (punta *b* de la flecha). La relación del «hijo» (*A*) con el «padre» (*B*) es de filiación (se es hijo de, mientras que la relación del «padre» (*A*) con el «hijo» (*B*) es de paternidad (se es padre de). La diferencia entre filiación y paternidad, su contenido, está determinada por la «dirección» o el sentido (representada por la punta *b* de la flecha *a*). Todo esto es obvio, pero para Marx es esencial, como veremos.

3.1. EL FETICHISMO COMO «ABSOLUTIZACIÓN» DE LO RELATIVO

Creo que el tema nos tiene deparadas muchas sorpresas. Debo confesar que pensaba conocerlo al comenzar este estudio, pero, al ir avanzando, se abrieron tantas pistas que ahora, al iniciar la exposición, debo nuevamente afirmar aquello de que sólo *situaré* una problemática posible, sin pretensión no sólo de agotar el tema, sino de ni siquiera analizarlo suficientemente. Valga lo que sigue como conjeturas aproximativas.

Si debiéramos expresar en una hipótesis la totalidad problemática que nos ocupa, creemos que la expresión siguiente coloca fundamentalmente toda la cuestión:

«Este sabihondo -de la escuela ricardiana- convierte, pues, el valor (*Wert*) en algo absoluto (*absolutes*), en una 'cualidad de las cosas', en vez de ver en él algo relativo (*relatives*): la

relación (*Relation*) entre las cosas y el trabajo social; de un trabajo social basado en el trabajo privado y en el que las cosas no se determinan como algo dotado de autonomía, sino como meras expresiones de la producción social" ¹.

Aquí está planteado todo el tema, frontalmente. Por cuanto algo es constituido como «absoluto», tenemos el problema ontológico (y religioso mundano, claro está) del fetichismo. Pero es fetichista esa constitución porque ha sido sacada de la «relación-con». Como puede verse, la cuestión del «absoluto» y de la «relación» deberá ocuparnos en este asunto del fetichismo en Marx.

Pero, además, esta formulación debe advertirnos desde el inicio sobre el sentido de la palabra «social» -frecuentemente mal entendida- ². Para Marx, aquí «social» es una posición defectiva de la persona en la relación con otra persona, en la producción; es un carácter negativo, perverso, incorrecto:

«En qué profundo *fetichismo* se hunde nuestro sabihondo, y cómo convierte lo relativo en algo positivo [...] Como valores, las mercancías son magnitudes 'sociales' (*Gesellschaftliche*) [...] Allí donde el trabajo es *comunitario* (*gemeinschaftlich*), las relaciones entre los hombres no se manifiestan en su producción «social» como valor de las cosas. En la primera parte de mi obra he expuesto cómo el trabajo basado en el intercambio *privado* se caracteriza (*charakterisiert*) porque en él el *carácter social* del trabajo se representa como propiedad de la cosa; porque en él una *relación «social»* se manifiesta como

¹ *Manuscritos del 1861-1863*, Cuaderno XIV, p. 817 (ed. cast., III, p. 115; ed. ingl., III, p. 130; MEGA, cit., 6, p. 1317). Marx usará estas anotaciones en la edición definitiva de *El Capital*, I, cap. 1, nota 36 (I/1, p. 102; MEGA, II, 6, p. 113), cuando, defendiendo de alguna manera a Ricardo, expresa: «El autor de las *Observations* y Samuel Bailey inculpan a Ricardo el haber hecho del valor de cambio, que es algo *meramente relativo* (*relativen*), algo *absoluto*».

² Véase mi obra *La producción teórica de Marx*, pp. 87ss., etcétera.

una relación de las cosas entre sí [...] Esta *apariencia* {*Schein*) es considerada por nuestros adoradores del fetiche como algo real»³.

Aquí está planteada la condición de posibilidad de la anterior «absolutización» del valor. En el capitalismo hay un tal tipo de relación productor-productor (relación de producción, en abstracto, o de productores, en concreto) que sólo alcanza la «socialidad» gracias al mercado. Este *carácter* «social» puede comprenderse, como pervertido, desde la relación *comunitaria*. Marx necesita, para explicar el carácter *fetichista* del valor, partir del carácter «social» del trabajo (opuesto al carácter «comunitario» del mismo).

Deseamos también indicar desde un comienzo que para Marx la «forma fetichista» -como acostumbra a expresarse en los Manuscritos del 1861-1863-⁴ se acuña definitivamente en la cuarta redacción de El Capital en la denominación «*carácter fetichista*». Para el Marx definitivo, «forma» es forma de aparición, determinación que aparece como fenómeno. El fetichismo es un *modo* del capital como totalidad y de cada determinación. La palabra «carácter» quiere indicar este *modo* de «ponerse» del capital y de cada determinación: es una posición del capital o cada determinación como no-religada, no-referida, separada, autónoma, como absoluta. El «carácter» fetichista es un *modo* de ponerse el capital, y al mismo tiempo es un *concepto* (y lo que intentamos es el «desarrollo dialéctico del concepto de divinidad (feti-

³ *Ibid.* (pp. 114-115; pp. 129-130; pp. 1316-1317). Véase en nuestra obra *Ética comunitaria* (Paulinas, Madrid, 1986, caps. 2-3; con traducción en diversas lenguas), la diferenciación entre «social» y «comunitario» como tipos de *relación* práctica.

⁴ Véase mi obra *Hacia un Marx desconocido*, cap. 11 (pp. 226ss.).

chismo]», como expresaba Marx en su carta del 1837), una categoría interpretativa, y un mecanismo ideológico de ocultamiento (mecanismo cotidiano del capitalista o el obrero, y del economista científico capitalista). Deseáramos situar la problemática para describir el contenido del concepto y construir esta categoría ontológica (ya que recorre la *totalidad* del capital, como todo y en sus partes).

Por lo general, al tratarse el carácter fetichista en Marx, se hace referencia exclusiva a tres «lugares" donde se trata el asunto: el fetichismo de la mercancía, del dinero y del capital. No se tiene sin embargo conciencia de que la cuestión es mucho más esencial, ya que es necesario recorrer la totalidad del discurso de Marx. Es decir, el carácter fetichista, por ser un modo del capital *en totalidad*, toca no sólo el capital en general, sino igualmente cada una de sus determinaciones (no sólo la mercancía o el dinero, sino igualmente el trabajo asalariado, el medio de producción y el producto), el capital en la producción y en la circulación, y por ello el plusvalor y la ganancia, pero igualmente en cada una de sus funciones: capital industrial, comercial o capital que rinde interés (siendo evidentemente este último el capital fetichizado por excelencia). Es decir, se trata de tener en cuenta la totalidad del discurso, y en cada momento veremos siempre la referencia de Marx a la cuestión del fetichismo. Es una crítica ontológica (o en su consideración fetichista *como* «absoluto») completa del capital.

3.2. CARÁCTER FETICHISTA DEL CAPITAL EN GENERAL

Se "trataría de situar el carácter fetichista del capital como totalidad y en su nivel esencial fundamental. El «carácter fetichista» del capital se funda, en última ins-

tancia, en la absolutización de lo relativo, como hemos dicho. De la absolutización, separación, autonomía, mistificación de uno de los términos de la relación. Al negarse o aniquilarse el primer término (*A*, por ejemplo, el trabajo vivo), el segundo término (*B*, por ejemplo, el valor) se totaliza, se clausura, se fetichiza.

Si el «hijo» en la relación de filiación niega a su padre, no le queda otra que negarse como hijo. Sería un afirmarse como hijo de sí mismo. Sería la absolutización o la autofiliación. Se fetichizaría, se divinizaría, se pondría como el Absoluto. Una «parte» se pone como el «todo» negando las otras partes. A esto lo hemos llamado hace años la totalización totalitaria de la totalidad⁵. El acto de totalización o clausura es la auto-posición fetichista. Lo de «totalitaria» es la consecuencia práctica contra los que niegan en la praxis (se afirman como otros) dicha totalización: la totalidad los elimina, los reprime políticamente.

La autoafirmación fetichista de la totalidad supone la negación, la aniquilación de la exterioridad, de lo-otro o del-otro que el capital.

a) Negación de la exterioridad.

