

El fetichismo de la mercancía en Marx y su relación con la moral*

Carlos Armando Zaragoza González
Investigador de la División de Investigación de la
Facultad de Contaduría y Administración, UNAM

La crítica no arranca de las cadenas
las flores imaginarias para que el hombre
soporte las sombrías y escuetas cadenas,
sino para que se las sacuda y puedan
brotar las flores vivas.

Carlos Marx
"En torno a la crítica de la filosofía
del derecho de Hegel" (Introducción)

Introducción

Toda época histórica así como toda sociedad tienen características propias que las distinguen de cualquier otra con la que se les compare, a pesar de las coincidencias posibles que puedan tener. Así, hay sociedades que se caracterizan por ser guerreras como la troyana; otras por desarrollar las artes y el pensamiento abstracto como la griega antigua. Otras, en cambio, fomentaron el comercio y la navegación como la fenicia; otras más, como la egipcia o la maya, cultivaron en gran medida las matemáticas y la astronomía hasta alcanzar un elevado conocimiento al respecto.

También existen sociedades que, debido a la época histórica por la que atraviesan, se hacen notar porque marcan un hito que las hace peculiares. Por ejemplo, alguna contradicción que se manifieste en alguno de los distintos ámbitos de la vida de una sociedad en particular, ya sean de orden político, religioso, artístico, científico, económico, ideológico o de cualquier otra índole. Se podría tomar como caso paradigmático a la contradicción que se da en la llamada época medieval con respecto a la concepción ideológica que, influida por la religión, se tenía en relación con el lugar que ocupaba la tierra y el sistema solar en el cosmos y que vendría a poner en cuestión la teoría científica elaborada por el astrónomo Copérnico.

Otro caso que podría mencionarse es el que ocurrió en el ámbito sociopolítico a finales del siglo XVIII, en Francia, con la denominada Revolución Francesa que marca en un punto determinado de la historia, el fin de la aristocracia conservadora y la toma del poder por parte de la burguesía liberal.

* Ésta es una versión corregida y aumentada de la original que se presentó como ponencia en el IV Foro Nacional de Investigación en las Disciplinas Financiero-Administrativas, organizado por la División de Investigación de la FCA, UNAM, en la ciudad de México el 29 de octubre de 1999.

De esta manera, determinados fenómenos de la realidad humana dejan marcados a ciertos momentos históricos en tal sentido y hasta tal punto que, a la época en que ocurren, se le suele denominar por el fenómeno que le imprime su huella. Justamente, éste es el caso de la así nombrada época moderna, en la que lo “moderno” consiste en el modo civilizatorio que se da en ésta para llevar a cabo la producción, reproducción y mantenimiento de la vida humana en su conjunto, en todos los órdenes en que es capaz de manifestarla el ser humano.

Dentro de toda la gama de características que de una u otra manera definen a las sociedades de la época moderna (o también llamada modernidad para simplificar) se considera que, bajo los supuestos que le dan origen y fundamento, en ésta ya no se puede hablar de cuestiones míticas o mágicas porque —según la visión positivista del conocimiento que es parte de lo que forma la concepción moderna— eso ya está superado por el conocimiento racional y positivo, como lo afirmaba Comte, que tiene su punto culminante en la ciencia en la que ya no cabe hablar ni de cuestiones religiosas y, sobre todo, de asuntos metafísicos como la esencia de los fenómenos o del ser en sí de las cosas. Así que todo lo que esté relacionado con eso estará descartado de entrada en esta etapa de la luz de la razón porque es gracias a ésta que todo lo que se logre explicar por su intervención será considerado como “claro y distinto”, según decía Descartes; incluso, con el auxilio de ella, se tratará de conseguir el dominio de la naturaleza, como lo anunciaba Bacon.

Sin embargo, y a pesar de los avances que efectivamente ha traído la modernidad en distintos niveles del quehacer humano, ya desde el siglo XIX se comenzaba a vislumbrar el agotamiento de este proyecto civilizatorio por parte de algunos pensadores de variada latitud y de diferente signo de pensamiento, quienes, además, comenzaron a criticar todo lo que de negativo ha implicado dicho proyecto para la vida humana en general.

Dentro de estos críticos pensadores de la modernidad, destaca un alemán nacido en Tréveris, provincia de Prusia Renana y cuyo nombre era Carlos Marx, quien ya desde su juventud se había percatado de algunas contradicciones entre la sociedad civil alemana y el estado prusiano de su tiempo y, por ello, se da a la tarea de criticar los fundamentos sociales, políticos y filosóficos sobre los que él cree que descansaba la sociedad que le tocó vivir. No obstante lo anterior, de lo que va cobrando conciencia es de que la crítica que tiene que realizar no es solamente a los tres aspectos antes señalados, sino, sobre todo, que tiene que dirigirla hacia una nueva ciencia, la economía, que estudia las bases materiales a partir de las cuales se genera la riqueza de la sociedad y que para él representó desde entonces, además del fundamento estructural sobre el cual descansa toda la sociedad, la esencia misma del proyecto civilizatorio de vida llamado modernidad.

Es por ello que, a partir de sus escrupulosos y profundos análisis económicos, Marx va descubriendo lo que él considera el esqueleto de la sociedad capitalista; pero también algunos fenómenos que, según los presupuestos racionalistas y positivistas de la modernidad, sería inconcebible que ocurrieran por la gran contradicción que representaría el hecho de que precisamente en la modernidad se manifestara algo que no correspondiera con esos presupuestos, sino que, más bien, dichos fenómenos estuvieran acordes con los de aquellas sociedades o civilizaciones arcaicas donde la razón no alcanzaba entonces el grado de lucidez que, según la concepción moderna, se había obtenido a esta altura de la historia humana y que, por lo tanto, estas cuestiones estarían ya

superadas debido a que se les considera como “cosas del pasado”. De manera que, dentro de esta perspectiva, se quisiera destacar un aspecto de la obra de Marx que hace referencia a un fenómeno que resulta, a todas luces, paradójico para la modernidad; es un fenómeno que extrañamente permite que se “viva lo invivable”, esto es, que ocurra lo mágico en lo moderno; lo sobrenatural en una época de la historia en la que se suponen ya superadas las cuestiones sobrenaturales por las explicaciones muy racionales de la ciencia de corte positivista. Entonces de lo que se trata, en este caso, es de averiguar por qué y de qué manera se da este fetichismo (lo mágico) que caracteriza contrariamente a la modernidad.

1. El fetichismo de la mercancía como fenómeno paradójicamente característico de la vida moderna

Aquí se hablará de una de las grandes paradojas de la vida moderna. Se abordará un tema que lleva a cuestionarse sobre la posibilidad de que se pueda vivir, a pesar de la contradicción que ello implica: lo invivable en la modernidad; se tratará de poner en evidencia lo absurdamente contradictorio que resulta para la conciencia racionalista y positivista de la época moderna el hecho de que se manifieste lo místico precisamente en la época donde se supone que el imperio de la luz de la razón es lo que estrictamente guía tanto al actuar práctico como al hacer técnico y que, asimismo, es el fundamento, según esta misma conciencia, de la ciencia moderna.

Se discurrirá, por lo tanto, de que es en este momento de la historia humana cuando pareciera que la vida social profana, con todo su conjunto de interacciones, no pudiera llevarse a cabo sino a condición de que se cumpla un “efecto mágico” en un plano “sobrenatural”¹; esto es, en un lugar en el que habitan seres que se comportan de manera ajena e independiente respecto de la voluntad humana y que por lo mismo resultan ininteligibles a su entendimiento.

Pero, según las premisas racionalistas y positivas del mundo moderno, en éste ya no puede haber una actitud en la que los humanos, que esencialmente son seres sociales y, sobre todo, racionales, se comporten hacia sus congéneres de manera mística; es decir, que para relacionarse entre sí haga falta invocar el auxilio de seres u objetos mágicos o milagrosos que funcionen como condición de realización de la vida social humana; o sea, ya no cabe en esta época de la historia una actitud fetichista. Porque “para el mundo moderno, que se piensa a sí mismo como el reino de la luz que ha vencido al de las tinieblas, el ‘fetichismo’ es un fenómeno del pasado, de la época en que el Hombre estaba aún a oscuras en medio de la Naturaleza, dominado por ella.”²

Y además porque “ser ‘fetichista’ significa necesitar, para la consecución de un determinado efecto, la intervención de un objeto milagroso, es decir, de un instrumento mágico cuya efectividad no puede ser explicada por el entendimiento racional ni puede ser producida por la actividad técnica que se guía por éste.”³

De tal suerte que resulta completamente contradictorio que sea justamente en el mundo moderno donde los seres humanos no puedan cumplir de manera adecuada dicha condición esencial suya (ser un ser social) y, en consecuencia, no logren relacionarse entre ellos mismos sino a condición de que intervenga en este proceso socializador la incontrolable e incomprensible actuación de algo que podría denominarse como un fetiche moderno; fetiche puesto que éste puede ser:

¹ Cfr. Bolívar Echeverría, El discurso crítico de Marx, Era, México, 1986, p. 196.

