

RELEER A MARX EN EL SIGLO XXI

FETICHISMO, COSIFICACIÓN Y APARIENCIA OBJETIVA

stefan gandler

A contracorriente de la actual moda anti-teórica en las ciencias sociales, así como a contracorriente de la supuesta tendencia en el ámbito partidista hacia el “centro” –que sólo son dos expresiones de la misma pereza mental, llamada ostentosamente “fin de los grandes relatos”– queremos retomar aquí uno de los grandes temas de los debates del siglo xx, que es la lectura crítica, no dogmática del *gigante* decimonónico de la crítica a la actual forma económica y social. Uno de los puntos centrales de su obra magna, *El capital*, es su crítica a la actual irracionalidad, no solamente en términos económicos, sino también en términos intrasubjetivos. Las grandes paralelas que podemos ver en los conceptos Marxianos de *fetichismo*, *cosificación* y *apariencia objetiva* con la crítica Freudiana (e incluso Nietzscheana) a la supuesta *racionalidad omnipresente* de nuestra actual subjetividad, es uno de los puntos claves por qué el posterior *marxismo occidental*, sobre todo la Teoría Crítica, pudieron confrontar de manera tan productiva a tales pensadores y sus aportaciones centrales.

Lamentablemente, la actual crítica a las ingenuidades de la teoría y realidad moderna se subordinó de tal manera al actual dogma antimarxista –salvo algunas contadas excepciones–, que la nueva teoría crítica tímidamente se formula en el incipiente siglo xxi en relación a la existente irracionalidad *dentro* de la sociedad altamente racionalizada, cortando una de sus raíces más fuertes y más nutridas, ya no se atreve a releer con la debida calma y libertad los escritos de Karl Marx. A pesar de las consecuencias que ello pueda tener para el futuro profesional de cada uno, y a pesar de las omnipresentes suspicacias de *muy probablemente* ser apologista del viejo dogmatismo tipo soviético, no está demás tomarnos

la *libertad* de releer *aun en el siglo xxi* a uno de los autores centrales que han hecho posible la mayor parte del debate socio teórico del siglo xx.

Trataremos en lo siguiente de presentar los conceptos de *fetichismo*, *cosificación* y *apariencia objetiva* en su relación con el doble concepto de *ideología* de Marx, con especial énfasis en sus textos de la crítica

Stefan Gandler, Doctor en Filosofía por la Universidad de Frankfurt. Actualmente es profesor-investigador de Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Su última publicación en *Dialéctica*: “El marxismo periférico en A. Sánchez Vázquez y Bolívar Echeverría”.

de la economía política. Consideramos para ello una de las ideas básicas que tenían los autores de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt al leer a Marx, que es: Marx no es necesariamente más “filósofo” en sus textos en los cuales usa más una terminología típica de la filosofía académica, que en sus escritos considerados por lo general “económicos”, donde se encuentran a menudo reflexiones filosóficas de gran importancia.

Ahora bien, se toman aquí como punto de partida dos textos fundamentales: el prólogo de 1859 a la *Contribución a la crítica de la economía política*¹ y el párrafo sobre “El carácter fetichista de la mercancía y su secreto”, en la segunda edición del tomo primero de *El capital*. En dichos textos, no se formula un concepto académico de ideología y el concepto de “apariencia objetiva” aparece en *El capital*² apenas en el tercer tomo. En el segundo texto, sobre el *fetichismo*, tampoco aparece la palabra “ideología”. Hasta qué punto, empero, está contenido ahí un concepto de *ideología* –vinculado con el de *cosificación*, *fetichismo* y *apariencia objetiva*– de gran importancia para la teoría del conocimiento, es algo que vamos a tratar de describir en esta relectura de Marx al y para el inicio del siglo XXI.

El Prólogo de 1859 a la *Contribución a la crítica de la economía política*

Este texto parte de una revisión crítica de la filosofía hegeliana del derecho: las relaciones jurídicas y las formas del Estado *no* se deben concebir desde sí mismas ni desde “lo que ha dado en llamarse el desarrollo general del espíritu humano”, sino que se basan en las relaciones materiales de vida de los seres humanos.³ Su conjunto es llamado, en Hegel, la “sociedad burguesa”; su anatomía es la economía política. Los seres humanos entran en relaciones de producción (su concepto jurídico es “relaciones de propiedad”), que son *necesarias*, es decir, independientes de su voluntad. El conjunto de esas relaciones de producción constituye la estructura económica de la sociedad, su base real.

Sobre esa base real se levanta una superestructura jurídico-política a la que corresponden determinadas *formas de conciencia social*. La relación exacta entre base y superestructura se muestra cuando se llega necesariamente a una “época de revolución social”.⁴ Así se llega, primero, a una transformación en las condiciones económicas de producción, y, en segundo lugar, a una transformación de las “*formas* jurídicas, políticas, religiosas, artísticas y filosóficas, en resumen *ideológicas*, en las cuales los hombres toman conciencia de este conflicto y lo disputan.”⁵

La transformación mencionada en segundo término –la de la superestructura (ideológica)– se explica por la primera y depende de ella, aunque no en forma inmediata y directa. Tiene lugar “más despacio o más aprisa”, con la transformación de la base económica.⁶ Así pues, si bien para Marx está claro que para los seres humanos “su ser social determina su conciencia”,⁷ sin embargo reconoce, según hemos visto, un cierto retardo temporal, es decir, algo así como una (limitada) “dinámica propia de las tradiciones”. Pero no se revierte la relación de causalidad. Semejante época de transformación económica no puede explicarse por su conciencia ni tampoco se determina por ella. Este es el primer concepto de ideología (formas ideológicas/ superestructura).⁸