*Carácter «comunitario» o «social»
de la producción*

Como momento prácticamente desconocido por la tradición marxista posterior, Marx siempre parte de la exterioridad del trabajo vivo, *del otro que el capital*, su-

⁵ Véase mi obra *Filosofía ética latinoamericana*, Edicol, México, 1977, parágrafo 21 (t. II, pp. 22 ss.); y t. V (USTA, Bogotá, 1980), parágrafo 68: «Fetichización ontológica del sistema» (pp. 34 ss.).

puesta cuya eliminación se puede fetichizar el capital. La fetichización necesita como condición la aniquilación del otro que el capital:

«El proletariado en Alemania comienza apenas a nacer en el movimiento industrial que alborea, pues la *pobreza* (*Armut*) de que se nutre el proletariado no es la pobreza que se produce naturalmente, sino la que se produce artificialmente [...] Cuando el proletariado reclama la *negación* de la propiedad privada, no hace más que elevar a principio de la sociedad lo que la propia sociedad ha elevado a principio suyo, lo que ya aparece personificado en él, sin intervención suya, como resultado *negativo* de la sociedad» ⁶. «La existencia abstracta del hombre como puro hombre de trabajo, que por eso puede diariamente precipitarse de su plena *nada* en la *nada* absoluta» ⁷. «Este despojamiento total, esta desnudez de toda objetividad, esta existencia puramente subjetiva del trabajo. El trabajo como pobreza (*Armut*) absoluta [...] una objetividad que coincide con una inmediata *carnalidad* (*Leiblichkeit*) [...]» ⁸. «Por un lado aparece la capacidad de trabajo como *pobreza* (*Armut*) absoluta [...] puesta como mercancía ajena frente a dinero ajeno; pero el trabajador se presenta y compromete en su viviente *carnalidad* (*Leiblichkeit*) como pura posibilidad de trabajo que está completamente separada de todas las condiciones objetivas de su realización [...] El trabajador es, en cuanto tal, según su concepto, *pauper* (pobres) [...]» ⁹. El trabajador debe «ofrecer como mercancía su fuerza

⁶ *Introducción a la Crítica de la Filosofía del Derecho de Hegel*, final (OF, I, p. 502; CW, III, pp. 186-187; MEW, I, pp. 390-391). Véase el apéndice a mi obra *Hacia un Marx desconocido*, sobre «La exterioridad en el pensamiento de Marx» (pp. 365-372).

⁷ *Manuscritos del 44*, II (OF, I, p. 607; CW, III, p. 285; MEW, EB I, pp. 524-525).

⁸ *Grundrisse*, Cuad. III (I, p. 236; p. 296; 203). Véase mi obra *La producción teórica de Marx*, sobre «La exterioridad...» (caps. 7 y 13).

⁹ *Manuscritos del 1861-1863*, Cuad. I (MEGA, II, 3,1 [1976], pp. 34-35). Véase sobre el mismo tema, *Ibid.*, pp. 29-36.

de trabajo misma, la que sólo existe en la *carnalidad* (*Leiblichkeit*) viviente que le es inherente»¹⁰.

Estos cinco textos (desde 1843 hasta 1867) nos muestran la continuidad de la problemática en el pensamiento de Marx. El otro que el capital, el «no-capital» -como le agradaba escribir a Marx en los *Grundrisse* y en los *Manuscritos del 61-63-*, el trabajador, cara-a-cara¹¹ ante el capitalista (que personifica el capital), lo enfrenta en su propia *carnalidad* como desnudez, pobreza, como el «pobre»¹². El tema de la exterioridad, como *categoría* radical desde donde la misma categoría de «totalidad» es posible (Lukács, Kosi y otros han demostrado la importancia de la «totalidad», pero no han comprendido que se abre desde la «exterioridad»)¹³, es lo que permite a

¹⁰ *El Capital*, cap. 4,3 (Siglo XXI, México, 1979, t. I/1, p. 205; ed. inglesa, Lawrence, London, 1977, t. I, p. 165; MEW, XXIII, p. 183). Véase el apéndice sobre la «exterioridad», en *Hacia un Marx desconocido*, pp. 365-372.

¹¹ Véase mi obra *Filosofía de la Liberación*, cap. 2.1; y en mi *Para una ética de la liberación latinoamericana*, Siglo XXI, B. Aires, t. I, 1975, desde el parágrafo 16 en adelante. En su obra *Filosofía de la liberación latinoamericana*, FCE, México, 1983, H. Cerutti ridiculiza todos estos temas, y piensa hacerlo desde un punto de vista marxista (en realidad althusseriano). Por el contrario, la cuestión de la «exterioridad», el cara-a-cara, la proximidad (y aun la afirmación del momento llamado analéctico), se encuentra en lo más profundo del pensamiento de Marx (expresado con otras palabras y frecuentemente implícito).

¹² El concepto de «pobre» (que Marx gusta de nombrar en latín, *pauper*) es el *ante festum* (también en latín Marx) del capital (Cfr. mi obra *La producción teórica de Marx*, en numerosos pasajes). Hoy, cuando el «Sur» del mundo (el antiguo Tercer Mundo) se sume en la más profunda miseria, la categoría de «pobre» toma prioridad aun sobre la de explotado (véase igualmente en este punto mi obra nombrada, al final, sobre la «Cuestión popular», cap. 18.6; y en *Hacia un Marx desconocido*, cap. 3.2, y además en *El último Marx [1863-1882]*, en el tema de la «acumulación originaria», cap. 5).

¹³ La economía política puede construirse desde la categoría de

Marx mostrar cómo la negación del otro como otro, como dis-tinto (y no di-ferente en la totalidad del capital que lo ha subsumido), como todavía en su posición de contradicción absoluta, es la condición de posibilidad de la fetichización (absolutización) de la totalidad, del capital afirmado sin relación a una exterioridad (el otro término) que ha sido aniquilada:

«La única antítesis que se opone al trabajo objetivado es el no-objetivado [...] el trabajo subjetivo [...] Lo que es efectivamente no-capital es el trabajo mismo»¹⁴.

Pero Marx no sitúa la cuestión sólo de una manera subjetiva, abstracta: el trabajo vivo ante el capital, sino también de manera concreta, como el presupuesto: el trabajo «comunitario (*gemeinschaftliche*)» ante el trabajo «social (*gesellschaftliche*)». En general, en las traducciones del alemán no se cuidan las palabras. Frecuentemente se traduce «comunitario» por «colectivo», que no tiene sentido, ya que Marx nunca escribe *kollektive*.

Para entender la cuestión del carácter fetichista del capital (y de sus determinaciones esenciales), era necesario comprender la posición «social» del trabajo. Pero, para poder explicar el carácter social del trabajo, Marx necesita compararlo con «otras formas de producción»¹⁵.

Dejando de lado el ejemplo de Robinson, la Edad

«totalidad» (desde el capital como sistema, por ejemplo), pero la crítica de la economía política capitalista debe realizarse «desde» afuera (Cfr. mi *Filosofía ética latinoamericana*, t. II, cap. 6 sobre «El método de la ética» (parágrafos 26 y 37, pp. 156 ss.). Además, véase mi obra *El último Marx* (1863-1882), en cuyos capítulos 8 a 10 tratamos esta problemática.

¹⁴ El *Urtext* de la *Contribución* (ed. cast. en los *Grundrisse*, t. III, p. 212; en alemán, p. 942).

¹⁵ *El Capital*, I, cap. 1,4 (I/1, p. 93; I, p. 82; MEW, XXIII, p. 900).

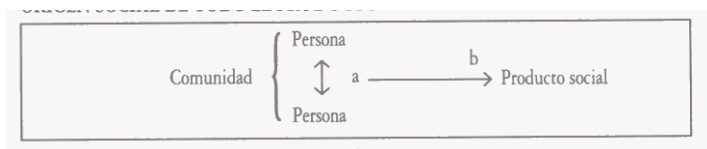
Media o el trabajo comunitario primitivo, Marx nos habla de:

"Imaginémonos finalmente, para variar, una asociación de hombres libres que trabajen con medios de producción *comunitarios* (*gemeinschaftlichen*) [...] El producto todo de la asociación es un producto social [...] El tiempo de trabajo servirá a la vez como medida de la participación individual del productor en el trabajo *comunitario* [...]" ¹⁶.

Es decir, el horizonte trascendental, como concepto límite que permite comprender la realidad de su no-realización en la «sociedad real» ¹⁷, se describe como una relación cara-a-cara, comunitaria, inter-personal, práctica.

Esquema 3.2

RELACION "COMUNITARIA" ENTRE PERSONAS, ORIGEN SOCIAL DE TODO EL PRODUCTO



La relación práctica interpersonal (*a*) es directa. Desde la comunidad («asociación de hombres libres»), el producto es originariamente social (*b*). No necesita del intercambio o del mercado (ser «valor») para advenir social. Es social desde el acto creador mismo del productor

¹⁶ *Ibid.* (p. 96; pp. 82-83; pp. 92-93).

¹⁷ Juega la misma función de textos utópicos, como por ejemplo: "Todos pensaban y sentían lo mismo; lo poseían todo en común y nadie consideraba suyo nada de lo que tenía [...] Entre ellos ninguno pasaba necesidad [...] Llevaban el dinero y lo ponían a disposición [...] y luego se distribuía según lo que necesitaba cada uno" (Hechos 4,32-35). Cfr. Hechos 2,42-47. Ambos textos están a la base de todo el "socialismo utópico".

en comunidad. El sujeto de trabajo, como individualidad plenamente realizada, es participante, con libertad y conciencia, de la comunidad.