² Ibidem, pp. 195-196.

³ Ibidem, p. 195.

una acción, una palabra o una cosa que sirve de instrumento para lograr un hechizo [...] es decir, para provocar la actualización de lo sobrenatural en una situación concreta. Es un instrumento como cualquier otro, pero es además mágico: su efectividad rebasa la efectividad reconocida como natural por la sociedad. Su presencia es así necesariamente doble o 'mística', a un tiempo profana y sagrada, material y espiritual, terrenal y celestial. Es un objeto cuya función ordinaria o natural en la vida social se halla visitada y absorbida por una función milagrosa o sobrenatural⁴.

Y moderno porque, a pesar de que las relaciones fetichistas que se dieron sobre todo en edades arcaicas, este tipo de fetichismo es característico, paradójicamente, en la época moderna, en la modernidad capitalista puesto que se está en la creencia de que el hombre ya ha sometido, teórica y prácticamente, a las fuerzas de la naturaleza, y con ello ha dejado de necesitar de los fetiches.⁵ Pero, ¿cuál es ese mundo de seres dotados de poderes mágicos, autónomos y completamente ajenos a la voluntad y al entendimiento humanos? La respuesta la tendría el filósofo y economista alemán Carlos Marx, quien logró ver que dicho mundo sui generis se encuentra, extrañamente, en las entrañas mismas de la sociedad moderna, no obstante todo el racionalismo que ello implica; o sea, en el mundo mercantil capitalista, en el mundo de los productos dotados de valor que, justamente por la forma mercantil que adoptan, se presentan a los hombres con una apariencia adherida que Marx denominó propiamente el fetichismo de la mercancía.

Ahora bien, para averiguar las posibles explicaciones por las que en esta época de la historia se da esta flagrante contradicción que hace vivible lo mágico en lo moderno y, sobre todo, el modo en que afecta dicha contradicción a las relaciones morales que son fundamentales para la convivencia humana, este trabajo se propone partir de un problema que se podría enunciar del siguiente modo: ¿de qué manera afecta a la moral la situación de que los hombres hayan perdido el poder de ejercer plenamente su voluntad y su libertad y, por lo tanto, su autonomía, su responsabilidad y su autoridad para determinar sus propias condiciones sociales de vida y en las que las relaciones sociales que éstos entablan entre sí cobran la apariencia no sólo de ser autónomas e independientes de quienes son sus propios creadores, sino que ahora, más bien, pasan a ser propiedades de las cosas?

Para responder de manera adecuada a esta cuestión es necesario explicar algunas de las condiciones históricas, políticas, sociales y económicas, que hicieron posible esta inversión en las relaciones que guardan los hombres consigo mismos y entre éstos y sus productos y que dan origen a este contradictorio fenómeno.

2. Contexto histórico, político y social

Aproximadamente a partir del siglo XVI, Europa cambia drásticamente en su conformación cultural y civilizatoria porque es precisamente este siglo el que se toma como un parte aguas entre lo que se considera el mundo feudal y el mundo moderno. Se dan muchos cambios en distintos ámbitos del quehacer humano, pero dentro de esta diversidad sólo interesan, para efectos del problema que se está tratando en este trabajo, algunos de los que históricamente están marcados, del lado políticosocial, por el signo de la Revolución Francesa; y, asimismo, del lado económico, por los cambios que se dan en la forma de producir e intercambiar bienes gracias al nuevo modo de producción que se impone y que hoy se conoce como capitalismo. Dichos cambios son las

⁴ Ibid., p. 198.

⁵ Ibidem, p. 196.

condiciones de posibilidad para que se pueda manifestar un fenómeno peculiar que en la vida moderna ocasiona graves trastornos a los seres humanos: el fetichismo mercantil. De manera que lo que se quisiera destacar es que la Europa surgida después del feudalismo era una sociedad disgregada a la que los teóricos de liberalismo y del iusnaturalismo intentaron, dice Norberto Bobbio, dar explicación partiendo de lo que ellos llamaron “estado de naturaleza”, pero que en realidad nunca existió. Este “estado de naturaleza” es, más bien, “una construcción general e hipotética sobre la naturaleza del hombre [y de la sociedad] que prescinde de toda verificación empírica y de toda prueba histórica”⁶ y que, en realidad es “fruto de una reconstrucción hipotética de un supuesto estado originario del hombre, cuyo único objeto es aducir una buena razón para justificar los límites del Estado.”⁷

Sin embargo, Bobbio es presa de ilusiones históricas porque concibe como algo “natural” lo que tiene una explicación económico-social; dicho en otros términos, Bobbio piensa que es natural el que se presenten de manera invertida los hechos ocurridos. Esto se puede constatar cuando afirma que naturalmente, también en este caso, el curso histórico que origina un determinado orden jurídico y su justificación racional se presentan de manera invertida: históricamente, el Estado liberal nace de una continua y progresiva erosión del poder absoluto del rey, [...] racionalmente, el Estado liberal es justificado como el resultado de un acuerdo entre individuos libres que convienen en establecer los vínculos estrictamente necesarios para una convivencia duradera y pacífica. Mientras el curso histórico camina de un estado inicial de servidumbre a estados sucesivos de conquista de espacios de libertad por parte de los sujetos, [...] la doctrina transita el camino inverso, ya que parte de la hipótesis de un estado inicial de libertad, y sólo cuando concibe al hombre naturalmente libre llega a constituir la sociedad política [...] En sustancia, la doctrina, bajo la teoría de los derechos naturales, invierte el recorrido del curso histórico, poniendo al inicio como fundamento y por consiguiente como prius lo que históricamente es el resultado, el posterius.⁸ Pero el que se presenten de ese modo los hechos no tiene nada de natural, puesto que en la cabeza de los hombres, aun cuando se vaya creando una idea un tanto deformada de lo que pasa en su realidad histórica, de alguna manera se reflejan las circunstancias en que viven y, también, las causas de éstas.

En cambio para el autor del concepto del fetichismo de la mercancía las cosas no son así, pues, ya desde su juventud, Marx tenía otra percepción de las razones por las que la sociedad resultante del feudalismo se había disgregado, valga la expresión, en un “conjunto de aislamientos” que sólo recobraban su socialidad precisamente al comerciar. Y, justamente, en un trabajo de juventud titulado “Sobre la cuestión judía” —escrito en otoño de 1843, pero publicado hasta el año siguiente en los Anales franco-alemanes— es donde el joven de Tréveris deja constancia de lo que él piensa que ocurrió histórica, política y socialmente en la Europa posterior a la caída del régimen feudal. Pero el problema central del escrito de Marx no es, desde luego, explicar lo arriba mencionado, sino más bien, cómo afectó política y socialmente a la Alemania de mediados del siglo XIX la cuestión de los deberes y derechos que se arrogaban para sí misma la comunidad judía que habitaba allí. No obstante, se podría decir que, al tratar este asunto, Marx se ve obligado a decir algo sobre los cambios que se dan en la Europa después del feudalismo y, sobre todo, a partir de las ideas que los liberales franceses introducen en el carácter de la revolución de 1791 con su declaración de los

6 Norberto Bobbio, *Liberalismo y democracia*, trad. José F. Fernández Santillán, Fondo de Cultura Económica, México, 1989, p. 12

7 Idem. Las cursivas son nuestras.

8 Ibidem, pp.14-15. Las negritas son nuestras.

derechos humanos y la posterior Constitución de 1793 y cuya influencia ocasiona cambios tan radicales en la concepción del hombre y de la sociedad que las consecuencias que se generan a partir de la libertad liberal van haciendo que impere el aislamiento de los individuos en las sociedades europeas de esa época.