El segundo, es el de la ideología como *falsa conciencia*, de la que conviene deslindarse; en el prólogo de 1859 se toca sólo brevemente cuando Marx escribe sobre sí mismo y Friedrich Engels: “[...] resolvimos elaborar conjuntamente la oposición de nuestros puntos de vista contra el punto de vista ideológico de la filosofía alemana [...]”.⁹ Este segundo concepto de ideología es el que está presente en *El capital*. Desarrollar éste es el objeto de las siguientes reflexiones. Sobre la formulación en el prólogo de 1859 de los “prejuicios interesados de las clases dominantes”,¹⁰ surge la siguiente pregunta: ¿hasta qué punto esta concepción encaja en uno de los dos conceptos de ideología mencionados, o bien en un tercero, o quizá en ninguno? Ésta no será contestada mediante el prólogo citado, pero lo retomaremos en la discusión del texto de *El capital*.¹¹

El texto: “El carácter fetichista de la mercancía y su secreto”

Para contextualizar este cuarto y último apartado del capítulo primero de *El capital* (“La mercancía”), haremos un breve recuento de la argumentación que le antecede. El texto se inicia con la presentación del doble carácter de las mercancías (valor de uso/valor), donde el valor constituye una dimensión social, a saber: el tiempo medio de trabajo socialmente necesario para la producción de las mercancías. Ello implica el doble carácter del trabajo representado en las mercancías. De los productores de las mercancías se puede decir lo siguiente: por un lado, son trabajadores privados, son libres y disponen de conocimientos y capacidades especiales y, con ello, crean los diversos valores de uso; por otro lado, su trabajo es socialmente mediado, y en esa medida son también productores de valor y, por lo mismo, están ligados al promedio de *tiempo de trabajo* socialmente necesario para la producción de una mercancía.

Los productores de mercancías, pues, también están encadenados, aunque sin cadenas, a las relaciones de producción a través del promedio de tiempo de trabajo socialmente necesario; por lo tanto, deben trabajar con cierta intensidad, aun sin latigazos, si no “quieren” vender su producto por debajo del valor correspondiente,¹² porque se han tardado demasiado, es decir, han derrochado tiempo de trabajo. El trabajador privado es, pues, contra todas las apariencias, también un productor social.

A partir de la medida general del tiempo de trabajo necesario en promedio para su producción (tiempo de trabajo abstractamente humano), todas las mercancías se vuelven conmensurables, es decir, se vuelven indiscriminadamente intercambiables. Esta es una disposición fundamental de la sociedad desarrollada de productores de mercancías. Ahí, debe hacerse abstracción de las diferencias cualitativas entre los diversos trabajos; el trabajo calificado es “saldado”, por decirlo así, como trabajo sencillo multiplicado. Para realizar el tráfico de mercancías “se establece” un equivalente general, estable y divisible según cualquier necesidad, que se puede cambiar en forma ilimitada por todas las demás mercancías: el dinero. En toda relación entre valores se expresa, pues, una relación social, a saber: cuánto trabajo abstractamente humano se necesita para la producción de la mercancía A en relación con la producción de la mercancía B.

En una palabra: el valor es una relación social, y la mercancía, portadora del valor, es producto y expresión de esa relación social. En el valor de la mercancía se expresan tanto el nivel de desarrollo de las fuerzas productivas como los resultados de las luchas sociales, por ejemplo, en torno a la duración de la jornada de trabajo, a las condiciones de trabajo y a la cantidad y calidad de los medios de reproducción de los trabajadores (es decir, el nivel de los salarios). La mercancía es, así, una cosa con un fuerte contenido social: cualitativa en tanto que su existencia generalizada presupone por necesidad la sociedad desarrollada de productores de mercancías (lo cual suena trivial pero no es evidente), y cuantitativa en tanto que su valor –como se ha demostrado– está determinado socialmente.

El carácter fetichista de la mercancía

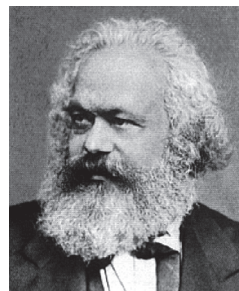
Lo que nos interesa discutir aquí es, precisamente, el fenómeno de que la mercancía, en sí, posee la propiedad de encubrir su dimensión social histórica que hemos descrito. A su productor, la mercancía se le aparece como algo natural, eterno, inmutable, dado y divino (de ahí lo de “fetiche”) o, para decirlo con Lukács,

como una “cosa-en-sí”,¹³ que está de pie, intacta ante el embate de la historia. Lo importante es que quien lo acepta se queda en seguida limitado en su crítica dentro de los límites de la sociedad burguesa (como sociedad desarrollada de productores de mercancías). Regresemos, entonces, a Marx y a su concepto de ideología –aunque esta palabra no figure en el texto que estamos discutiendo.

La circunstancia de que la mercancía se le aparezca a su productor de modo mistificado no se debe a alguna estupidez o a mala voluntad de su parte, sino al doble carácter de ésta y, con ello, al doble carácter del trabajo que la fabrica. A la mercancía no se le nota su doble carácter y, puesto que –según Marx–, es “un objeto endemoniado, rico en sutilezas metafísicas y reticencias teológicas”,¹⁴ ocurre de repente que sólo se percibe su superficial “*gegenständlichen Schein* [apariencia objetiva]”.¹⁵

La *apariencia objetiva* del doble carácter de los productores es la de simples productores privados, puesto que “los atributos específicamente sociales de esos trabajos privados no se manifiestan sino en el marco de dicho intercambio [de los productos de su trabajo].”¹⁶ En este proceso, los productores intercambian mercancías cuya apariencia objetiva es que su valor les corresponde “por la naturaleza” y no por el carácter social del trabajo encubierto. En el momento del intercambio, la relación social que se expresa en el valor ya se ha petrificado, es decir cosificado¹⁷ hasta el punto en que como tal por el momento no es visible. La falsa conciencia que el productor tiene de su producto, la mercancía, es una *conciencia necesariamente falsa*, por cuanto la forma de valor de la mercancía ya envuelve en tinieblas la relación, cosificada en ella, de los seres humanos entre sí.¹⁸ Una relación social adopta la *forma* de relación entre cosas (las mercancías) y, por tanto, se convierte en eterna e inmutable.