La negación del otro, del trabajo vivo en su carnalidad (abstractamente), y de la comunidad de personas como lugar de la producción (concretamente), permite la constitución del capital; y esto por un doble movimiento. Por una parte, el otro, el pobre, el trabajador como exterioridad, es negado y subsumido en el capital como asalariado. Por otra parte, en concreto y por la disolución de los anteriores modos de apropiación y producción, el trabajador, aislado de su comunidad de origen, es subsumido individual y privadamente por el capital. Su trabajo, ahora privado, individual y abstracto (subjetivamente), produce un producto abstracto, privado, *para el intercambio* en el mercado (objetivamente), no para el uso de la comunidad. Bajo la ley del valor (como fundamento de la intercambiabilidad del producto), el producto es siempre mercancía; una mera cosa en el «mundo de las mercancías» (totalidad donde aparecen los fenómenos a la conciencia cognoscente cotidiana y públicamente compradora). El carácter «social» -término negativo y que indica la perversión de la relación- del producto-mercancía le viene dado por la no-comunidad del intercambio en el mercado; y la «socialidad» de la mercancía «socializa» a los productores aislados. El productor es «social» porque se vuelca en un mercado y recibe del mercado su socialidad:

«Como los productores no entran en contacto social *hasta que intercambian* los productos del trabajo, los atributos específicamente sociales de los trabajos privados no se manifiestan sino en el marco de dicho intercambio»¹⁸.

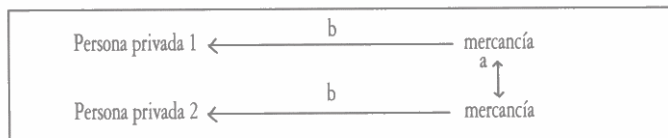
¹⁸ *El Capital*, cit. (p. 89; pp. 77-78; p. 87).

El trabajo «social» es así perversión del trabajo «comunitario». y el producto mercancía es la perversión del producto inmediatamente social. Es decir:

«El carácter fetichista del mundo de las mercancías *se origina* [advuértase se habla de "origen" y no de "naturaleza"...] en el peculiar *carácter social* del trabajo que produce mercancías»¹⁹.

Esquema 3.3

CARACTER SOCIAL DEL TRABAJO y DEL PRODUCTO-MERCANCIA DESDE PRODUCTORES PRIVATIZADOS



La relación entre mercancías (*a*), en el mercado, es el fundamento cósmico de la socialidad otorgada (*flecha b*) desde el mercado (y no desde la comunidad) a los productores. La independencia y separación del productor (1 y 2 son independientes por la división «social» del trabajo, en su concepto negativo, perverso) de los otros productores es así el horizonte de comprensión *desde donde* es posible el fenómeno del fetichismo.

b) Absolutización del valor. Constitución del fetiche

El trabajo «social» es la condición ontológica de posibilidad del fetichismo. Pero el fetichismo no es el trabajo social. El fetichismo es el mecanismo de absolutización del capital como tal²⁰, del valor en última instancia,

¹⁹ *Ibid.* (p. 89; p. 77; p. 87).

²⁰ El fetichismo, subjetivamente, es un «mecanismo» ideológico

porque el valor es la determinación pura y universal del capital:

«El concepto del capital en cuanto valor (*Wert*) que se reproduce *a sí mismo* y que se multiplica en la reproducción, en virtud de su atributo innato como (*als*) valor que permanece eternamente (*ewig*) y que crece -esto es, en virtud de la cualidad oculta de los escolásticos-»²¹. «[...] le sonríe al capitalista con todo el encanto cautivante de algo *creado de la nada* (*Schöpfung aus Nichts*)»²². «El capital aparece como la fuente misteriosa y autocreadora (*selbstschöpferische*) [...] de su propia multiplicación. La cosa [...] ya es capital como mera cosa; y el capital se manifiesta como mera cosa; el resultado del proceso total de reproducción aparece como un atributo que recae por sí en una cosa [...] En el capital [...], este fetiche automático -*el valor que se valoriza a sí mismo* [...] - se halla cristalizado en forma pura, en una forma en la que ya no presenta los estigmas de su origen. La *relación* social se halla consumada como relación de una cosa consigo misma [...]"²³.

Si es verdad que «el punto de partida del desarrollo [...] fue el sojuzgamiento del trabajador»²⁴ -negación de la exterioridad-, la *autoafirmación* absolutizante del capital, como valor que se autovaloriza *desde sí*, por la pretensión de una autocreación *de la nada*, por emanación panteísta desde su propia esencia, es el fundamento ontológico del fetichismo: es la esencia del carácter fetichista del capital, del valor, y por ello de todas sus determinaciones (mercancías, dinero, etcétera).

de ocultamiento (se toma lo relativo por lo absoluto); objetivamente, es un «modo" de existencia de capital.

²¹ *Ibid.*, III, cap. 24 (III/7, p. 504; III, p. 394; MEW, XXV, pp. 405-406).

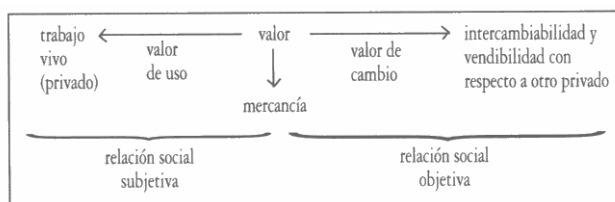
²² *Ibid.*, I, cap. 7, 1 (I/1, p. 261; I, p. 209; XXIII, p. 231). Este ex nihilo (de la nada) tiene una resonancia religiosa directa, frecuente en Marx.

²³ *Ibid.*, I, cap. 24 (III/7, p. 500; III, p. 392; XXV, p. 405).

²⁴ *Ibid.*, I, cap. 24 (I/3, p. 894; I, p. 669; XXIII, p. 743).

Esquema 3.4

DOBLE RELACION SOCIAL DE LA MERCANCIA COMO SOPORTE MATERIAL
DEL VALOR: VALOR DE USO PRODUCIDO Y VALOR DE CAMBIO
INTERCAMBIABLE



Subjetivamente, la negación de la relación productor-mercancía (trabajo vivo-valor) permite la absolutización del valor. Pero, por otra parte, puede igualmente no tenerse en cuenta, *objetivamente*, la relación del producto como mercancía en referencia a su realización: la mercancía es mercancía (no sólo porque es producto: relación productor-producto) porque es el soporte de un valor de cambio (es producida para el intercambio; la intercambiabilidad y posteriormente vendibilidad le es inherente a su esencia).

La «absolutización» del valor, entonces, es doble: por una parte, se oculta la «relación» con el trabajo vivo que lo produce o crea; y, por otra, se olvida la «relación» con el comprador posible. Sin comprador (sin intercambio real: sin realización en dinero), el valor de la mercancía se aniquila, y, por ello, tampoco el valor pertenece a la cosa misma (a la mesa), sino en tanto, al menos *in potentia* (*dynámei*, acostumbraba a escribir en griego Marx), es de hecho convertida en dinero.

Habiéndose negado el otro término de la relación (el trabajo vivo en la relación capital-trabajo), el capital se convierte «en algo *absoluto* [...] en vez de algo *relativo*» -como decía el sabihondo ricardiano- *al trabajo vivo*. Este absolutizar una «parte» (el capital) del «todo» (capital-trabajo) constituye la realidad del carácter fetichis-

ta. La *posibilidad* de esta absolutización (totalización de la totalidad, autoclausura del valor autovalorizante) parte, como hemos dicho, del hecho de que:

«[...]se] refleja ante los hombres el carácter *social* de su propio trabajo *como* caracteres objetivos inherentes a los productos del trabajo, como propiedades sociales naturales de dichas cosas, y, por ende, en que también refleja la relación social que media entre los productos y el trabajo global, como una relación social *entre los objetos* existente *al margen* de los productores»²⁵.

Pero téngase en cuenta que si se atribuye²⁶ a las cosas mismas el valor, independientemente del trabajo humano que las produce en su valor, y de su intercambiabilidad, es porque, antes, su fundamento ha sido absolutizado: la auto-posición del valor del capital como totalidad sin relación externa a sí mismo. La auto-posición del valor en la esencia del capital es el origen y fundamento de la atribución del valor a las mercancías como cualidades naturales inherentes a su constitución propia, autónoma, «coslea».