De manera que, para Marx, la sociedad feudal tenía un carácter político directo; esto es, la vida civil era, al mismo tiempo, de la incumbencia de la vida estatal, lo cual significaba que no había una posesión privada de los medios con los que se producía; por ejemplo, la posesión de los bienes era cuestión de propiedad territorial. Asimismo, la familia era un asunto estamental y de linaje que no tenía nada que ver con los modernos contratos de matrimonio y el tipo y la manera de trabajar eran cosa de la corporación, es decir, del cuerpo del gremio al que se pertenecía y no a asuntos reglamentados en los modernos contratos privados o colectivos entre patrón y trabajadores. Todo esto hacía que las relaciones entre los individuos y el Estado —la forma en que se manifiestan sus relaciones políticas— se fijaran no como relaciones propiamente sociales, sino como relaciones eminentemente políticas que motivaban el que dentro de la sociedad existieran otras sociedades aparte; lo que, a su vez, causaba que del lado de los individuos, lo peculiar de su trabajo, de su corporación y de su situación civil se constituyera como relación o situación general con el pueblo, porque era, directamente, vida de Estado; y, del lado de este último, el poder se manifestara como incumbencia particular del señor feudal que, no obstante esto, se encontraba dissociado tanto del pueblo como de sus súbditos.⁹ De modo que para Marx la emancipación política del régimen feudal equivalía a la disolución de éste y a la instauración, por medio de la revolución, de la sociedad burguesa.

Pero cuando Marx comienza a tratar en el ensayo mencionado los derechos del hombre o los derechos humanos, hace una distinción entre éstos y los derechos del ciudadano, o sea los derechos cívicos. Porque Marx observa que, en esta concepción liberal, el hombre es el miembro de la sociedad burguesa, “el hombre” por antonomasia, a cuyos derechos se da el nombre de “derechos humanos”. Por ello, Marx llama la atención y dice: “registremos, ante todo, el hecho de que los llamados derechos humanos, los *droits de l’homme*, a diferencia de los *droits du citoyen*, no son otra cosa que los derechos del miembro de la sociedad civil, es decir, los derechos del hombre egoísta, del hombre que vive al margen del hombre y de la comunidad.”¹⁰

¿Por qué dice esto Marx? Por la concepción que de libertad, igualdad, seguridad y propiedad está plasmada, primero, en la Declaración de los Derechos del Hombre de 1791 y, segundo, en la Constitución Francesa de 1793 y en las que está presente el espíritu liberal y burgués de la sociedad capitalista que iba surgiendo.

Por ejemplo, en el artículo 6 de la Constitución de 1793 se dice: “La libertad es el poder del hombre de hacer todo lo que no atente contra los derechos de otro” y en la Declaración de los Derechos del Hombre de 1791: “La libertad consiste en poder hacer lo que no perjudique a otro”. En relación con esto Marx comenta: “La libertad es, por tanto, el derecho de hacer y emprender todo lo que no perjudique a los demás. Los límites dentro de los cuales puede moverse todo hombre sin detrimento para otro los determina la ley, como la empalizada marca los límites o la línea divisoria entre dos propiedades. Se trata de la libertad del hombre considerado como una monada, aislado, replegado sobre sí mismo.”¹¹

9 Cfr. Carlos Marx, “Sobre la cuestión judía” en Carlos Marx, *Obras de juventud*, trad. Wenceslao Roces, Fondo de Cultura Económica, México, 1982, pp. 481-482. [Col. Carlos Marx/Federico Engels, *Obras fundamentales*, 1].

10 *Ibidem*, p. 478.

Ésta es la libertad que hoy en día se le conoce como “libertad negativa”. Es decir, aquella concepción que implica, aunque parezca contradictorio, la relación de la “no-relación”, pues consiste en marcar, solamente, los límites negativos respecto del contacto humano; aquella en donde todos los seres humanos son seres anónimos porque en lugar de permitir el acercamiento entre los hombres, lo que provoca es que se separan más. Es la libertad en donde se es libre no por estar con la comunidad sino por estar separada de ella y en donde la sociedad no es la realización de la libertad sino, justamente, su limitación.

Por ello, Marx agrega que “el derecho humano de la libertad no descansa sobre la unión del hombre con el hombre, sino que se basa, por el contrario, en la separación entre los hombres. Es el derecho a disociarse, el derecho del individuo aislado, limitado a sí mismo.”¹² Y su realización práctica, su aplicación, en esta sociedad es el derecho a la propiedad privada, al disfrute del patrimonio sin preocuparse de los demás individuos.

Ésta es la sociedad capitalista que se está gestando a partir del derrumbe de la sociedad feudal y de la concepción liberal que surge con la revolución francesa y la defensa de los derechos humanos, en especial, de la libertad; es la sociedad cuyo marco jurídico-político es el más idóneo para justificar las relaciones mercantiles capitalistas: “la sociedad que hace que todo hombre encuentre en los demás, no la realización, sino, por el contrario, la limitación de la libertad.”¹³ Y peor aún, que en los demás se encuentre sólo un medio para los propios fines o intereses privados. Así, este marco social de los derechos humanos, según la concepción liberal, es totalmente contradictorio a los ojos de Marx, porque “estos derechos hacen, por el contrario, de la sociedad un marco externo a los individuos, una limitación impuesta a su independencia originaria. [Hacen que] el único nexo que los mantiene en cohesión [sea] la necesidad natural, la necesidad y el interés privado, la conservación de su propiedad y de su egoísta persona”¹⁴. Éste es el marco que pone las condiciones de posibilidad para que la socialización se dé gracias a la mágica intervención del moderno “socializador” fetichista por excelencia: la mercancía capitalista.

Por ello para Marx, en Europa, los primeros grupos sociales que se encuentran en libertad y escapan al fuero del señor feudal van formando pequeños grupos de humanos, pequeñas unidades que generalmente son familias dedicadas a un oficio y disgregadas por todo el territorio libre. A esto se refiere Marx cuando menciona las monadas. Los grupos humanos ya no forman una unidad gremial como antaño, ahora cada cual, junto con su familia, sale del mundo feudal a buscar la vida y tal parece que el único contacto que tienen es mediante el comercio de sus productos que intercambian con otros ya constituidos como “productores privados”; es decir, con la revolución liberal burguesa se “escindió la sociedad civil en sus partes integrantes más simples, de una parte los individuos y de otra los elementos materiales y espirituales que forman su contenido de vida...”¹⁵ Dicho en otros términos, lo que antes estaba íntegramente unido en un todo en el mundo feudal (individuos, instrumentos de trabajo y Estado), ahora está separado en individuos solipsistas, medios de producción privados y Estado. En consecuencia, la sociedad se va encontrando cada vez más

11 Idem. Por monada debe entenderse un ente aislado, separado del conjunto del que forman parte otros entes cuya relación esencial es estar integrados a un conjunto.

12 Idem.

13 Ibidem, p. 479.

14 Idem.

15 Ibidem. p. 482.

atomizada, más esparcida en diminutos asentamientos humanos a lo largo de la Europa liberada del poder feudal. Es por ello que la sociedad resultante de este proceso políticosocial es una sociedad que comienza a ser en mayor medida más individualista.¹⁶

De este modo, “la sociedad feudal se hallaba disuelta en un mismo fundamento, en el hombre. Pero en el hombre tal y como realmente era el fundamento sobre el que descansaba, en el hombre egoísta. Este hombre, el miembro de la sociedad civil, pasaba ahora a ser la base, la premisa del Estado político. Y como tal es reconocida por éste en los derechos del hombre.”¹⁷

De ahí la importancia que tiene el mencionar la influencia que ejerció la Revolución Francesa en la concepción del hombre y de la sociedad y que Marx trata de analizar tangencialmente en su ensayo “Sobre la cuestión judía”. Por lo mismo afirma Marx: “la revolución política, que derrocó este poder señorial que elevó los asuntos del Estado a asuntos del pueblo y constituyó el Estado político como incumbencia general, es decir, como un estado real, acabó necesariamente con todos los estamentos, corporaciones, gremios y privilegios[...].”¹⁸

3. Contexto económico

A lo anterior, habría que agregar el que Marx también descubre, luego de años de investigación, que obviamente existen condiciones económicas que también hacen posible la aparición del fenómeno del fetichismo mercantil. Dichas condiciones las encuentra primigénicamente cuando comienzan los intercambios mercantiles en las comunidades antiguas que forman la humanidad.