Para Marx, pues, *ideológico* es quedarse adherido a las formas de las relaciones en lugar de analizar su fundamento real. Ello significa que sólo el análisis de las relaciones de producción subyacentes a la forma de valor de la mercancía puede aclarar el contenido objetivo de las relaciones de valor, sin darle vueltas, en forma presuntamente “no ideológica”, a curvas de ofertas y demandas a partir de las cuales deba determinarse entonces el valor de las mercancías. Quedarse detenido en el plano de la apariencia objetiva (aquí, por ejemplo, lisa y llanamente en el plano cuantitativo del valor o, en su caso, de los precios), significa de suyo producir ideología, o sea, *conciencia necesariamente falsa*. Marx lo formula así:



¿De dónde brota, entonces, el carácter enigmático que distingue al producto del trabajo no bien asume la forma de mercancía? Obviamente, de esa forma misma. La igualdad de los trabajos humanos adopta la forma material de la igual objetividad de valor de los productos del trabajo; la medida del gasto de fuerza de trabajo humana por su duración, cobra la forma de la magnitud del valor que alcanzan los productos del trabajo; por último, las relaciones entre los productores, en las cuales se hacen efectivas las determinaciones sociales de sus trabajos, revisten la forma de una relación social entre los productos del trabajo.

Lo misterioso de la forma mercantil consiste sencillamente, pues, en que la misma 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 productores y el trabajo global, como una relación social entre los *objetos*, existente al margen de los productores.¹⁹

En este contexto, debe verse también la afirmación de Marx en otro lugar de *El capital* respecto a que reproducción material significa siempre, además, reproducción de las relaciones sociales existentes.²⁰ Con cada producto, el productor vuelve a crear un objeto que expresa y fija las relaciones existentes. Así, se afirma la conciencia arraigada en la apariencia objetiva del producto. El *fetichismo de la mercancía* es comparado por Marx con fenómenos de “las neblinosas comarcas del mundo religioso”, en las que “los productos de la mente humana parecen figuras autónomas, dotadas de vida propia, en relación unas con otras y con los hombres.”²¹ En el mundo de las mercancías, no son los productos de la cabeza humana sino los de la mano humana los que adoptan la forma de tales figuras independientes y que “evidentemente”; están dotados de vida propia.

Aquí, puede entenderse qué quiere decir Marx con el *concepto* de “*apariencia objetiva*”:²² la apariencia no es externa al objeto, sino que le es inherente e inseparable de él. Pues, por un lado, las mercancías tienen efectivamente algo así como “vida propia”. Las relaciones existentes son tan imponentes que se le presentan al productor como “leyes de la naturaleza”, de modo que éste se degrada a ser objeto de estas leyes y ve erigirse a las mercancías en la categoría de sujetos actuantes. Pero, por otra parte, ésta es una apariencia falsa en la medida en que, según se ha señalado, las relaciones de las mercancías entre sí y las propias mercancías

no son sino *formas cosificadas* de la relación social de los seres humanos, o sea, de las relaciones de producción. Lo que refuerza la apariencia objetiva descrita es que los productores, en el intercambio de mercancías, no tienen conciencia plena de lo que están haciendo y, por tanto, se inclinan efectivamente en la dirección de ser objetos sin conciencia. La relación de valor de las mercancías se impone a espaldas de sus productores:

Por consiguiente, el que los hombres relacionen entre sí como valores los productos de su trabajo no se debe al hecho de que tales cosas cuenten para ellos como meras envolturas materiales de trabajo homogéneamente humano. A la inversa, al equiparar entre sí en el cambio como valores sus productos heterogéneos, equiparan recíprocamente sus diversos trabajos como trabajo humano. *No lo saben, pero lo hacen.*²³

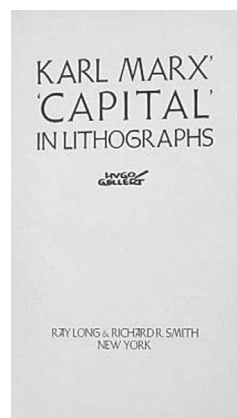
En realidad, el carácter de valor que presentan los productos del trabajo, no se consolida sino por hacerse efectivos en la práctica como magnitudes de valor. Estas magnitudes cambian de manera constante, independientemente de la voluntad, las previsiones o los actos de los sujetos del intercambio. Su propio movimiento social posee para ellos *la forma de un movimiento de cosas bajo cuyo control se encuentran, en lugar de controlarlas.*²⁴

Por lo demás, aquí reside –se señala una vez más–, la fuerza política del carácter fetichista de la mercancía: los sujetos de la historia, en su conciencia necesariamente falsa, se rebajan a ser objetos de su propio proceso social de vida (es decir, de la historia). La conciencia necesariamente falsa coincide, según vemos, con la apariencia objetiva.

Todo esto significa que lo falso de la falsa conciencia es, pues, la “falsedad de las relaciones” más que la ignorancia de los “inmersos en las relaciones de la producción de mercancías”.²⁵ Éste es el concepto de ideología con todo su peso.