La «*forma* de mercancía» tiene un carácter fetichista en cuanto es la aparición fenoménica, la manifestación («*forma*» para Marx) de la autoposición del valor como esencia del capital que se autovaloriza. Marx -metódicamente- debió partir de la mercancía (lo abstracto) para concluir en el capital (lo concreto). Pero es el carácter fetichista del capital lo que funda el carácter fetichista de la mercancía. En la forma de mercancía aparece el carácter fetichista del capital (su fundamento, esencia, identidad que se auto-afirma como *absoluto*)²⁷:

²⁵ *Ibid.*, cap. 2,4 (I/1, p. 88; I, p. 77; XXIII, p. 86).

²⁶ Este «atribuir» es, justamente, el «mecanismo» ideológico de ocultamiento en el que consiste el fetichismo.

²⁷ Véase en Hegel, *Lógica*, el concepto de «Absoluto» (II, III,

«El valor pasa constantemente de una forma a otra, sin perderse en ese movimiento, convirtiéndose así en un *sujeto* (*Subjekt*) auto-motor [...] El valor se convierte aquí en el *sujeto* de un proceso en el cual en cuanto plusvalor se desprende de sí mismo como valor originario, se *autovaloriza* [...] *autovalorización*. Ha obtenido la cualidad oculta [*sic*] de agregar valor porque es valor. Pare crías vivientes o, cuando menos, pone huevos de oro [...] El valor necesita ante todo una *forma autónoma*, en la cual se comprueba su *identidad* consigo mismo»²⁸.

Este valor, como esencia última del capital, se torna un fetiche: hecho por la mano del hombre -como los *baales* o ídolos que criticaban los profetas de Israel 29-, ya que no es sino *trabajo* humano objetivado acumulado, que se ha tornado un Poder autónomo, autonomizado, que comienza a tener todos los atributos de un «dios»,: sujeto autocreador desde la nada, eterno, infinito en el espacio (destruyendo todas las barreras hasta llegar al mercado mundial), poder civilizador, fuente de libertad e igualdad, divinidad providente:

«Un verdadero Edén de los derechos humanos innatos. Lo que allí imperaba era libertad, igualdad y propiedad [...] porque cada uno se preocupa de sí mismo y ninguno *de otro* [...] en virtud de una armonía preestablecida de las cosas o bajo los auspicios de una Providencia omniastuta»³⁰.

1; *Werke*, Suhrkamp, Frankfurt, t. VI, pp. 187 ss.). Véase mi obra *Filosofía ética latinoamericana*, t. V, parágrafo 70, pp. 66 ss. Para Hegel, el «absoluto» es la esencia todavía en-sí, que no se ha traspasado en otro, que no es relativo-a (no es parte de un «mundo» todavía).

²⁸ *El Capital*, I, cap. 4, 1 (I/1, p. 188; I, p. 152; XXIII, pp. 168-169).

²⁹ Véase *infra* el capítulo 6 sobre «El ateísmo de los profetas y de Marx».

³⁰ *Ibid.* (p. 214; p. 172; p. 189).

3.3. CARÁCTER FETICHISTA DE CADA DETERMINACIÓN DEL CAPITAL

En la exposición del tema, y con razón, se sigue frecuentemente el orden del mismo Marx: fetichismo de la mercancía, del dinero, del capital. Es el orden genético e histórico, además metódico (de lo abstracto a lo concreto). El carácter fetichista toca al capital como tal, al valor, a cada una de sus determinaciones o formas de aparición del capital; pero además, desde la circulación a la producción, y desde el capital industrial hasta el comercial y el que rinde interés. Toca todo el capital y en todos sus momentos.

El orden de las determinaciones, en la siguiente exposición, lo tomaremos desde el capital ya realizado del ciclo del capital mercancía ³¹ (véase el esquema 2.1, *supra*).

a) Carácter fetichista de la mercancía

Después de lo ya expuesto en el párrafo anterior sobre el carácter fetichista del capital como totalidad, es fácil comprender el de la mercancía. Marx expone en *El Capital*, como hemos visto en el capítulo anterior, sólo en dos lugares extensamente, la cuestión del fetichismo: al comienzo (el fetichismo de la mercancía, tomo I, capítulo 1,4) ³² y al final (el fetichismo del capital que rinde

³¹ Véase *Ibid.*, II, cap. 3. De esta manera, aunque partimos del capital ya «devenido», guardamos el orden de *El Capital* en el libro I.

³² Deben tenerse en cuenta las sucesivas redacciones de este texto, desde 1857 a 1873. En efecto, en la *Contribución* (1859) hay ya muchas indicaciones dispersas, en el capítulo 1 y 2, sobre nuestro tema. En el capítulo 1 de la redacción de *El Capital* de 1866 las hay igualmente. Pero sólo, y como hemos visto, en 1873 Marx escribe el párrafo 4 del capítulo 1 sobre «El fetichismo de la mercancía».

interés, tomo III, capítulo 24). La mercancía era la primera forma de aparición del capital que Marx estudia en *El Capital*, I. N o la trata simplemente como mercanda, sino ya como la mercancía *como capital* (es decir, ya en este caso subsumida). Como capital, la mercancía queda constituida en el carácter fetichista del capital como tal. Por ello, al aparecer en el mercado el capital *como mercancía*, el valor que ella tiene le es atribuido a la mercancía misma, como cosa autónoma, absoluta, sin relación con el capital, de la que forma parte, ni con el trabajo vivo que la produjo en las condiciones del trabajo social que la caracterizan como mercancía:

«La forma de mercancía, y la relación del valor entre los productos del trabajo en que dicha forma se representa, nada tiene que ver con la naturaleza física de los mismos [...] La forma fantasmagórica de una relación entre cosas es sólo la *relación social* determinada existente entre aquéllos (las personas) [...] A esto llamo el fetichismo que se adhiere a los productos del trabajo, no bien se los produce como mercancías, y que es inseparable de la producción mercantil» ³³.

Como en el mundo de la religión fetichista, cada mercancía (como cada fetiche, obra de las manos del hombre) tiene vida propia, poder, valor desde sí, como cualidad natural de la cosa misma. Es nuevamente un término de la relación (trabajo, producto o intercambiabilidad) que negando el otro término se absolutiza, y «se lanza a bailar» sobre sus patas y con «su testa de palo» - referencia explícita a la «leña» de su artículo de juventud ya los fetiches contra los que profetiza Isaías- ³⁴.

«El carácter enigmático» de la forma de mercancía consiste, entonces, en que apareciendo en el «mundo de las mercancías» (nivel fenoménico por excelencia), como forma de manifestación del capital, el valor como mer-

³³ *Ibid.*, I, cap. 1,4 (I/1, pp. 88-89; I, p. 77; XXIII, pp. 86-87).

³⁴ *Ibid.* (p. 87; p. 76; p. 85).

cancia, la existencia del valor en dicha cosa, es atribuible a la mercancía, o al capital, ya autonomizado de toda relación con el trabajo vivo y determinado por la forma *social* que adopta al ser subsumido por el mismo capital. y esto porque, no hay que olvidarlo, la mercancía que aparece en el mercado (la «forma de mercancía» del capital) es capital; es uno de los modos de existencia del capital.

b) Carácter fetichista del dinero

Por ser la primera «forma» de aparición del capital en el mercado, y la primera que Marx estudió -desde 1844, y en los *Grundrisse* todavía era la primera categoría en el orden de la exposición, no así en *El Capital*, que es anticipada por la mercancía-, hay múltiples referencias en la obra de Marx al asunto. Pero:

:

«El enigma que encierra el *fetichismo del dinero* no es más que el enigma, ahora visible y deslumbrante, que encierra el *fetichismo de la mercancía*»³⁵.

Y esto ¿por qué? Porque «la forma del dinero es exterior a la cosa misma, y por tanto mera *forma de manifestación* de relaciones humanas ocultas detrás de ella»³⁶. De otra manera, el dinero no es sino una mercancía cuyo valor de uso es el equivalente general de los valores de cambio de las demás mercancías. La «forma de dinero» del oro no es inherente a las cualidades físicas del oro, sino a una determinación histórico-social que lo constituye *como* dinero (o como la medida y equivalente general de todos los otros valores de cambio). Pero el dinero (oro, por ejemplo) es la única mercancía que no debe «realizarse», en abstracto (es decir, venderse: convertirse en dinero), porque ya es dinero, y siendo el di-

³⁵ *Ibid.*, cap. 2 (I/1, p. 113; I, p. 96; XXIII, p. 108).

³⁶ *Ibid.* (p. 111; p. 94; p. 105).

nero la forma de manifestación más próxima al ser del capital, es aquella *determinación* o *forma de capital* que por naturaleza aparece como el fetiche en cuanto tal. De ahí que Marx le aplicó el texto del Apocalipsis ya copiado: «Estos tiene un mismo propósito y entregarán su poder y su autoridad a la Bestia [...]»³⁷.