De esto, Marx se percató mucho tiempo después cuando realiza los estudios que dan origen a su obra *El capital*¹⁹(publicada hasta 1867 en tres volúmenes). Y precisamente en ésta (capítulo II titulado “El proceso del intercambio” del libro primero) Marx aborda el tema cuando menciona que las cosas [...] son ajenas al hombre y por ende enajenables. Para que esta enajenación sea recíproca, los hombres no necesitan más que enfrentarse implícitamente como propietarios privados de cosas enajenables, enfrentándose, precisamente por eso, como personas independientes entre sí. Tal relación de ajenidad recíproca, sin embargo, no existe para una entidad comunitaria de origen natural, ya tenga la forma de una familia patriarcal, de una comunidad india antigua, de un estado inca, etcétera. El intercambio de mercancías comienza donde terminan las entidades comunitarias, en sus puntos de contacto con otras entidades comunitarias o con miembros de éstas.²⁰ Como se puede observar, resulta fácil confundirse cuando se trata de ubicar históricamente a la circulación mercantil en su relación con los trabajos privados e independientes de que habla Marx y aunque en su escrito de juventud arriba mencionado aborda la cuestión de los pequeños propietarios privados que, fugados de los feudos y desposeídos de tierra, van poblando el campo en la Europa

¹⁶ Es, incluso, bien sabido que a partir de la llegada del Renacimiento a Europa también aproximadamente a partir del siglo XVI se inicia, en Venecia por ejemplo, la exaltación de la figura individual del artista a diferencia del artesano medieval perteneciente a un gremio, porque ése era, justamente, el espíritu de la época que ya estaba presente.

¹⁷ Carlos Marx, op.cit.

¹⁸ Idem. Sin embargo, como se mostrará más adelante en este estudio, Marx se da cuenta, al seguir con sus investigaciones económicas sobre el capitalismo, de que la socialización que aparentemente se hace al comerciar no es un hecho exclusivo del derrumbe de la sociedad feudal sino que esto tiene lugar desde comunidades arcaicas donde los propietarios privados que menciona él mismo son las mismas comunidades que al intercambiar lo excedente de su producción comunitaria se relacionan con otra como propietarios independientes la una de la otra.

¹⁹ C. Marx, *El capital. Crítica de la economía política*. Edición, traducción, advertencia y notas por Pedro Scarón. Siglo XXI, México, en coedición con Siglo XXI editores de España, 1975.

²⁰ C. Marx, *Ibidem*, t. I, vol. I, libro primero, p. 107.

precapitalista, en su obra posterior, él mismo corrige y toma en cuenta que los propietarios privados, como tales, los son en la medida en que son ciudadanos que están ya integrados a una comunidad de hombres regidos por relaciones políticas estatales y que, por ende, existe la presencia de vinculación social entre ellos.

Más bien, la privacidad e independencia de los productores a la que el mismo Marx hace referencia como condición realmente histórica para que se pueda dar el fenómeno del fetichismo está en la localización histórica de éstos en las comunidades antiguas de las que él habla en *El capital*. Pero, además, Marx también menciona un aspecto básico en el actuar humano que influye, desde un inicio, en los intercambios mercantiles. Dicho aspecto es la voluntad, el acto de la voluntad. Así, dice Marx “si las cosas son intercambiables, ello se debe al acto de voluntad por el que sus poseedores resuelven enajenarlas recíprocamente.”²¹

De manera que el intercambio mercantil es también resultado de un acto de voluntad por parte de los poseedores de las mercancías, y siempre y cuando dicho intercambio sólo sea secundario y subordinado a las relaciones básicas de producción de los bienes porque tanto la función como la extensión del intercambio no son lo fundamental para las comunidades arcaicas ya que en la producción existe todavía para éstas el predominio del valor de uso como criterio básico de la producción material.

Sin embargo, como el actuar humano evoluciona históricamente, las condiciones de ese actuar también lo hacen y, en consecuencia, las formas sociales en las que se interrelacionan los hombres se desintegran para dar paso a otras que van obteniendo en mayor medida un campo más amplio para que pueda realizarse la circulación mercantil y, con ello, para que el papel esencial del valor de uso en la producción ceda el paso al valor como el criterio que orienta la producción.

Por otra parte, no sólo cambia el papel del valor respecto de la producción, también se transforma el que desempeña la misma circulación mercantil, puesto que en un inicio tiene un papel limitado porque sólo ocurre esporádicamente entre comunidades que llegan a tener un excedente y, más bien, acontece el cambio de los bienes dentro de una misma comunidad que distribuye los bienes entre los miembros que la componen, o sea, únicamente al interior de la misma comunidad. En este caso la circulación (o el cambio) de bienes es un momento constitutivo dentro de la misma producción en virtud de que los productos son creados para ser consumidos por la comunidad de productores de manera directa. A diferencia de lo anterior, la cuestión se modifica en las relaciones capitalistas debido a que el cambio se ha vuelto un ámbito cada vez más independiente y autónomo respecto de la producción; es, incluso, indiferente a ella y la producción ya no se realiza con miras al consumo inmediato, sino que los productos son creados expresamente para el cambio. Aquí el cambio ya es privado, deja de ser el medio para suministrar los productos listos para la misma comunidad que los habrá de consumir; esto es, la circulación (o cambio) ya no está incluida como acto dentro de la misma producción.²²

No obstante lo anterior, la independencia y autonomía de la circulación respecto de la producción es relativa, en vista de que está limitada por el trabajo que produce lo excedente o lo superfluo, es decir, luego de que se tiene la seguridad de que el sustento necesario para la comunidad está garantizado. Ahora bien, otro aspecto que para Marx habría que subrayar como una condición sin la cual no se

21 Idem.

22 Cfr. Carlos Antonio Aguirre Rojas, *El problema del fetichismo en El capital*, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1984, pp. 26-28. [Col. Cuadernos de Teoría Política, 1].

desarrollaría el fenómeno del fetichismo está dado por la dualidad y contradicción de los caracteres del trabajo humano y en la doble naturaleza que hay en la objetividad mercantil; o lo que es lo mismo pero en palabras propias de Marx: “ese carácter fetichista del mundo de las mercancías se origina, [...] en la particular índole social del trabajo que produce mercancías.”²³ Y su peculiaridad social consiste en que son productos que resultan del trabajo privado; o lo que es lo mismo, que el trabajo es ejercido por los productores que están independientes el uno del otro, aun cuando tomados en su conjunto constituyan lo que Marx llamó “el trabajo social global”²⁴.

Pero como estos productores privados sólo tienen contacto social hasta que logran intercambiar sus productos, resulta que con esta situación los caracteres peculiarmente sociales de sus trabajos (los atributos sociales de sus productos) sólo se logran manifestar y, en consecuencia, percibir hasta el marco que les otorga el intercambio; o como lo dice el mismo Marx: “los trabajos privados no alcanzan realidad como partes del trabajo social en su conjunto, sino por medio de las relaciones que el intercambio establece entre los productos del trabajo, y, a través de los mismos, entre los productores.”²⁵

En concreto, para que existan productos en el sentido de mercancías se requiere como condición fundamental el que los productores de éstas estén separados y sus trabajos sean trabajos privados, independientes unos de otros; es necesario que socialmente los productores se encuentren atomizados entre sí. Lo cual no indica que no exista relación social política entre ellos como miembros de la sociedad civil, sino que lo que no existe es una relación social directa entre ellos como productores, y que sólo podrá darse hasta que cobre realidad posteriormente en el intercambio, aunque sí exista una relación social en otros órdenes de la vida como, por ejemplo, el político; además de que el vínculo social que se da en el marco de las relaciones mercantiles “será tan efímero o profundo como lo sea el intercambio de mercancías que ha de efectuar.”²⁶

Sin embargo, aquello mediante lo cual se va a llevar el intercambio no es la relación humana directa, sino la relación entre cosas, entre los productos constituidos como mercancías; en otras palabras, entre los productos creados para el intercambio y, en consecuencia, “el carácter social de los productos sólo podrá expresarse y cobrar realidad trastocándose en su opuesto, como carácter natural de esas mismas cosas.”²⁷

Aquí, obviamente, cabe preguntarse ¿por qué ocurre este fenómeno? Porque Marx encuentra que los productos del trabajo humano tienen una doble naturaleza: por una parte, éstas tienen unas características naturales, tangibles, corpóreamente visibles que son lo que él llama el valor de uso de los bienes; por otra, también tienen cualidades sociales que no las trae consigo el bien creado, sino que se le incorporan a partir de la transformación que sufre éste en el proceso de trabajo. Dichas cualidades sociales son lo que él llama valor y que sólo se dejan percibir dentro del marco de funcionamiento de las relaciones sociales mercantiles. Así, esta doble naturaleza es lo que Marx denomina la “doble objetividad de los productos”. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que el crítico de Tréveris era consciente de que las dos determinaciones del trabajo han existido siempre, es decir, desde que el hombre vive en sociedad y para ello ha trabajado transformando la naturaleza y agregando valor (determinación social) al valor de uso (determinación natural).