Dimensión histórica del carácter fetichista de la mercancía, o: el conocimiento como proceso político-práctico

El doble carácter de la mercancía surge con relevancia cuando ya se produce para el intercambio, cuando el consumo directo (y con ello su aspecto de ser valor de uso) ya no es el fin principal de las cosas a producir; pero éste llega a considerarse como aspecto principal sólo en la sociedad desarrollada de productores de mercancías, es decir, en el capitalismo.²⁶



El “misticismo del mundo de las mercancías” que, en especial en la forma finalizada (la *forma de dinero*), encubre, en vez de revelarlo, el carácter social de los trabajos privados, coincide con “formas del pensar socialmente válidas, y, por tanto, objetivas, para las relaciones de producción que caracterizan ese modo de producción social históricamente determinado: la producción de mercancías.”²⁷ Por ese motivo desaparece, desde luego, con el mundo de las mercancías, también el carácter fetichista que le es inherente. Esto no sólo debe esperarse así en el proceso histórico de la superación de la producción de mercancías (“una asociación de hombres libres”),²⁸ sino que puede ya representarse conceptualmente al dirigir la mirada sobre otras formas de producción.²⁹ Como ejemplos de formas de producción distintas de la producción de mercancías, Marx menciona las siguientes:

1. “*Robinsón*”: “Todas las relaciones entre Robinsón y las cosas que configuran su riqueza, creada por él, son tan sencillas y transparentes que hasta el mismo señor Max Wirth [un economista vulgar], sin esforzar mucho el magín, podría comprenderlas. Y, sin embargo, quedan contenidas en ellas todas las determinaciones esenciales del valor.”³⁰
2. “*La tenebrosa Edad Media europea*” (*dependencia general*): “La prestación personal servil se mide por el tiempo, tal cual se hace con el trabajo que produce mercancías, pero ningún siervo ignora que se trata de determinada cantidad de su fuerza de trabajo personal, gastada por él al servicio de su señor. [...] las relaciones sociales existentes entre las personas en sus trabajos se ponen de manifiesto como sus propias relaciones personales y no aparecen disfrazadas de relaciones sociales entre las cosas, entre los productos del trabajo.”³¹
3. La “*industria patriarcal, rural, de una familia campesina*” (*división familiar natural [naturwüchsig] del trabajo*): “[...] el gasto de fuerzas individuales de trabajo, medido por la duración, se pone de manifiesto desde un primer momento como determinación social de los trabajos mismos, puesto que las fuerzas individuales de trabajo sólo actúan, desde su origen, como órganos de la fuerza de trabajo colectiva de la familia.”³²
4. (*Representación ideal de una sociedad emancipada*) “[...] asociación de hombres libres que trabajen con medios de producción colectivos y empleen, conscientemente, sus muchas fuerzas de trabajo individuales como una fuerza de trabajo social. Todas las determinaciones del trabajo de Robinsón se reiteran aquí, sólo que de manera social, en vez de individual.”³³

Como los seres humanos producen, en este caso, conscientemente en sociedad, es decir, no como trabajadores privados, se suprime el doble carácter del trabajo productor del fetichismo de las mercancías y, con ello, ese fetichismo mismo: “Las relaciones sociales de los hombres con sus trabajos y con los productos de éstos, siguen siendo aquí diáfananamente sencillas [...]”³⁴

La historicidad del fetichismo de la mercancía debe entenderse de tal manera que la relación de producción que lo produce se conciba como un escalón del desarrollo hacia relaciones de producción racionales y, con ello, hacia la sociedad emancipada. No se llora por la pérdida de viejas relaciones de producción más transparentes,³⁵ sino, más bien, porque recordando a formas pasadas de producción, se pone de manifiesto lo perecedero de las actuales.

El meollo de la lucha ideológica (en el primer sentido) de Marx por el concepto del fetiche, está en que en su análisis del capital señala que si bien las contradicciones antagónicas del organismo burgués de producción no son perceptibles a primera vista (según la cual la sociedad realiza la conciliación de los intereses generales con los particulares y los de los individuos), al develarse la apariencia superficial del intercambio de equivalencias, resulta que también la sociedad burguesa es una en la cual la explotación del ser humano por el ser humano es su base constitutiva; o sea que, si bien la “*Liberté, Égalité, Fraternité*” despojó del poder a la nobleza, la sociedad burguesa está más lejos de lo que pudiera aceptar, aún en sueños, de la reivindicación universalista de libertad, igualdad y solidaridad de todos los seres humanos.

Pero, la sociedad burguesa no debe ser entendida como simple progreso frente a la feudal por haber inscrito en sus banderas los derechos humanos sino, muy especialmente, por crear las bases materiales para la forma de sociedad³⁶ que ella misma pretende ser: la de los seres humanos conscientes de sus actos, o sea, la ilustrada, que ha tendido un puente sobre la grieta existente entre el interés social y el individual.

La limitación que dificulta o impide la conciencia humana de que es necesario y posible aprovechar ese fundamento para hacer una sociedad distinta a la burguesa está, por desgracia, en que esta última, más que todas sus predecesoras, reproduce la falsa apariencia de que ella ya es la cima de la historia, o por lo menos “en principio”, el “mejor de todos los mundos imaginables”. Por eso, la crítica de la economía política de Marx en los tres tomos de *El capital* debe entenderse como una *crítica del fetichismo*, que paso a paso presenta las contradicciones inherentes al modo

capitalista de producción, a la vista de las contradicciones y deficiencias de las teorías burguesas sobre aquella economía.³⁷

Más allá de esta posibilidad de la crítica teórica al fetichismo como punto de partida para superar la conciencia cosificada, en la obra de Marx queda, en consecuencia, que la fetichización de las relaciones de explotación, que en su superficie se presentan como negocios libres de seres humanos libres en condiciones justas de intercambio, sólo fracasa en el momento en que las relaciones de explotación hubiesen reculado en el proceso histórico ante formas de producción racionales, es decir, libres, así como conscientemente percibidas y organizadas como sociales. Esto significa que el conocimiento es concebido *como proceso político-práctico*.