Es Mammón; es aquella mercancía a la que se atribuye el valor como inherente a sus cualidades reales, físicas. El valor es, en su aparición fetichista, el oro mismo -sin relación alguna al trabajo que constituyó el valor del oro-. En los *Grundrisse* había escrito: «Moloch al cual todo es sacrificado»³⁸.

Y partiendo de la metáfora del Apocalipsis, en la que la Bestia marca a todos con su señal *en fa frente* (la imagen del emperador romano se estampaba en las monedas, o a fuego en la frente de los esclavos se señalizaba su carácter de tal), Marx se refiere repetidas veces a esa «señal»:

«El valor no lleva escrito *en la frente* lo que es»³⁹. «A formas que llevan escrita *en la frente* su pertenencia a una formación social»⁴⁰.

c) *Fetichización del trabajo como trabajo asalariado*

La tercera determinación del capital es la del trabajo *como capital*:

«El pueblo elegido llevaba escrito *en la frente* que era propiedad de Jehovah; la división del trabajo estampa *en fa frente*

³⁷ *Ibid.* (p. 106; p. 90; p. 101).

³⁸ *Grundrisse* (I, p. 135; p. 199; p. 113).

³⁹ *El Capital*, I, cap. 1, 4 (I/1, pp. 90-91; I, p. 79; XXIII, p. 88).

⁴⁰ *Ibid.* (pp. 98-99; p. 85; p. 95).

del obrero manufacturero la marca de su propietario: el capital»⁴¹.

Este es quizá el aspecto más desapercibido del fetichismo. La fetichización del trabajo vivo mismo -para el capitalista y para el mismo obrero-:

«Tan pronto se inicia el proceso de trabajo, el trabajo vivo se incorpora al capital como actividad perteneciente a éste [...] la forma social general del trabajo (plasmado) en el dinero se manifiesta como cualidad propia de una cosa. De este modo, la fuerza productiva del trabajo social y las formas específicas que adopta se presentan ahora como fuerzas productivas y formas del capital, del trabajo materializado, de las condiciones materiales del trabajo, que, en cuanto a la forma sustantivada del trabajo vivo, se enfrentan al trabajo vivo personificadas en el capitalista. Volvemos a encontrar aquí la inversión de los términos que, al estudiar la esencia del dinero, hemos calificado como el *fetichismo*»⁴².

El trabajo vivo, entonces, se enfrenta al capital que es visto como un Poder en sí, como valor, y no *como trabajo* materializado. De manera que el trabajo vivo es dominado por el trabajo pasado objetivado sin necesidad de medio coactivo alguno. La subsunción del trabajo se realiza, primero formalmente por medio de la manufactura (donde el trabajo como trabajo guarda las características anteriores), y posteriormente de manera real o *material* (por medio de la maquinaria misma):

«El trabajo se presenta sólo como órgano consciente, disperso bajo la forma de diversos obreros vivos presentes en muchos puntos del sistema mecánico, y *subsumido* en el proceso total de la maquinaria misma, sólo como un miembro del sistema cuya unidad no existe en los obreros mismos [...] En la maquinaria, el trabajo objetivado se enfrenta materialmente al trabajo vivo como *Poder* que lo domina y como subsun-

⁴¹ *Ibid.*, cap. 12 (I/2, p. 439; I, p. 341; XXIII, p. 382).

⁴² *Manuscritos del 1861-1863*, Cuad. XXI, p. 1317 (ed. cast., I, p. 362; I, p. 338; MEGA, II, 3, 6, p. 2160).

ción activa del segundo bajo el primero [...] en el proceso real mismo de producción»⁴³.

El trabajo subsumido en el capital, el trabajo como capital, es ahora una forma de aparición del capital (siendo en realidad la propia fuente creadora del valor) y, por ello, «si el trabajo (vivo) se identifica con el trabajo asalariado»⁴⁴, el trabajo se ha fetichizado para el trabajador mismo; para él mismo es una mercancía:

«La fuerza de trabajo, *como mercancía*, sólo puede aparecer en el mercado en la medida y por el hecho de que su propio poseedor -la persona a quien pertenece esa fuerza de trabajo- la ofrezca y venda *como mercancía*»⁴⁵.

Pero la fetichización de la capacidad o fuerza de trabajo es de naturaleza totalmente distinta que la de las otras determinaciones. Se produce cuando se «separa» o no se relaciona (se absolutiza) la capacidad o fuerza de trabajo con el trabajo vivo como tal. El propio trabajo vivo, en su uso, como fuerza de trabajo, produce su salario en el «tiempo necesario»; es decir, es la fuente del valor del salario y de la fuerza de trabajo, pero el mismo trabajador atribuye al dinero recibido como salario la fuente de su reproducción: «El obrero [...] recibe bajo el nombre de salario una parte del producto en que se representa *la parte* de su trabajo que denominamos trabajo necesario»⁴⁶; *pero no lo sabe*. Además, cree que la totalidad de su trabajo objetivado es igual al salario (confundiendo trabajo vivo con capacidad de trabajo o trabajo asalariado; o creyendo que el trabajo vivo tiene valor y no la sola capacidad o fuerza productiva), de donde la

⁴³ *Grundrisse* (II, pp. 219-220; p. 693; p. 585).

⁴⁴ *El Capital*, III, cap. 48 (III/8, p. 1050; III, p. 825; XXV, p. 833).

⁴⁵ *Ibid.*, I, cap. 4,3 (I/1, pp. 203-204; I, p. 165; XXIII, p. 182).

⁴⁶ *Ibid.*, III, cap. 48 (III/8, pp. 1045-1046; III, p. 821; XXV, p. 829).

fetichización del valor es posible (y es posible como autoposición de un valor que se valoriza a sí mismo, por sí mismo, desde sí mismo). La fetichización del trabajo ante los ojos del trabajador mismo es el constituyente subjetivo de la fetichización del valor, del capital como tal.

d) Carácter fetichista de los medios de producción

De la misma manera, los mismos medios de producción, en especial la máquina (pero también la tierra, por ejemplo entre los fisiócratas), se fetichizan:

«Al convertirse en un autómatas, el instrumento de trabajo se enfrenta *como capital*, durante el proceso de trabajo, con el propio obrero; se alza frente a él como trabajo *muerto* que domina y chupa la fuerza de trabajo vivo»⁴⁷.

De nuevo, el valor aparece *como* maquinaria (no es ya la maquinaria técnicamente «como» maquinaria, ni la maquinaria «como» capital, sino ahora el capital «como» maquinaria). El obrero se enfrenta a este rostro material fetichizado del capital en el proceso productivo:

«El obrero combate [...] contra el modo material de existencia del capital. Su revuelta se dirige contra esa forma determinada del medio de producción en cuanto fundamento material del modo de producción capitalista»⁴⁸. «En su unidad material está subordinado (el obrero) a la unidad objetiva de la maquinaria [...] que como un *monstruo animado* objetiva el pensamiento científico y es de hecho el coordinador [...]»⁴⁹. «El medio de trabajo *asesina* al trabajador»⁵⁰. «Hasta las medidas que tienden a facilitar el trabajo se convierten en medio

⁴⁷ *Ibid.*, I, cap. 13,4 (I/2, p. 516; I, p. 399; XXIII, p. 446). La metáfora «chupa» se refiere a la «sangre» = vida.

⁴⁸ *Ibid.* (p. 521; p. 403; p. 451).

⁴⁹ *Grundrisse* (I, p. 432; p. 470; p. 374).

⁵⁰ *El Capital*, I, cap. 13,4 (I/2, p. 526; I, p. 407; XXIII, p. 455).

de *tortura*, pues la máquina no libra al obrero del trabajo, sino que priva a éste de su contenido" ⁵¹.

Marx piensa siempre en la máquina como un monstruo, un fetiche, un organismo muerto que sólo se reanima, resucita, gracias al trabajo vivo:

«En cuanto actividad productiva orientada a un fin -en cuanto hilar, tejer, forjar-, el trabajo por mero contacto hace que los medios de producción *resuciten de entre los muertos*, les infunde vida [...]" ⁵². Las máquinas, «tanto en vida, durante el proceso de trabajo, como después de muertas, mantienen su figura autónoma con respecto al producto" ⁵³. «En tanto el trabajo productivo transforma los medios de producción en elementos constitutivos de un nuevo producto, con el valor de ellos se opera una transmigración de las almas. Dicho valor pasa del cuerpo consumido al cuerpo recién formado. Pero esta metempsícosis acontece a espaldas del trabajo efectivo" ⁵⁴.

Es decir, el monstruo, el fetiche, tiene vida procedente del trabajo vivo, pero, aun cuando muere, conserva la inmortalidad *de su alma*. Es el cuerpo de la máquina el que muere (su materialidad), pero su alma (el valor) transmigra (circula) aun en el caso del capital constante o fijo. Todo esto es ya una teología «metafórica», como veremos en el capítulo próximo. Transmigra, sea en el producto inmediato, sea en la rotación larga en todos los productos. Marx piensa nuevamente, entonces, en los medios de producción fetichizados como entes divinos, indestructibles, inmortales, en cuyas venas circula el absoluto (el valor absolutizado: no relativo al trabajo, ni a su condición social, ni a su esencial intercambiabilidad o necesidad de realización).