23 C. Marx, El capital, ed. cit., p. 89.

24 Idem.

25 Idem. Las cursivas son nuestras.

26 C. A. Aguirre Rojas, op. cit., p. 25.

27 C. A. Aguirre Rojas, idem.

Pero también descubre que esta doble objetividad es una relación recíproca de exclusión, es una relación contradictoria que proviene de otra igualmente contradictoria entre el trabajo abstracto y el trabajo concreto; sólo que al realizarse (u objetivarse) el primero en el segundo, lo hace manifestándose en su contrario. Esto es, el trabajo abstracto sólo alcanza realidad efectiva cuando se realiza, cuando se concreta en un trabajo determinado. Lo mismo pasa con las cualidades sociales de un producto, sólo se manifiestan en su opuesto, en las cualidades naturales. En síntesis, el valor (lo social) sólo se manifiesta en su contrario, el valor de uso (lo natural) y la contradicción se resuelve reproduciéndose en otra forma más compleja que la que le antecede.

Esto es un mecanismo o proceso de desarrollo que Marx descubre en relación con el trabajo y los productos de éste a partir de un análisis dialéctico de las contradicciones que surgen en la producción capitalista y en la que hay una conversión que, valga la expresión, obliga a uno de los polos de la relación de opuestos a convertirse en su contrario. La solución de la antítesis interna de este fenómeno requiere entonces de su manifestación y para ello necesita de su exteriorización que encuentra en el fenómeno especial del fetichismo mercantil. “Más en particular, es este mecanismo de expresión de una cosa en su opuesto el que constituye la sustancia misma del fetichismo. Es por esta peculiar «solución» de la contradicción de la doble objetividad mercantil, que los caracteres sociales se expresan como caracteres objetivos naturales y que las relaciones entre los productores se expresan como relaciones entre cosas.”²⁸

Curiosamente Marx descubre que en la producción mercantil los bienes creados para el mercado tienen una ordenación distinta y propia que, aun cuando siempre han tenido las dos determinaciones, hace que se estructuren y jerarquicen de otra forma. El problema, dice Marx, radica en la forma mercantil misma no en las determinaciones. El problema es una cuestión formal no de contenido, pero que, singularmente, en la medida en que se vuelve la fuente del problema, dicha forma, pasa a ocupar la parte esencial o determinante del contenido y, éste, ocupa una posición derivada o secundaria. ¿Cómo puede ocurrir esto? Ocurre porque la ordenación de las determinaciones, a pesar de que sean las mismas dos de siempre, se ha invertido, ha cambiado, puesto que en antaño lo que aparecía como una simple propiedad de los bienes —la determinación abstracta del producto o valor y que es algo derivado, secundario y subordinado— ahora aparece como lo privilegiado por excelencia; esto es, ahora el elemento jerárquico determinante que subordina y domina la relación dentro del producto es el valor y el elemento que jerárquicamente está determinado es el valor de uso —o sea la determinación concreta del producto—, lo que antes era el elemento fundamental por el cual se le tomaba básicamente en cuenta a cualquier bien. Mas esta ordenación distinta provoca cambios drásticos cuyo resultado negativo, entre otros, es el fetichismo porque dicha transformación en el orden de las determinaciones no es un simple cambio de lugar de éstas, sino que entraña una autonomización cada vez mayor de la determinación abstracta; esto es, el trabajo abstracto, que es justamente lo que constituye la forma valor, ha dejado de ser una mera propiedad del trabajo y ha pasado a ser lo sustantivo, con lo que se ha convertido en la cualidad esencial del trabajo. Es ésta la inversión básica y que embrionariamente es el fundamento del fetichismo de la mercancía.²⁹

Ahora bien, esta inversión es posible por la intervención del hombre mismo en la realidad, sin embargo, no se da cuenta. El hombre no lo sabe, pero lo hace, o al menos lo provoca.

²⁸ Ibidem, p. 21.

²⁹ Cfr. C.A. Aguirre Rojas, Ibidem, pp. 23-24.

Pero este no-saber del hombre es, más bien, una inconsciencia de las relaciones invertidas que él percibe como algo natural y a las que Marx las califica como un hecho místico porque, primero, para él no hay nada de natural en el hecho de que algo general y abstracto (el valor) se efectivice, como menciona él, en lo concreto y sensible (el valor de uso); y, segundo, porque tal parece que no hay nada que explique el hecho de que las simples propiedades se hayan convertido en lo principal y que lo realmente primordial se convierta en una determinación secundaria. Pero precisamente, esto es lo que caracteriza a la forma mercancía y su expresión de valor y, además, eso es lo que hace difícil la comprensión de este fenómeno: el que las mercancías, como formas de valor, funcionan como efectivizaciones concretas o formas de manifestación del ente abstracto llamado valor.³⁰

Por otra parte, se diría que ésta es una inversión de la realidad que a los ojos de Marx resulta irracional porque la realidad ha dejado de ser una unidad entre lo que existe naturalmente y los atributos que le agrega el hombre con su trabajo para convertirse en una inversión irracional en la que las cualidades que son generales y, por lo tanto, abstractas, toman el papel de la esencia de las cosas y funcionan como tales, a diferencia de las determinaciones concretas, específicas que fungen el papel de mera forma de manifestación de dicha esencia abstracta.

A contrapelo de esto, por ejemplo, en la llamada Edad Media, el carácter social tanto de la actividad productiva como de los resultados de ésta no tienen que corroborarse después del proceso de producción en el intercambio. En este caso, la forma social en que se lleva a cabo la actividad productiva coincide con la forma natural pues ésta no se encuentra separada de la otra como en el capitalismo.

Aquí, en el feudalismo, la manifestación de las relaciones sociales productivas no necesitan de una materialidad separada de su objetividad práctico-sensible para manifestarse ya que es visible a todas luces. En este caso no hay, como dice frecuentemente Marx, un desdoblamiento entre formas sociales y formas naturales de trabajo, para ello habrá que esperar a que en las relaciones mercantiles capitalistas ocurra tal desdoblamiento entre la forma natural (valor de uso) y la forma social (valor) del trabajo y que, además, exista una oposición entre éstas para que se produzca la manifestación invertida de tal oposición con lo que el carácter social de los productos sólo aparecerá por una mediación que consiste en un movimiento que se caracteriza por la inversión de uno de los polos en su contrario: lo social aparece como lo natural; esto es, se presentan como los caracteres objetivos, inherentes a las cosas mismas y que, por ende, los productos, en el sentido de mercancías, asumen funciones tan particulares que pareciera que se comportasen acordes con normas que no son su propio movimiento. ³¹

Tal parece como si las mercancías adquirieran voluntad propia y libre albedrío, atributos que, igualmente, de suyo son propios de quienes son sus creadores, los seres humanos.

4. El fetichismo mercantil, su importancia en la modernidad y sus efectos en la moral

De todo lo anterior se podría decir que, con la fijeza que acarrea la costumbre, así va forjándose, de

³⁰ Cfr. Idem y también en C. Marx, *El capital*. t. I, vol. 3, ed. cit., p. 1026.

³¹ Al respecto consúltese también lo que Marx describe brevemente respecto del punto aquí tratado cuando toma en cuenta otras formas de producción social. C. Marx, *ibidem*, t.I, vol. I, parágrafo 4, p. 93 y ss.

manera inconsciente, en el pensamiento de los habitantes de esas pequeñas unidades humanas que aquello que es capaz de hacer el encuentro entre seres humanos es el comercio; primero, el comercio con bienes producidos para el consumo, pero que resultan excedentes y, por lo tanto, superfluos; y, posteriormente, con bienes producidos ex profeso para el intercambio, para el mercado, o sea, con mercancías capitalistas.

Así, con Marx, se diría que esta situación genera el hecho de que las relaciones que establecen los hombres se cambien y, con ello, ocurra que tanto la voluntad y la libertad como la autoridad y la responsabilidad humanas se perciban ilusoriamente como el producto de las cosas, es decir, de las mercancías mismas. De igual manera se diría que ahora, en la modernidad, la mercancía es lo que se convierte en el actor, en el agente activo de las relaciones morales y los hombres; en cambio, se dosifican al dosificarse éstas y pasan a ser meros entes pasivos de las “leyes autónomas” que las mercancías les dictan; porque “cosificación significa para Marx la substitución de los nexos de interioridad entre los individuos sociales por nexos de exterioridad.”³² Porque es tanta la capacidad de influencia que tiene el tráfico mercantil en la totalidad de la vida social moderna que, como la relación mercantil capitalista es la forma dominante del intercambio en esta sociedad, tiene como consecuencia el que todos los fenómenos que ocurran en esa sociedad cobren formas de cumplirse cualitativamente diferentes a como lo hacían en antaño.