La fetichización, la cosificación de las relaciones, la apariencia objetiva, la conciencia necesariamente falsa, “únicamente podrá desvanecerse cuando las circunstancias de la vida práctica, cotidiana, representen para los hombres, día a día, relaciones diáfananamente racionales, entre ellos y con la naturaleza.”³⁸ Es decir: las ideologías sólo pueden ser superadas, sólo se deshacen con la sociedad libre, organizada conforme a la razón, con correspondientes relaciones de reproducción de las condiciones de vida. La diferencia frente al entendimiento común y corriente (*common sense*) que se tiene de lo que es “ideología”, apenas podría formularse con mayor brillantez:

La figura del proceso social de vida, esto es, del proceso material de producción, sólo perderá su místico velo neblinoso cuando, como producto de hombres libremente asociados, éstos la hayan sometido a su control planificado y consciente.³⁹

Sobre la relación entre “necesidad” e “interés” en la formación o perpetuación de las ideologías

En nuestra discusión del prólogo a la *Contribución a la crítica de la economía política*, ya se tocó brevemente la pregunta sobre la relación existente entre los “prejuicios interesados de las clases dominantes”⁴⁰ y la conciencia *necesariamente* falsa, que vuelve a plantearse cuando Marx, al referirse a la “economía política”, se refiere:

A formas que llevan escritas en la frente su pertenencia a una formación social donde el proceso de producción domina al hombre, en vez de dominar el hombre a ese proceso, la conciencia burguesa de esa economía las tiene por una necesidad natural tan manifestamente evidente como el trabajo productivo mismo.⁴¹

Así pues, también aquí está presente un enfoque del concepto de ideología: la conciencia que en una determinada época se plasma como la dominante, cuyo ejemplo es aquí la conciencia burguesa, ideológica, por cuanto capta la formación existente de la sociedad como conclusión y punto culminante del proceso histórico y, partiendo de ahí, reinterpreta las contradicciones presentes (o las confusiones teóricas) como algo “natural”, para así librarlas tanto de la crítica como del análisis crítico. Pero, aquí se nos plantea una pregunta: ¿hasta qué punto es también “necesaria” esta *conciencia burguesa* ahistórica que sobre estima la importancia de la propia formación social? Al respecto, es importante lo señalado por Alfred Schmidt: el concepto marxiano de ideología es *polémico y combativo*, y no uno académico. Eso significa que el interés de los sujetos actuantes es, por supuesto, también un aspecto de la formación o, en su caso, la preservación de una conciencia ideológica. Hacia esa interpretación apunta también el concepto político de “conciencia burguesa” y la afirmación sobre las “formas que llevan escrita en la frente”, o sea, formas que no se ocultan tras una apariencia objetiva y a pesar de ello se fetichizan.⁴²

La formación de la “conciencia” ideológica debe entenderse, pues, como el producto tanto de un “conocimiento interesado” como también de la “apariencia necesariamente falsa”. Así pues, cuando se dice que el concepto marxiano de ideología no es un concepto académico, debe entenderse sin duda que Marx no distingue rígidamente entre esos dos componentes. A su vez, esto se debe a que ambos componentes surgen de lo mismo: de la sociedad que es en sí misma antagónica y en la que necesariamente hay contradicciones no sólo entre “apariencia” y “verdadera relación”⁴³ sino también entre los intereses de las diversas clases.

Como a Marx no le interesa en abstracto el “conocimiento verdadero”, sino más bien el análisis científico de las contradicciones intrínsecas de la sociedad burguesa es para él una parte de la lucha contra aquella formación social y sus apetencias de eternidad; entonces, tampoco le hace falta separar en forma rígida esos dos planos (la ideología como problema de la teoría del conocimiento o como engendro directo de la lucha política).

El capital como crítica de fetiches

Ahora bien, antes que nada aclaramos que Marx no expone en *El capital* un concepto de ideología académicamente desarrollado (como tampoco un concepto de fetiche). Éste, está contenido más bien en el modo que Marx tiene de desarrollar y representar la crítica de la economía política. Por eso, no es suficiente con que nos apoyemos sólo en el subcapítulo sobre el carácter fetichista de



la mercancía. Son, más bien, tanto la estructura en su totalidad, es decir, la organización de la exposición en *El capital*, así como la argumentación en cada caso al criticar concepciones ideológicas y fetichismos, al igual que la *manera de la crítica de la ciencia económica burguesa* en calidad de crítica a la realidad descrita por ella,⁴⁴ las que deben considerarse como fundamento para elaborar y presentar el concepto marxiano de ideología.⁴⁵

En el último punto, debe verse en especial que la crítica a la realidad mediante la crítica de las teorías (económicas) sobre esa realidad ya presupone la concepción de una conciencia necesariamente falsa. ¿De qué otro modo sería posible esa vinculación? Si las ideologías fueran simples presunciones erróneas o si determinadas fallas y desatinos en las teorías económicas se atribuyeran sólo a la casual “estupidez” de los teorizantes, y las contradicciones en las teorías no apuntaran a las contradicciones en la realidad, ¿cómo se habría podido, desde un análisis y, con ello, una crítica de esas teorías, pasar a un análisis y a una crítica de las relaciones sociales existentes? (Lo cual, según es sabido, fue el método marxiano de investigación y vuelve a estar presente, en ocasiones, en la propia presentación de sus resultados científicos).⁴⁶ Marx defendió a los clásicos de la economía política contra el reproche de que “consideran a la producción demasiado exclusivamente como un fin en sí. La distribución tendría una importancia similar.” Su defensa es precisa en este sentido: “Como si esta disociación hubiera pasado no de la realidad a los libros de texto, sino de los libros de texto a la realidad”.⁴⁷

Visto así, pues, el concepto marxiano de ideología o de fetichismo es constitutivo para su crítica de la economía política, considerando a ésta no como aportación “pura” a la historia de las teorías, sino también como la obra de un comprometido paladín de la lucha por superar la explotación del ser humano por el ser humano.

Aquí se halla, también, la *fuera explosiva político-teórica de la interpretación del concepto marxiano de ideología*. Si uno reconoce el concepto de ideología como conciencia necesariamente falsa, que “se deja encandilar por el fetichismo adherido al mundo de las mercancías, o por la apariencia objetiva de las determinaciones sociales del trabajo”,⁴⁸ asimila a la vez la “relación teoría-praxis” expuesta antes. Esto significa que todo aquel que acepte este concepto de ideología ha dejado atrás la estricta separación entre ciencia y lucha política, o bien, la separación entre ciencia y sociedad o de la razón como puramente instrumental (manifiesta en las concepciones de la razón como externa a la historia y al proceso de desarrollo humano).