⁵¹ *Ibid.* (I/2, p. 516; I, p. 398; XXIII, p. 446).

⁵² *Ibid.*, I, cap. 6 (I/1, p. 242; I, p. 194; XXIII, p. 215).

⁵³ *Ibid.* (p. 246; p. 197; p. 218).

⁵⁴ *Ibid.* (p. 249; p. 199; p. 221).

e) *Fetichización del producto*

La última determinación esencial que debemos exponer es el «producto», no como producto (fruto de trabajo vivo), sino *como capital* primero, y, en segundo lugar, el «capital» *como producto* fetichizado.

Ya sabemos que si se produjeran productos con un trabajo *comunitario*, el carácter del producto sería distinto:

«Todos los *productos* de Robinson constituían su producto exclusivamente personal [...] El *producto* todo de la asociación [de hombre libres: comunidad] es un *producto* social [...] El tiempo de trabajo servirá a la vez como medida de la participación individual del productor en el trabajo *común*, y también, por ende, de la parte individualmente consumible del producto *común*»⁵⁵.

En este caso, en un trabajo y un producto *comunes* «las relaciones sociales de los hombres con sus trabajos y con los productos de éstos siguen siendo aquí *diáfana-mente sencillas*»⁵⁶, es decir, los productos no están fetichizados todavía. De otra manera, «estas mercancías no serían, entonces, *productos* del capital»⁵⁷. ¿Qué significa esto? Significa que el producto no ocultaría en su seno plusvalor desappropriado al obrero y acumulado en el capital. El producto tendría objetivado tanto trabajo como producto que el trabajador recibiría (de manera directa o indirecta, pero sin pérdida de un excedente).

Por el contrario, en una forma social donde el trabajo tiene un carácter social, es decir, donde la socialidad

⁵⁵ *Ibid.*, I, cap. 1,4 (I/1, p. 96; I, p. 83; XXIII, p. 93).

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ *Ibid.*, III, cap. 10 (III/8, p. 222; III, p. 175-176; XXV, p. 185).

del trabajo le viene otorgada por el hecho de que sus *productos* privados son sólo mercancías para un mercado (y el mercado otorga la socialidad al producto y al trabajador privado), el producto se fetichiza.

El producto pareciera poseer valor en sí mismo, como cosa, pero además, en el capital, *el valor del producto* parecería ser diverso al *precio en el mercado* del mismo producto. La ganancia o la diferencia entre el valor del precio de costo del producto y el *valor* expresado en dinero (precio final) en el mercado se produciría por la venta del producto *por sobre* su valor. Para ello habría que atribuir, por una parte, valor al producto como cosa autónoma, y constituir el mercado como causa de *nuevo* valor (fetichización de la circulación con respecto a la producción). La circulación crearía valor:

«La investigación demostrará que, en la economía política capitalista, el precio de costo adopta la *falsa apariencia* de una categoría de la propia producción del valor»⁵⁸.

Fetichización o falsa apariencia son dos fenómenos que tienen una misma fuente: la absolutización y pretendida auto-creación del valor (es decir, la ceguera del plusvalor contenido en el producto con respecto a la ganancia realizada en la venta de la mercancía).

El *producto* tiene un valor: lo invertido en dinero en los medios de producción y en salarios, y *el plusvalor creado en el tiempo de plustrabajo impago* («el valor se refiere a la cantidad global del trabajo pago e impago contenido en ella»⁵⁹ -en el producto o en la mercancía-).

La fetichización del producto, entonces, consiste en creer que el precio de costo (lo gastado en dinero por el

⁵⁸ *Ibid.*, cap. 1 (III/8, p. 31; III, p. 28; XXV, p. 37).

⁵⁹ *Ibid.*, cap. 9 (III/8, p. 208; III, p. 165; XXV, p. 175).

capital para producir el producto; para el capitalista, su valor) es igual al valor del producto (como sale de la fábrica), y de esta manera se «*oscurece y mistifica* [se fetichiza] por entero, y desde un principio el verdadero origen del plusvalor [...], el propio plusvalor *aparece* como surgiendo del capital global [...] (su origen) se encuentra borrado en el concepto de ganancia; por tanto, y de hecho, (el plusvalor se encuentra), en esta su figura transmutada de ganancia, (y así), el propio plusvalor ha negado su origen»⁶⁰.

«Oscurecer», «mistificar», «ocultar», «borrar» son verbos que indican de otra manera el fenómeno de «fetichizar». Es decir, la fetichización del producto consiste, en última instancia, en que el producto «aparezca» como siendo igual en su valor al valor puesto por el capital, y, por ello, la ganancia posterior procedería de la «astucia» del capital en el mercado:

«Si en la formación del valor mercantil (del producto) no entra ningún otro elemento que el adelanto del valor capitalista, no es posible comprender (por la fetichización) cómo ha de salir de la producción *mayor valor* que el que ingresó a ella, salvo que se *cree algo de la nada (aus Nichts)*. Pero Torrens sólo elude esta *creación de la nada (Schöpfung aus Nichts)* al transferirla de la esfera de la producción de mercancía a la esfera de la circulación mercantil»⁶¹.

Lo que pasa, entonces, es que en el producto se encuentra ya todo el valor que se realizará posteriormente como ganancia. La fetichización del trabajo asalariado produce la fetichización del producto y de la ganancia, y todo por la «desaparición» del plusvalor en la producción:

«La ganancia [...] se oculta y extingue el origen y el *misterio* de su propia existencia. En los hechos, la ganancia es la

⁶⁰ *Ibid.* (p. 211; p. 167; p. 177).

⁶¹ *Ibid.*, III, cap. 1 (III/6, p. 43; III, p. 39; XXV, p. 48).

forma como ocurre esto: se halla *envuelto en el misterio* y parece provenir de cualidades *ocultas* que le son inherentes (al capital)»⁶².

Si el producto fuera el fruto de un trabajo comunitario, sería transparente: producto de trabajo y para las necesidades humanas de los trabajadores en comunidad. No habría fetichización, ni plusvalor, ni plustrabajo. y el objetivo sería trabajo consumido.

Si el producto, en cambio, es fruto de un trabajo social, se encuentra la misteriosa oscuridad del fetiche: producto de un trabajo privado y como mercancía (producto para el mercado) y por ello oculta el plustrabajo, y la ganancia pareciera ser una relación del «capital como relación *consigo mismo*»⁶³. La fetichización del capital (del valor) funda la fetichización del producto. Pero la fetichización de éste pende de la fetichización de la circulación -que es nuestro próximo tema-.

3.4. CARÁCTER FETICHISTA DE LA CIRCULACIÓN

La tesis podría ser enunciada así: «El proceso de la circulación *olvida* el proceso de producción»⁶⁴.

O de esta otra manera:

«Todos los economistas incurren en la misma falta: en vez de considerar la plusvalía puramente en cuanto tal, la consideran bajo las formas específicas de ganancia y renta de la tierra»⁶⁵.

Esta es la tesis con la que concluye de toda la obra *Teorías sobre el plusvalor* de los *Manuscritos del 1861-*

⁶² *Ibid.*, cap. 2 (III/6, p. 56; III, p. 48; XXV, p. 58).

⁶³ *Ibid.*

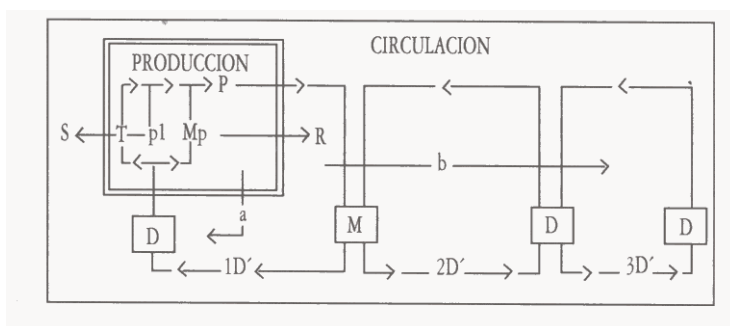
⁶⁴ *Ibid.*, cap. 7 (III/6, p. 173; III, p. 138; XXV, p. 147).

⁶⁵ *Manuscritos del 1861-1863*, Cuad. VI, p. 220 (ed. cast., I, p. 33; I, p. 40; MEGA, II, 3, 2, p. 333).