Dicho en otros términos como lo afirma el filósofo húngaro Georg Lukács cuando dice que la esencia de la estructura de la mercancía “se basa en que una relación entre personas cobra el carácter de una coseidad y, de este modo, una «objetividad fantasmal» que con sus leyes propias rígidas, aparentemente conclusas del todo y racionales, esconde toda huella de su naturaleza esencial, el ser una relación entre hombres.”³³ O con otras palabras y de manera metafórica, cuando el intercambio mercantil ha adquirido la forma capitalista como la manera dominante del metabolismo del organismo social, la gran mayoría de los fenómenos objetivos y subjetivos de la vida social adquieren modos de cumplirse cualitativamente diferentes a cualquier otra sociedad donde el intercambio mercantil no era el dominante porque en estas sociedades las relaciones eran transparentes y no cobraban, como en la modernidad capitalista, un modo fantasmal de cumplimiento en la que el hombre mismo se enfrenta tanto con su trabajo como con los productos de éste y también con sus congéneres como si fueran algo objetivo (natural), absolutamente independiente y autónomo de él; pero, además, como si fueran hechos mágicos cuya racionalidad estuviera al margen de los hombres cuyas voluntades y libertades puestas en acción no fueran, por tanto, capaces de influir en el curso de los fenómenos en cuestión.

Pero, ¿de qué manera ocurre este fenómeno propio de la modernidad en donde lo mágico que pervive en lo moderno se manifiesta precisamente en una relación mercantil que hace que se inviertan las relaciones entre hombres y, entre éstos y las cosas que ellos han creado?

Para responder de manera más propia a esta pregunta habrá que traer a cuenta al propio autor del llamado fetichismo de la mercancía, o sea, a Carlos Marx, quien en su obra máxima, *El Capital*, lo ha

32 B. Echeverría, *Las ilusiones de la modernidad. Ensayos*. UNAM/El Equilibrista, México, 1995, p. 104. Y al respecto sigue diciendo Bolívar Echeverría: “Junto al concepto de «fetichismo mercantil» introduce Marx el concepto de cosificación (o enajenación). Más amplio que el primero, este concepto le permite a Marx describir el carácter peculiar de esa socialidad puesta por el mundo de los «fetiches» mercantiles, desentrañar la forma moderna de esa reproducción política de la sociedad.” *Idem*.

33 Georg Lukács, *Historia y conciencia de clase. Estudios de dialéctica marxista*, trad. de Manuel Sacristán, Grijalbo, México, 1969, p. 124.

definido de la siguiente manera: 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 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 objetos, existente al margen de los productores. Es por este *quid pro quo* [tomar una cosa por otra] como los productos del trabajo se convierten en mercancías, en cosas sensorialmente suprasensibles o sociales.³⁴ Primeramente habrá que poner atención en que la forma mercantil es un misterio, un enigma o un jeroglífico que hay que descifrar. Pero como quedó dicho más arriba, la cuestión determinante de la forma mercantil está precisamente en su forma, así que el misterio de ésta habrá que descubrirlo en la forma misma; por ello se pregunta Marx “¿de dónde brota, entonces, el carácter enigmático que distingue el producto del trabajo no bien asume la forma de mercancía? —y, por lo mismo, él se responde—. Obviamente, de esa forma misma.”³⁵

En segundo lugar habrá que entender que dicha forma hace que se refleje el carácter social del trabajo humano como caracteres objetivos inherentes a los productos del trabajo; esto es, que lo que de social contiene el producto del trabajo (las relaciones humanas ya materializadas y contenidas en el producto) adquiere la apariencia de una naturalidad casi física de la cosa misma, como si las características del producto fueran de suyo naturales a éste sin que mediara para ello la intervención del esfuerzo humano-social. De manera que los atributos sociales que se le agregan al producto toman la apariencia de ser atributos físicos que ya traen naturalmente las cosas. Lo cual significa, en tercer lugar, que la forma mercantil —y esto no es más que la consecuencia de la anterior apariencia de objetividad natural de los productos que en realidad son productos sociales— también refleja la relación social entre los productores como una relación social no humana, sino como relación “social” entre cosas, entre objetos; dicho con otras palabras, que en lugar de que se perciba que la relación social de intercambio de bienes se da entre humanos, más bien, se percibe como una relación social que se da entre cosas. Y por último, que, como consecuencia de los tres momentos anteriores, pero sobre todo del tercero, la forma mercantil provoca igualmente la apariencia de que la artificial relación “social” entre objetos se perciba como relación que se da con independencia, de quienes son sus creadores, los productores, los hombres. O sea, como si las cosas, por el hecho de que llegaran a estar dotadas de vida propia, tuviesen por sí solas y, por lo tanto, con propia autonomía, la capacidad de relacionarse “socialmente” sin que para ello se requiriera de la intervención humana, sin que fuera necesario el sello social que imprime el hombre a todo lo que hace.

Con esto queda de manifiesto que la forma mercancía no es de naturaleza física, sino que su naturaleza se debe a lo que de social está ya impreso en ella por el trabajo humano y que, por lo tanto, las relaciones que entraña no son propias de cosas derivadas de su naturaleza física, más bien, son propias de relaciones sociales entre hombres. De manera que este fenómeno de inversión de las relaciones propio de la modernidad capitalista ocurre porque, como dice Marx al final del párrafo citado, “se toma una cosa por otra”; se toma como natural algo que es de naturaleza social y, a su vez, como se irá viendo, se toma como lo social a lo que realmente es natural. No obstante, con lo anterior no se desentraña el problema del fetichismo, ni mucho menos, cómo afecta este fenómeno

34 Carlos Marx, *El capital*, p. 88. Las cursivas son nuestras.

35 *Idem*.

a las relaciones morales de los humanos. ¿Qué significa, pues, este “tomar una cosa por otra”? Significa que “lo que aquí adopta, para los hombres, la forma fantasmagórica de una relación entre cosas, es sólo la relación social determinada existente entre aquellos. De ahí que para hallar una analogía pertinente —dice Marx— debamos buscar amparo en las neblinosas comarcas del mundo religioso. En éste los productos de la mente humana parecen figuras autónomas dotadas de vida propia en relación unas con otras y con los hombres. Otro tanto ocurre en el mundo de las mercancías con los productos de la mano humana. 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.”³⁶

Si Marx busca en estas neblinosas regiones de lo místico algo que, análogamente, permita explicar este fenómeno del mundo económico es porque existe algún parecido entre los dos mundos, ¿cuál es ese parecido?, ¿a causa de qué clase igualdad es que Marx observa características comunes por las que al fenómeno económico de “tomar una cosa por otra” le denomina también fetichismo de la mercancía?

El término aunque no es propio de la economía, ha sido tomado por Marx de otras formas distintas de fetichismo con la intención de designar “al proceso de transposición” que ocurre entre los dos términos que conforman la relación que da origen a dicho fenómeno. Sin embargo, si es distinto de otras variantes ¿por qué entonces le denomina con el mismo nombre? Marx lo hace, en primer lugar, en virtud de una identidad formal (nuevamente la cuestión de la forma es aquí la determinante); esto es, por la identidad formal del “mecanismo” que opera en dicho fenómeno que no es otro más que “el proceso peculiar de mistificación económica inherente al proceso capitalista de producción.”³⁷ Por ello, el fetichismo analizado por Marx es de carácter económico, pero sobre todo porque la mistificación se refiere a “un proceso [...] que tiene lugar dentro de las relaciones económicas de los individuos, proceso que sólo aparece en el momento en que estas relaciones se conforman sobre la base del valor.”³⁸

Por consiguiente, la identidad formal a la que atiende Marx para denominar al fetichismo es en relación con el “mecanismo de transposición” (el tomar una cosa por otra) de dicho fenómeno y que consiste en “la atribución de una serie de caracteres sociales externos a un objeto, como propiedades propias e independientes a él. La presentación pues del objeto —objeto que puede ser puramente ideal, como en el caso de la religión— como entidad peculiar que posee, de modo consustancial y en virtud de su misma existencia, una serie de propiedades particulares que en realidad le son atribuidas por su inserción específica dentro de un cierto conjunto de relaciones.”³⁹

Esta identidad formal la encuentra Marx en ciertos elementos, también formales, que le permiten plantear la analogía entre el mundo económico y el mundo religioso. ¿En qué consiste la analogía de estos elementos? En que las mercancías, propias de la vida moderna, pueden ser considerados como fetiches pues Marx observa que, de manera similar a los fetiches arcaicos, poseen un doble estrato en el que son vigentes socialmente: un valor de uso que podría ser considerado como el cuerpo natural, físico, sensorial y, por ende, profano de la mercancía porque es lo corriente y tangible de ésta; pero, también, un valor que vendría a ser el alma sobrenatural, metafísica, suprasensorial y,

³⁶ Ibidem, p. 89. Las cursivas son nuestras.