Es decir, quien lo haga ya ha reconocido el “legado” hegeliano que hay en *El capital*, en el sentido de que la realidad es, en principio, accesible a la razón y, también en principio, puede ser configurada por ésta, es decir, que la conciliación de los intereses generales con los particulares es posible, igualmente en principio, y que el proceso de desarrollo de los seres humanos que hacen la historia tiende (o podría tender) a ello.

Notas

¹ Karl Marx, *Contribución a la crítica de la economía política*. (Prólogo), Trad. Jorge Tula, León Mames, Pedro Scaron, Miguel Murmis y José Aricó. México, Siglo xxi, 1980.

² Karl Marx, *El capital*, tomo I, Vol 1, trad. Pedro Scaron. México, Siglo xxi, 1975. Sección primera: “Mercancía y dinero”, Capítulo I: “La mercancía”, apartado 4: “El carácter fetichista de la mercancía y su secreto”, pp. 87-102.

³ Karl Marx, *Contribución a la crítica de la economía política*, loc. cit., p. 4.

⁴ Se llega necesariamente a estas “épocas de revolución social”, porque las relaciones de producción en determinado momento ya no corresponden a las fuerzas productivas que continuamente siguen desarrollándose y entran en contradicción con aquellas, que no fomentan su desarrollo sino que lo frenan.

⁵ *Ibid.* (Cursivas de S.G., lo mismo vale para todas las citas.)

⁶ *Ibid.*

⁷ *Ibid.*

⁸ También en un remoto lugar de *El capital*, Marx emplea un concepto parecido de ideología cuando habla de “las capas ‘ideológicas’” entre las que menciona “el gobierno, el clero, los togados, los militares, etc.” (Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 2, trad. Pedro Scaron. México, Siglo xxi, 1975, p. 543.)

⁹ Karl Marx, *Contribución a la crítica de la economía política*, loc. cit., p. 6. Aquí, en lo que sigue en el párrafo citado, habría una indicación de cómo podrían converger a pesar de todo los dos conceptos de ideología distinguidos, tal vez en el sentido de que es ideológico en la segunda acepción (o sea, ideología II como “falsa conciencia”) el detenerse con el análisis en la superestructura, es decir, en las formas ideológicas y filosóficas (o sea, ideología I) en vez de estudiar la base económico real. Cuando Marx y Engels se proponen “ajustar cuentas con [su] antigua conciencia filosófica”, se despiden, pues, de la ideología (I, pura superestructura) al mismo tiempo que escapan de la ideología (II, falsa conciencia).

¹⁰ *Ibid.*, p. 7.

¹¹ Al respecto véase el apartado “Sobre la relación entre “necesidad” e “interés” en la formación o perpetuación de las ideologías” más adelante.

¹² La expresión “los productores de mercancías no quieren vender su producto por debajo del valor” debe entenderse así: no pueden hacer otra cosa, pues de lo contrario, tarde o temprano ven perdida, por lo general, la base de su existencia; o como dice Marx, citando a apologistas burgueses: la aplicación capitalista de la maquinaria “libera de medios de subsistencia a los obreros”. (Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 2, loc. cit., pp. 533 y ss., aquí: p. 534.)

¹³ György Lukács, “La cosificación y la consciencia del proletariado”, en: György Lukács, *Historia y consciencia de clase. Estudios de dialectica marxista*, trad. Manuel Sacristán. México, Grijalbo, 1967, 354 pp., por ejemplo p. 222: “[...] comprendemos que desde el punto de vista del proletariado la realidad empíricamente dada de las cosas se disuelve en procesos y tendencias, y que el proceso no es un acto único de desgarramiento del velo que lo recubre, sino el cambio ininterrumpido y alternante de cristalización, contradicción y fluidificación [...]. Sólo esa comprensión nos permite penetrar el último resto de la cosificada estructura de la

conciencia y de su forma mental, el problema de la cosa-en-sí.” Sobre el problema de la cosa en sí Lukács se expone con gran detalle en el apartado II: “Las antinomias del pensamiento burgués” (Ibid., pp. 120 y ss.) y otra vez en varios lugares del citado apartado III “La posición del proletariado” (Ibid., pp. 165 y s.): “Así pues, el descubrimiento de que los objetos sociales no son cosas, sino relaciones entre hombres, culmina en la plena disolución de éstas en procesos.” (Ibid., p. 200.) Véase también al respecto nuestra nota 42.

¹⁴ Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. I, loc. cit., p. 87.

¹⁵ Karl Marx, *Das Kapital, Kritik der politischen Ökonomie*. Erster Band [tomo I]. Buch I: Der Produktionsprozeß des Kapitals. Karl Marx, Friedrich Engels. Werke, tomo 23, Berlin, RDA: Dietz, 1975, p. 88. [Diferimos aquí de la traducción al español de *El capital*, que usamos para este estudio, en donde se puede leer: “apariencia de objetividad”. (Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. I, loc. cit., p. 91.)]

¹⁶ Ibid., p. 89.

¹⁷ El concepto de cosificación, que se convierte en Lukács en un concepto central de Historia y conciencia de clase, no fue, como suele afirmarse, ‘sobrepuesto por Lukács de manera hegelianizante a la teoría de Marx’. El mismo Marx usa este concepto relacionándolo con el de fetiche, por ejemplo, cuando escribe: “[...] en esta trinidad económica como conexión de los componentes del valor y de la riqueza en general con sus fuentes, está consumada la mistificación del modo capitalista de producción, la cosificación de las relaciones sociales, la amalgama directa de las relaciones materiales de producción con su determinación histórico-social.” Karl Marx, *El capital. Crítica de la economía política*. Libro tercero. “El proceso global de la producción capitalista”, tomo III, vol. 8. trad. León Mames. México, Siglo XXI, 1981, p. 1056.