1863. La absolutización del capital (del valor) funda la absolutización del «mundo de las mercancías», el proceso de circulación, del mercado. Si está el «objeto endemoniado, rico en sutilezas metafísicas y reticencias teológicas»; si tiene un «carácter místico» la mercancía; si «la magia y la fantasmagoría [...] nimbán los productos del trabajo» es porque «los economistas se dejan encandilar por el fetichismo adherido al *mundo de las mercancías* (Warenwelt)»⁶⁶.

Esquema 3.5

PROGRESIVO FETICHISMO DEL CAPITAL



Clarificaciones del esquema: D: dinero; T: trabajo asalariado; Mp: medios de producción; P: producto; pl: plusvalor; M: mercancía; R: renta; S: salario; 1D': dinero con ganancia industrial; 2D': dinero con ganancia comercial; 3D': dinero con interés; flecha a: progresiva fetichización de la producción a la circulación; flecha b: progresiva fetichización del capital industrial al que se rinde interés.

El «mundo de la mercancía» -como el *mundo* fenoménico de la *Lógica* de Hegel, o el «mundo» de *El ser y el tiempo* de Heidegger- es la totalidad dentro de cuyo horizonte se presentan los fenómenos, donde aparecen las formas de manifestación de lo que *está detrás* (todas estas nociones, palabras y conceptos se encuentran ex-

⁶⁶ Todas las expresiones citadas son las del ya nombrado párrafo 4, del capítulo 1, del libro I de *El Capital*.

plícitas en Marx, continuamente). La fetichización del «mundo de las mercancías», del horizonte de la circulación, del mercado, es lo que funda la «forma de mercancía (Warenform)»⁶⁷ que adoptan todos los productos del capital. El carácter fetichista del valor capital, dinero, trabajo asalariado, etc., *aparece* finalmente y siempre en «el mundo de la mercancía» fetichizada. Todo el misterio y la mistificación del fetichismo estriba en negar este principio fundamental: «En la esfera de la circulación no (se) genera valor ni plusvalor»⁶⁸.

El pretender que se genera valor (como ganancia) en la venta del producto (del pasaje de *P* a *M*, y de *M* a *D*: realización del producto/mercancía en dinero) es justamente haber fetichizado el valor y el producto, y por ello la mercancía, y el pensar que el capital genera valor al vender el producto/mercancía y al realizarlo en *más* dinero. Por ello, es un progresivo proceso de fetichización, no sólo desde la producción a la circulación, sino aun del capital industrial al comercial y al que rinde interés. Podemos así anticipar como tesis de *aumento* de fetichización (flecha *b* del esquema 3.5) a medida que nos alejamos del trabajo y del proceso productivo:

«Cuanto más sigamos el proceso de valorización del capital, tanto más *se mistificará* (se fetichizará) la relación del capital, y tanto menos se desvelará el *misterio* de su organismo interno»⁶⁹.

El organismo *interno*, el plano profundo (el «mundo esencial», diría Hegel), el horizonte oculto y fundamental donde se genera el valor, la resolución del misterio y la posibilidad de desfetichizar el capital, se encuentra en el mundo de la «producción», en el proceso productivo

⁶⁷ *El Capital*, I, cap. 1,4 (I/1, p. 101; I, p. 86; XXIII, p. 97).

⁶⁸ *Ibid.*, III, cap. 17 (III/6, p. 361; III, p. 281; XXV, p. 292).

⁶⁹ *Ibid.*, cap. 2 (III/6, p. 56; III, p. 48; XXV, p. 58).

del capital. Marx representa a dicho ámbito como el «infierno» donde el obrero es inmolado en «sacrificio» al fetiche:

«Abandonemos por tanto esa ruidosa esfera instalada en la superficie y accesible a todos los ojos [la circulación, el mercado], para dirigirnos junto al poseedor del dinero y al poseedor de fuerza de trabajo [...] hacia la oculta sede de la producción, en cuyo dintel se lee: Prohibida la entrada salvo por negocios [...] El trabajador sigue [al capitalista] con recelo, re-luctante, como el que ha llevado al mercado su propio pellejo y no puede esperar sino una cosa: que se lo curtan» ⁷⁰.

Es una procesión sacrificial: el «cordero» será ofrecido en sacrificio:

«[...] una lapidadora de seres humanos, de trabajo vivo, una derrochadora no sólo de *carne y sangre*, ⁷¹ sino también de nervios y cerebro» ⁷². «Este sacrificio de vidas humanas (*Menschenopfer*) se debe a la sórdida avaricia [...]» ⁷³.

⁷⁰ *Ibid.*, I, cap. 4 (I/1, p. 214; I, p. 172; XXIII, pp. 190-191).

⁷¹ «Carne» y «sangre» son categorías antropológicas hebreas, bíblicas, en lugar de! «cuerpo» y «alma» de los griegos. Para este tema he escrito una trilogía: *El humanismo helénico*, Eudeba, Buenos Aires, 1976; *El humanismo semita*, Eudeba, Buenos Aires, 1969, y *El dualismo en la antropología de la Cristiandad*, Guadalupe, Buenos Aires, 1974. En ellas expongo la importancia de las categorías «carne» y «sangre», concepción *unitaria* del ser humano como persona, dentro de cuya tradición semito-cristiana explícita se inscribe ciertamente Marx, contra la antropología dualista griega y «moderna» cartesiana. Es una cuestión esencial la unidad de la «carnalidad» de la persona en la interpretación filosófico-económica de Marx. La dignidad de la «carnalidad» (corporalidad) está a la base de todo el pensamiento de Marx, como del pensamiento crítico de los profetas de Israel y del fundador del cristianismo; ¿cómo podría afirmarse que «dar de comer al hambriento» en su corporalidad es el criterio absoluto del juicio ético (Mateo 25) si no hubiera una afirmación definitiva de la dignidad de la «carne»?

⁷² *El Capital*, III, cap. 5 (III/6, p. 107; III, p. 88; XXV, pp. 98-99).

⁷³ *Ibid.*

El templo de la Bestia, del fetiche, es la fábrica, es el lugar de la muerte del obrero y de su explotación, como un infierno:

«[...] el proceso de producción aparece como martirologio de los trabajadores [...] Todo progreso de la agricultura capitalista no es [...] un progreso en el arte de esquilmar al obrero»⁷⁴.

El lugar de la producción como maldición, como la esencia del misterio, es lo que la fetichización de la circulación oculta:

«Ser trabajador productivo no constituye ninguna dicha, sino una maldición»⁷⁵. «El *misterio* de la autovalorización del capital se resuelve [en el nivel productivo] en el hecho que éste puede disponer de una cantidad determinada de trabajo ajeno impago»⁷⁶.

Para Marx, entonces, hay un nivel superficial fetichizado de la circulación, donde *pareciera* que se genera la ganancia (*más valor desde el capital mismo*), y se niega, se oculta el otro término *de la relación*: el proceso productivo, el nivel profundo. De nuevo, la fetichización, como absolutización, es negar un término de la relación autonomizando el otro (en este caso, la circulación, el mercado):

«En la *superficie* de la sociedad burguesa, el salario del obrero se pone de *manifiesto* (el fenómeno) como precio del trabajo [...]»⁷⁷.

Para Marx, «entrar» en el proceso productivo es «sa-

⁷⁴ *Ibid.*, I, cap. 13 (I/2, p. 612; I, p. 474; XXIII, pp. 528-529). Véanse los capítulos 8 y 13,3ss. de *El Capital* sobre el sufrimiento del obrero en el proceso productivo del fetiche al que es sacrificado.

⁷⁵ *Ibid.*, cap. 14 (I/2, p. 616; I, p. 477; XXIII, p. 532).

⁷⁶ *Ibid.*, cap. 16 (I/2, p. 649; I, p. 500; XXIII, p. 556).

⁷⁷ *Ibid.*, cap. 17 (I/2, p. 651; I, p. 501; XXIII, p. 557).

lir» del proceso de circulación; y de la misma manera el producto «sale» del proceso productivo y «entra» o es lanzado al proceso del mercado. Ese límite entre circulación y producción es fundamental para comprender la cuestión del fetichismo. Lo enigmático, misterioso, fantasmagórico en el plano superficial, visible a todos los ojos, fenoménico, de las formas de aparición del valor se da en el «mundo de las mercancías»: la circulación. Por el contrario, lo oculto, olvidado, invisible es el plano de la producción. El fetiche no aparece *como fetiche* en la circulación: es invisible. En su invisibilidad consiste su Poder, el poder de la «religión mundana». Antes la cosa era más simple: «Esos antiguos organismos sociales de producción son muchísimo más sencillos y *transparentes* que los burgueses» ⁷⁸.