³⁷ C. A. Aguirre Rojas, op. cit., p. 115.

³⁸ Idem.

³⁹ Ibidem, pp. 115-116.0

consecuentemente, sagrada de la mercancía puesto que es lo milagroso e invisible de la misma.⁴⁰ Por eso es posible el mecanismo de transposición que hace que se tome una cosa por otra y que en la mente de los productores se llegue a concebir que la socialidad es sólo posible gracias a la “mágica intervención” del fetiche moderno: la mercancía capitalista. Ahora bien, si el fetichismo es, dicho de manera sencilla, “ese tomar una cosa por otra”, ¿por qué ocurre eso?, es decir, ¿por qué ocurre que para los hombres la relación entre ellos adopta la forma fantasmagórica de una relación entre cosas en la que éstas aparecen como figuras autónomas que están dotadas de vida propia? Por “la peculiar índole social del trabajo que produce mercancías.”⁴¹ Dicha índole o forma particular de producir bienes en el sentido de mercancías ya se ha explicado más arriba, pero es conveniente recordar algunas cuestiones aquí porque es justo en este momento que se podrá ver con mayor claridad el papel que juegan las condiciones económicas ya descritas en el fenómeno del fetichismo mercantil.

Se recordará que tanto el trabajo como los productos de éste tienen para Marx un carácter dual: trabajo abstracto y trabajo concreto en lo referente a la naturaleza de la actividad humana que genera bienes para el consumo y, éstos están, a su vez y como consecuencia del carácter dual de tipo de actividad de la que provienen, constituidos por valor de uso y valor. Por otra parte, quienes producen los bienes, en las condiciones capitalistas como ya quedó explicado, lo realizan como productores privados porque son trabajos que se ejercen con independencia los unos de los otros. Pues bien, resulta que para que se manifiesten los atributos sociales de los trabajos contenidos en las mercancías se necesitan intercambiar los productos de esos trabajos privados porque sólo en el intercambio se ponen de manifiesto dichos atributos sociales. El aislamiento en el que son creados los productos provoca una apariencia de a-socialidad que, también aparentemente, se rompe cuando en el intercambio los caracteres sociales de las mercancías se hacen evidentes a los otros productores, es decir como los productores no entran en contacto social hasta que intercambian los productos de su trabajo, los atributos específicamente sociales de esos trabajos privados no se manifiestan sino en el marco de dicho intercambio. O en otras palabras: de hecho, los trabajos privados no alcanzan realidad como partes del trabajo social en su conjunto, sino por medio de relaciones que el intercambio establece entre los productos del trabajo y, a través de los mismos, entre los productores.⁴²

Marx no lo dice explícitamente, pero si emplea el término manifestar es porque la realidad que los hombres perciben en el intercambio de sus mercancías es una realidad apariencial, una simple forma fenoménica de manifestación de lo que en esencia existe realmente entre los productores ya que “el cerebro de los productores privados refleja ese doble carácter social de sus trabajos privados solamente en las formas que se manifiestan en el movimiento práctico, en el intercambio de productos”⁴³

De esta manera los atributos sociales del trabajo sólo se manifiestan hasta que se intercambian, pero aquí, en el mundo mercantil capitalista, intercambiar es alcanzar “realidad”, es realizarse, alcanzar “concreción” como el producto social que es por los caracteres que contiene en sí la mercancía, es por ello que a los productores sus propias relaciones sociales no se les manifiestan como relaciones directamente sociales entre ellos mismos, “sino por el contrario como relaciones propias de cosas entre las personas y relaciones sociales entre las cosas.”⁴⁴

40 Cfr. Bolívar Echeverría, *Las ilusiones de la modernidad*, p. 103.

41 C. Marx, *El capital*, ed. cit., p. 89.

42 Idem.

43 Ibidem, p. 90.

Ésta es otra más de las inversiones que caracterizan al fetichismo mercantil y que consiste, por un lado, en la personificación de las cosas y, por el otro, en la cosificación de las personas. Pero ¿cómo es que las relaciones sociales se convierten en objeto, en cosa? Si se recuerda, más arriba se había tratado de explicar que en la medida en que los productores realizan su trabajo de manera privada lo llevan a cabo de un modo independiente y atomizado, en una palabra, fragmentado y esto hace que el carácter social de sus productos no se vea directamente presente en éstos dentro del ámbito de la producción, sino que, justamente por esta forma tan autónoma de producir, hasta que llegan al intercambio se manifiestan como propiedades que, en apariencia, tienen existencia propia, son autosuficientes y que, como consecuencia, no provienen de las personas ni de sus mutuas relaciones ya que, más bien, parecieran derivarse naturalmente de las cosas mismas. Así, los caracteres sociales de las personas se presentan con la máscara de cosa, interpretando su papel en el drama económico del capitalismo y dotando enigmáticamente a las cosas-mercancías de potencialidades tales como la de lograr que se relacionen los hombres mismos.

En concreto, la personificación de las cosas consiste en el hecho de que las cosas, los objetos mercancías, adquieran propiedades sociales [...] y las presenten como suyas, como derivadas de sí mismas, o sea, el hecho de que las cosas realicen las funciones originariamente consustanciales de las propias personas, y por tanto se conviertan en vehículo obligado de expresión de las relaciones sociales entre los hombres, de vinculación específica entre los productores en su mutua actividad. La cosa se personifica al cumplir las funciones antes connaturales a los hombres, porque éstos le han delegado [...] esas funciones a causa de la naturaleza fragmentada peculiar de su actividad productiva.⁴⁵ Por el otro lado, a esta personificación de la cosa corresponde una cosificación de las personas, es decir, cuando éstas, como productores, no se relacionan de acuerdo con sus específicas necesidades y capacidades sociales y, en lugar de eso, lo hacen debido a los requerimientos que le impone el intercambio mercantil. Es por esto que el hombre se convierte en un ser dependiente de la cosa y por lo mismo, “su propio movimiento social posee para ellos la forma de un movimiento de cosas bajo cuyo control se encuentran, en lugar de controlarlas.”⁴⁶ Así también, los hombres valen porque intercambian cosas con la forma valor, o sea, las mercancías; incluso, sólo existen como meros representantes de éstas, esto es, como simples poseedores de mercancías.⁴⁷

Por lo tanto, la cosificación de las personas es para Marx “el hecho de que los hombres, ahora enfrentados al intercambio directo de sus mercancías, se auto subordinen a ellas —y tienen necesariamente que hacerlo— se convierten en sus meros portadores, sometiéndose a sus leyes. El hombre entonces no vale por sí mismo, sino por las cosas que lleva al mercado.”⁴⁸

Así que si Marx denomina fetiches a las mercancías no es únicamente por la identidad formal que encuentra entre el mágico mundo arcaico de la antigüedad y el “milagroso” mundo moderno capitalista, sino además y en segundo lugar, porque esa identidad formal tiene efectos en la realidad, dicho en otros términos, tal parece que los hombres — dada su situación de productores privados

44 Idem. Asimismo, más adelante en las págs. 138-139 de esta misma obra, Marx vuelve a caracterizar al fetichismo como un proceso consistente en la personificación de las cosas y la cosificación de las personas.

45 C. A. Aguirre Rojas, op. cit., p. 36.

46 C. Marx, El capital, ed. cit., p.91.

47 C. A. Aguirre Rojas, op. cit., p. 37.

48 Idem.

que les confiere, paradójicamente, un carácter a-social— no se pudieran relacionar por sí solos de acuerdo con su naturaleza social, sino que, por el contrario, se relacionan gracias a la “mágica y sagrada” intervención de los fetiches modernos: las mercancías; porque éstas, al igual que los fetiches arcaicos, se hacen necesarios (en su calidad de ser o representar una fuerza sobrenatural) para la realización de algún aspecto de la vida humana; porque el fetiche puede ser una acción, una palabra o una cosa que se hace funcionar para lograr que lo sobrenatural actúe en lo natural y se imponga esta última función suya.