¹⁸ Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 1, loc. cit., p. 88.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 2, loc. cit., pp. 711 y s.

²¹ Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 1, loc. cit., p. 89.

²² Karl Marx, *Das Kapital*, Erster Band, loc. cit. p. 88 [véase nuestra nota 15].

²³ Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 1, loc. cit. p. 90.

²⁴ Ibid., p. 91.

²⁵ “El descubrimiento científico ulterior de que los productos del trabajo, en la medida en que son valores, constituyen meras expresiones, con el carácter de cosas, del trabajo humano empleado en su producción, inaugura una época en la historia de la evolución humana, pero en modo alguno desvanece la [apariencia objetiva] que envuelve a los atributos sociales del trabajo. Un hecho que sólo tiene vigencia para esa forma particular de producción, para la producción de mercancías –a saber, que el carácter específicamente social de los trabajos privados independientes consiste en su igualdad en cuanto trabajo humano y asume la forma del carácter de valor de los productos del trabajo– tanto antes como después de aquel descubrimiento se presenta como igualmente definitivo ante quienes están inmersos en las relaciones de la producción de mercancías, así como la descomposición del aire en sus elementos, por parte de la ciencia, deja incambiada la forma del aire en cuanto forma de un cuerpo físico.” (Ibid., p. 91, original: Karl Marx, *Das Kapital*, Erster Band, loc. cit. p. 88 [véase nuestra nota 15].)

²⁶ “Ese carácter fetichista del mundo de las mercancías se origina, como el análisis precedente lo ha demostrado, en la peculiar índole social del trabajo que produce mercancías. [...] Es sólo en su intercambio donde los productos del trabajo adquieren una objetividad de valor, socialmente uniforme, separada de su objetividad de uso, sensorialmente diversa. Tal escisión del producto laboral en cosa útil y cosa de valor sólo se efectiviza, en la práctica, cuando el intercambio ya ha alcanzado la extensión y relevancia suficientes como para que se produzcan cosas útiles destinadas al intercambio, con lo cual, pues, ya en su producción misma se tiene en cuenta el carácter de valor de las cosas. A partir de ese momento los trabajos privados de los productores adoptan de manera efectiva un doble carácter social.” (*El capital*, tomo I, vol. 1, loc. cit. p. 89.).

²⁷ Ibid., p. 93.

²⁸ Ibid., p. 96.

²⁹ “Todo el misticismo del mundo de las mercancías, toda la magia y fantasmagoría que niman los productos del trabajo fundados en la producción de mercancías, se esfuma de inmediato cuando emprendemos camino hacia otras formas de producción.” (Ibid., p. 93.)

³⁰ Ibid., p. 94.

³¹ Ibid., pp. 94 y s.

³² Ibid., p. 95.

³³ Ibid., p. 96 (cursivas de S.G.)

³⁴ Ibid. Sobre el tema de “el fetichismo de las relaciones económicas en los diversos modos históricos de producción” véase además Karl Marx, *El capital*, tomo III, vol. 8, trad. León Mames. México, Siglo xxi, 1981, p. 1057.

³⁵ “Esos antiguos organismos sociales de producción son muchísimo más sencillos y transparentes que los burgueses, pero o se fundan en la inmadurez del hombre individual, aún no liberado del cordón umbilical de su conexión natural con otros integrantes del género, o en relaciones directas de dominación y servidumbre. Están condicionados por un bajo nivel de desarrollo de las fuerzas productivas del trabajo y por las relaciones correspondientemente restringidas de los hombres dentro del proceso material de producción de su vida, y por tanto entre sí y con la naturaleza. Esta restricción real se refleja de un modo ideal en el culto a la naturaleza y en las religiones populares de la Antigüedad.” (Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 1, loc. cit., p. 97.)

³⁶ Para el “[...] proceso material de producción [...] como producto de hombres libremente asociados [...], sin embargo, se requiere una base material de la sociedad o una serie de condiciones materiales de existencia, que son a su vez, ellas mismas, el producto natural de una prolongada y penosa historia evolutiva.” (Ibid., p. 97.)

³⁷ Compárese al respecto nuestras notas 44 y 45.

³⁸ Karl Marx, *El capital*, tomo I, loc. cit., p. 97.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Karl Marx, *Contribución a la crítica de la economía política*, loc. cit., p. 7.

⁴¹ Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 1, loc. cit., pp. 98 y ss.

⁴² Cabe anotar además que Marx habla de algo así como “los prejuicios interesados de las clases dominantes” cuando hace una distinción entre economía clásica y economía vulgar. Los representantes de esta última se sienten “por entero a sus anchas” en las “configuraciones de la apariencia”; su fórmula así engendrada “corresponde al mismo tiempo al interés de las clases dominantes, puesto que proclama la necesidad natural y la legitimación eterna de las fuentes de sus entradas, elevándolas a la calidad de dogma.” La economía clásica, en cambio, ha disuelto, por lo menos en parte, “esa falsa apariencia, esa superchería, [...] esa personificación de las cosas y cosificación de las relaciones de producción, esa religión de la vida cotidiana [...]”. Allí donde hasta sus mejores representantes “siguen siendo prisioneros, en mayor o menor medida del mundo de la apariencia críticamente disuelto por ellos”, la causa no está exclusivamente en “prejuicios” de motivación política ni exclusivamente en razones teoréticas internas, sino que, desde el “punto de vista burgués”, no es posible una congruente superación de esta barrera del conocimiento. (Karl Marx, *El capital*, tomo III, vol. 8, loc. cit., pp. 1056 y s.) (Acerca de la distinción hecha por Marx entre economía clásica y economía vulgar, véase además: Alfred Schmidt, “Zum Erkenntnisbegriff der Kritik der politischen Ökonomie.” En: Walter Euchner, Alfred Schmidt (ed.), *Kritik der politischen Ökonomie heute. 100 Jahre “Kapital”*. Referate und Diskussionen vom Frankfurter Colloquium 1967. Edición abreviada de estudio. Frankfurt am Main, Europäische Verlagsanstalt, 1972, pp. 30-43, aquí: pp. 39 y ss.) En Lukács, se prosigue esta idea diciendo que la cosificación de las relaciones, la apariencia objetiva, la conciencia necesariamente falsa (sólo) se pueden suprimir con el criterio del proletariado (es decir, por el propio proletariado). (Véase György Lukács, *Historia y conciencia de clase*, loc. cit., en particular el apartado: “La posición del proletariado”, pp. 165 y ss.)