Transparencia y visibilidad en el horizonte superficial de la circulación es lo propio de todos los sistemas antiguos. El trabajo del esclavo es *visible* como tal; el tributo del siervo del feudalismo es *visible* como tal. Producción y circulación son transparentes, manifiestan su ser, no ocultan nada. Por el contrario, el capital (el valor) oculta, retira de las miradas, lanza al proceso de producción, torna invisible el ámbito del trabajo mismo (en la manufactura, en la fábrica, en el trabajo capitalista de la tierra), lo torna no-fenómeno: escinde la producción (nivel profundo invisible) de la circulación (nivel superficial visible). La *invisibilidad* del origen, de la realidad y explicación de los fenómenos *visibles* permite la fetichización del valor (del capital): es el fundamento de dicho mecanismo ideológico. Por ello, el enigma, el misterio, la mistificación, la fetichización de todas las determinaciones del capital, y en especial de la ganancia, es posible porque se sitúa *todo* en el mero horizonte de la circulación. La fetichización de la circulación como ho-

⁷⁸ *Ibid.*, cap. 4 (I/1, p. 97; I, p. 83; XXIII, p. 93).

rizonte ontológico desde donde se conoce todo lo que se presenta en el sistema capitalista es el origen del mecanismo de ideologización de la economía política capitalista. Esto lo vio claramente Lukács. Al ignorarse el proceso de producción (donde se crea el plusvalor), se absolutiza la circulación. La *totalidad* del capital y la circulación ha negado la *exterioridad* del trabajo vivo y la producción. Llegamos así a Jevons, Marshall, Hayek o Friedman.

3.5. CARÁCTER DE FETICHIZACIÓN PROGRESIVA DEL PROCESO DE VALORIZACIÓN

El proceso de fetichización es progresivo. Hay menos fetichización en los niveles más profundos (o menos supediciales) de la producción; hay más fetichización en los niveles más superficiales de la circulación.

Si es verdad que hay menos fetichización en el proceso productivo (aunque allí se encuentre *el origen* de todo el carácter fetichista) y se encuentra más fetichizado el mundo de las mercancías del capital industrial, por su parte el capital industrial está menos fetichizado que el comercial o el que rinde interés. y no es difícil comprender, entonces, que el nivel de máxima fetichización sea, justamente, el capital de máxima superficialidad y el más alejado del trabajo vivo negado al origen: el capital que rinde interés ⁷⁹.

En el capital industrial, la ganancia ha sido realizada a partir del plusvalor alcanzado por el capital como trabajo objetivado impago. La ganancia industrial tiene así,

⁷⁹ Véase el texto citado en nota 81. Esto ha sido expresado en la flecha *a* del esquema 3.6. Se produce mayor fetichización en el pasaje de la producción a la circulación. Con las flechas *b* se pasa a mayor fetichización aún del capital industrial al que se rinde interés.

al menos, una relación directa con el plusvalor, en el proceso productivo. En cambio, el capital comercial, que compra la mercancía del capital industrial por menos de su valor y la vende por mayor precio que por el que la compró, logra una ganancia comercial al apropiarse de una parte del plusvalor del capital industrial (es decir, el capital industrial debe conceder parte del plusvalor). Como puede verse, se encuentra más alejado del proceso productivo y ni siquiera lo incluye en su rotación.

Por su parte, el capital que rinde interés, que ofrece dinero para obtener interés, logra ganancia del dinero mismo, sea porque le permite al capital industrial realizar con dicho dinero su rotación (en cualquiera de sus momentos en que necesita dinero, y ganar así tiempo), sea porque le permite al capital comercial tener dinero para poder comprar. De todas maneras, el capital que rinde interés se encuentra *mediatamente* relacionado con el trabajo que produce plusvalor, y se *presenta* ante los ojos del mercado en su carácter de capital que crea nuevo capital; valor que se valoriza desde él mismo:

«El interés aparece como el verdadero fruto del capital, como lo originario, y la ganancia, transmutada ahora en la forma de la ganancia empresarial, como mero accesorio y aditivo que se agrega en el proceso de reproducción. Aquí queda consumada la figura fetichista del capital y la idea del *fetiché* capitalista. En *D-D'* tenemos la forma no conceptual del capital, la *inversión* y cosificación de las *relaciones* de producción en la potencia suprema»⁸⁰. «En el capital que devenga interés queda consumada la idea del *fetiché* capitalista, la idea que atribuye al producto acumulado del trabajo, y por añadidura fijado como dinero, el *Poder* de generar plusvalor en virtud de una cualidad *secreta e innata*, como un autómata puro»⁸¹.

⁸⁰ *El Capital*, III, cap. 24 (III/7, p. 501; III, p. 392; XXV, p. 405).

⁸¹ *Ibid.* (p. 509; p. 399; p. 412). Cf. MEW, XXVI, p. 447.

El interés pareciera, a la falsa conciencia, ser fruto del dinero: valor creado de la nada por el Poder del capital mismo, Dios en la tierra, fetiche, Moloch, en cuanto que, en realidad, la vida del tal fetiche es sangre de trabajadores ofrecidos en sacrificio a la acumulación del valor.

Fetichizado, autonomizado o absolutizado (escindido de la *relación* donde es un término solamente), llegamos a la consecuencia final de esta «religión secular» o «mundana»:

«Capital-ganancia [...] tierra-renta [...] trabajo-salario: esta es la fórmula trinitaria que comprende todos los *misterios* del proceso social de producción»⁸².

Detrás del capital, la tierra y el trabajo asalariado fetichizados está la fetichización del valor como tal -como el origen de estos tres fetiches, esas tres personas, esa *trinidad* secular, mundana, satánica, como los tres rostros de Moloch, la Bestia, como parodia de un cristianismo invertido, fetichizado-.

Al capital fetichizado le corresponde, por su propio Poder creador de la nada, la *ganancia* industrial, ganancia comercial e interés. A la tierra (que en el capitalismo es sólo un medio de producción) le corresponde la *renta*. Al trabajo asalariado (que, en realidad, en cuanto pago o salario es un fruto del trabajo) le corresponde el dinero o el trabajo objetivado en manos del capital: salario. Cada «persona», cada rostro de Moloch tiene su fruto, su dicha, su pago, y todo en virtud de su propio valor: el capital su ganancia, la tierra su renta y el trabajo asalariado su salario. Pero todo esto es el fruto de un manejo ideológico, un espejismo, una ilusión, una fetichización, divinización, cosificación de *tres momentos* que se fundan en otro momento que es invisible. Estas

⁸² *Ibid.*, III, cap. 48 (III/8, p. 104; III, p. 853; XXV, p. 861).

tres formas de rédito ⁸³ de la «religión de la vida cotidiana (*Religion des Alltagslebens*)» ⁸⁴, no son sino tres formas de «fuerza viva de trabajo automatizadas» ⁸⁵. El salario no es sino el trabajo vivo objetivado en el tiempo necesario para reproducir su vida; la ganancia y la renta no son sino formas de manifestación del plusvalor, es decir, plustrabajo del trabajo vivo impago subsumido por el capital o por el rentista de la tierra. Todas estas formas fetichizadas (o escindidas de su origen) ocultan su fuente: el trabajo vivo. Ocultan la relación con el trabajo vivo, que es el origen y la posibilidad (por negación) de su fetichización.

Creemos que con lo expuesto se ha probado, suficientemente, que la problemática del fetichismo atraviesa la totalidad del discurso de Marx, desde el comienzo hasta el final de *El Capital*; es, por otra parte, la cuestión ontológica fundamental donde se comprende la clausura totalizante del valor, del capital sobre sí mismo.

Este continuo referirse Marx al fetichismo, con terminología y contenidos religiosos, no puede ser tomado a la ligera, como si fuera algo así como el fruto de su sentido del humor -que ciertamente Marx tenía en sumo grado-. Se trata, nada menos, que de una acabada y completa descripción de lo que él llamaba desde *La cuestión judía* la «religión secular», «mundana» o «cotidiana». Esta religión, paradójicamente, era aquel campo aparentemente secular que los profetas críticos de Israel incluían en el «campo religioso». Marx realiza, en sentido estricto, una crítica *religiosa* de la economía política, es decir, descubre los mecanismos de la *dominación* del capitalismo como estructuras fetichistas, demoníacas, sa-

⁸³ *Ibid.*, cap. 50 (III/8, p. 853; XXV, p. 861).

⁸⁴ *Ibid.*, cap. 48 (p. 830; p. 838).

⁸⁵ *Ibid.* (p. 815; p. 823).

tánicas, idolátricas. El «carácter fetichista» del capital es, justamente, su estatuto religioso estricto. La negación de su divinidad -supuesta en toda la crítica de Marx- sitúa su ateísmo del capital como una posición *antifetichista*, *antiidolátrica*, en total coincidencia con el *ateísmo de los ídolos* por parte de los profetas de Israel y del fundador del cristianismo ⁸⁶.

⁸⁶ Véase el ya indicado capítulo 6 sobre «El ateísmo de los profetas y de Marx», al final de la II parte.