⁴³ Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 1, loc. cit., p. 102, nota 36.

⁴⁴ Circunstancia que es valorada como tal en las discusiones en torno a *El capital*, en general para el método de investigación y, en cierto modo, también para el método de exposición.

El propio Marx escribe en su carta del 22 de febrero de 1858 a Ferdinand Lasalle sobre *El capital*: “El trabajo de que se trata es, en primer lugar, la crítica de las categorías económicas, o bien, if you like, el sistema de la economía burguesa presentado en forma crítica. Es a la vez un cuadro del sistema y la crítica de ese sistema a través de su propia exposición”. En: Karl Marx, *Contribución a la crítica de la economía política*, loc. cit., pp. 316 y s., aquí: 316. (Al respecto, véase: Alfred Schmidt, *Zum Erkenntnisbegriff der Kritik der politischen Ökonomie*, loc. cit., p. 36.) Hay discusiones sobre si Marx, al hablar aquí sobre el “sistema de la economía burguesa”, se refiere sólo al sistema científico o también al sistema realmente existente, es decir, a las relaciones de producción. Para ello, véase una expresión anterior suya de los Manuscritos económico-filosóficos de 1844 (Sección xxii. “El trabajo enajenado”): “Hemos partido de los presupuestos de la Economía Política. [...] Con la misma Economía Política, con sus mismas palabras, hemos demostrado que el trabajador queda rebajado a mercancía, a la más miserable de todas las mercancías; que la miseria del obrero está en razón inversa de la potencia y magnitud de su producción [...]. La Economía Política parte del hecho de la propiedad privada, pero no lo explica. [...] No comprende estas leyes”. (En: Karl Marx, Friedrich Engels, *Werke*, tomo 40. Berlín (RDA), Dietz, 1985, p. 510.) (Traducción según: http://www.inicia.es/de/diego_reina/contempo/kmarx/indice_man.htm.)

⁴⁵ La crítica marxiana de la economía política puede entenderse como análisis progresivo de fetiches, que revela desde la forma más sencilla hasta las más complejas del mismo (mercancía, doble carácter del trabajo, valor, forma de valor, dinero, forma de dinero, capital, plusvalía absoluta y relativa, salario, acumulación, circulación, tiempo de circulación del capital, ganancia, tasa de ganancia, ganancia promedio, capital comercial, intereses y ganancia empresarial, capital bancario, capital dinerario, sistema crediticio, renta de la tierra, renta diferencial, renta de solares, renta minera, precio de la tierra –que es en grandes rasgos el curso de exposición en los tres tomos de *El capital*–). Véase al respecto: Helmut Brentel, *Soziale Form und ökonomisches Objekt. Studien zum Gegenstands- und Methodenverständnis der Kritik der politischen Ökonomie*. Opladen, Ed. Westdeutscher, 1989, en especial: “Einleitung”, punto 2: “Soziale Form und die Theorie des Fetischismus: die Ansätze einer kritischen Kategorienlehre”, pp. 14–18. Brentel afirma: “El conjunto de los tomos de *El capital* está organizado por tanto como teoría económico-social de las formas, a manera de un análisis del fetichismo de las categorías económicas. A cada una de las categorías económicas criticadas, a cada grado de presentación, corresponden [...] nociones de conciencia que, con base en el carácter específico de las relaciones de tipo económico, se imponen a los sujetos actuantes en ellas. Ahí, el fetichismo de las categorías de la economía política es el resultado de la doble naturaleza de la objetividad económico-social como forma social peculiar doble (Forma I y Forma II): comportamiento específicamente social (de los hombres en sus trabajos) que alcanza un carácter objetivo y se presenta luego como propiedad de cosas.” (*Ibid.*, pp. 16 y s.) A lo que agregamos: esta crítica progresiva al fetiche desde las formas más sencillas y generales hasta las más complejas y concretas se fundamenta en que, cuanto más concretas sean las formas, tanto mayor se vuelve el abismo entre el contenido conceptual y la forma visible. Sobre ello dice Marx: “Como la forma de mercancía es la más general y la menos evolucionada de la producción burguesa [...] todavía parece relativamente fácil penetrarla revelando su carácter de fetiche. Pero en las formas más concretas se desvanece hasta esa apariencia de sencillez.” (Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 1, loc. cit., p. 101.) A ello se refiere Lukács cuando habla de un “hermoso desarrollo de esa sucesión” de las formas fetichizadas que se encuentra en el capítulo sobre la “fórmula trinitaria”. (György Lukács, *Historia y conciencia de clase*, loc. cit., p. 206. Lukács cita aquí a: Karl Marx, *El capital*, tomo III, vol. 8, loc. cit., pp. 1052–1057.)

⁴⁶ Sobre la relación entre el método de investigación y de exposición de Marx, véase Alfred Schmidt, “Zum Erkenntnisbegriff der Kritik der politischen Ökonomie”, loc. cit., pp. 37 y s.

⁴⁷ Karl Marx, “Introducción general a la crítica de la economía política (1857)”. En: Karl Marx, *Introducción a la Crítica de la Economía Política*, loc. cit., p. 289. Esta frase, Marx la termina exclamando: “¡como si aquí se tratara de una conciliación dialéctica de los conceptos y no de la comprensión de relaciones reales!” (*Ibid.*)

⁴⁸ Karl Marx, *El capital*, tomo I, vol. 1, loc. cit., p. 100.