De manera que la naturaleza del fetiche es dual, en virtud de ser algo ordinario o natural y, al mismo tiempo, extraordinario o sobrenatural; así, en la mercancía capitalista (objeto milagroso), su valor de cambio (función milagrosa) se impone sobre su valor de uso (función ordinaria)⁴⁹, por lo que parece que es gracias a las mercancías que se puede dar la posibilidad no sólo la misma reproducción física mediante su cualidad de ser valores de uso y, congruentemente, bienes que se consumen (cosa que, por otra parte, es totalmente real); además, también ponen a los seres sociales, los humanos, en posibilidad de conseguir el cumplimiento, de manera mediada y sesgada, de que se den las relaciones de convivencia social en virtud de que son, dada su cualidad de ser valores, la apariencia de la posibilidad de reproducción política, porque “hacen entrar en contacto social” a los hombres.⁵⁰ Porque el ‘mundo de las mercancías’ es un conjunto de objetos fetiches [que] además de actuar como medium efectuator del carácter social de los objetos prácticos (acción ‘ordinaria’), actúa también como medium generador de la socialidad de los productores/consumidores (acción ‘milagrosa’).⁵¹ En este sentido, las mercancías (llámense simples objetos, tesoros acumulados, dinero o cualquier otra cosa que cumpla con tal función) son consideradas como “objeto de culto” al que, por la sed de poder económico, se sacrifica, a veces, la riqueza propiamente humana, los valores humanos. Y también en este mismo sentido, existe el culto al objeto fetiche porque existen los “adoradores” de dicho objeto, quienes creen en la apariencia que da el portar tal objeto y, por ello, sacrifican lo humano por lo cósmico.⁵² Con lo cual, toda la brillantez, todo el fulgor, todo “lo bonito” de las mercancías, así como toda la rendición del sujeto hacia el objeto que va implícita por el deseo por obtenerlas, forman parte del ritual que da el cumplimiento moderno al ceremonial que envuelve al fetichismo mercantil capitalista. Dicha fuerza ceremonial de este fenómeno se manifiesta, por ejemplo, en las modernas exposiciones que muestran, como nichos (¿mercadotecnia?) o adoratorios modernos, a los que se les rinde el culto: los ídolos-mercancías. Así, también, toda la gloria alcanzada en relación con la sofisticación de cada producto juega ahora el papel de la moderna parafernalia que acompaña, junto con la publicidad y todo lo que implica la mercadotecnia, el ritual capitalista del mercado, ya que en los excesos de sofisticación se manifiesta toda la parafernalia que implica el rito ceremonial para la adoración de los fetiches mercantiles modernos.

Pero como se subrayó, es sólo una apariencia generada por las condiciones en que se produce en el capitalismo y a eso se debe el que Marx postule como fetichista al carácter misterioso y mistificador de la realidad humana que tienen las mercancías y su circulación en el capitalismo.

Esto significa que, para Marx, cuando ocurre que a los productos del trabajo sólo se les ve como valores de uso, éstos no tienen ni engendran absolutamente nada de misterioso, simplemente son

49 Cfr. B. Echeverría, El discurso crítico de Marx, p. 198.

50 Cfr. B. Echeverría, Las ilusiones de la modernidad, p. 104

51 B. Echeverría, El discurso crítico de Marx, p. 200.

52 Cfr. Enrique Dussel, La producción teórica de Marx. Un comentario a los Grundrisse, Siglo XXI, México, 1985, p. 103.

entes ordinarios y sensibles. Cosa que no sucede cuando entran en el escenario mercantil como mercancías, es decir, como valores de cambio, como productos creados específicamente para su intercambio debido a que adquieren un carácter enigmático, mágico, misterioso. En concreto, para Marx el fetichismo mercantil consiste en una apariencia de objetividad natural, o “envoltura cósmica”, que se adhiere a lo que real y verdaderamente son relaciones sociales entre los hombres.

Ahora bien, hasta aquí se ha tratado de poner en claro este fenómeno muy complejo del fetichismo de la mercancía y la manera en que afecta, económicamente hablando, al hombre. Pero, ¿será posible que afecte también otras relaciones humanas que se encuentren fuera del ámbito propiamente económico? ¿Será posible que afecte al hombre en sus relaciones morales, sobre todo si se toma en cuenta que éste pierde en buena medida independencia y libertad bajo el yugo de las relaciones fetichizadas en las que interactúa con los demás?

Como ya se había indicado más atrás, con el fetichismo mercantil el hombre pierde, en la modernidad, lo que se podría denominar la mediana capacidad de control, de relativo dominio sobre sus propias condiciones de vida. Así, lo que se produzca, lo que se intercambie y lo que se consuma será posible de realizar a condición de que se subordine a la forma de realización del objeto social capitalista, a la manera en la que las mercancías se realizan y que no será otra que la extracción del plusvalor. Pero el sujeto social, el hombre, pierde con ello su propia esencialidad social; es decir, ya no le pertenece la manera en que logra determinar su forma de organización social de acuerdo con un proyecto conjunto de vida que, además, tendría que ser consciente; se pierde la forma de darse él mismo su socialidad propiamente humana.

No obstante, no sólo ocurre la circunstancia de que dicha forma de socialidad está clausurada; además, está cedida a lo que se podría llamar el objeto social; esto es, está otorgada, obviamente de manera forzada e inconsciente, a los requerimientos del mundo mercantil capitalista y de su movimiento propio que no es otro que la valorización del valor, sin contar más que en apariencia las necesidades radicales del hombre.

Así, “en la medida en que sus relaciones son el reflejo de la «socialidad cósmica» que impera en el mundo de los fetiches mercantiles, los individuos sociales no viven un hacerse recíproco, un actuar directamente los unos sobre los otros, sino que todos ellos viven un ser hechos por una entidad ajena, que los impele desde afuera, desde las cosas, a entrar en contacto entre sí.”⁵³ Y en este sentido viven una vida falseada, una pseudo vida; que es ‘pseudo’ porque es una supuesta vida, una vida ficticia que disimula una cierta concreción de las relaciones humanas pero que en realidad la vida del hombre no se concreta realmente, sino que se da lo que, en su obra *Dialéctica de lo concreto* 54, Karel Kosik denomina como el “mundo de la pseudo concreción”; es decir, un mundo en el que no se lleva a cabo la concreción de la vida del hombre debido a la aparente “existencia autónoma de los productos humanos y la reducción del hombre al nivel de la práctica utilitaria.”⁵⁵ Porque cuando el hombre se enfrenta a la realidad y trata de comprenderla, la postura que éste adopta no es, de entrada, la de un ser que primariamente se pusiera a especular a la manera de un sujeto abstracto, cognoscente; más bien, lo que se pone de manifiesto es la actitud de un ser que se pone en

53 Bolívar Echeverría, *Las ilusiones de la modernidad*, p. 104.

54 Karel Kosik, *Dialéctica de lo concreto*. (Ensayos sobre los problemas del hombre y el mundo). Trad. y pról. Adolfo Sánchez Vázquez, México, Grijalbo, 1967.

55 *Ibidem*, p. 37.

movimiento, un sujeto actuante objetivamente en la historia y que lo hace precisamente para alcanzar fines o para obtener determinados intereses. Pero todo esto, tampoco lo realiza en abstracto, sino dentro de específicas relaciones sociales. Lo anterior indica que, primariamente, la realidad no se le da al hombre como objeto de explicación científica (como objeto de análisis teórico) sino como el espacio donde ejecuta su actividad práctica-sensible con lo que logra obtener intuiciones prácticas de la realidad. Así, el hombre establece una relación práctico-utilitaria con las cosas en la que dicha realidad se le presenta como un arsenal de medios, fines, instrumentos, necesidades y trabajos para satisfacerlas. De manera que los individuos en estas condiciones van creando sus propias representaciones de las cosas que se encuentran en la realidad, pero posteriormente, a su vez, van sistematizando ya un conjunto de “conceptos” con los que capta y nombra de manera fija lo que de fenoménico tiene dicha realidad.⁵⁶ Pero eso no significa que el hombre comprenda y, por lo tanto, explique en su esencia a la realidad.

Más bien, con este tipo de actividad práctica y con las ideas y conceptos surgidos de ésta se va formando todo un ambiente, tanto material como espiritual, en el que la superficialidad de la apariencia de la realidad se consolida como el mundo de lo familiar, de la confianza, de lo íntimo; sin embargo, esto es únicamente la mera apariencia en la que el hombre se organiza supuestamente de manera “natural” debido a que el aspecto de regularidad, inmediatez y evidencia lo presentan ante la conciencia humana como un mundo independiente de él y, consecuentemente, como un mundo natural. Pero, eso no es garantía de que comprendan el mundo porque, por ejemplo, “los hombres usan el dinero y realizan con él las transacciones más complicadas sin saber ni estar obligados a saber qué es el dinero. La práctica utilitaria inmediata y el sentido común correspondiente ponen a los hombres en condiciones de orientarse en el mundo, de familiarizarse con las cosas y manejarlas, pero no les proporciona una comprensión de las cosas y de la realidad.”⁵⁷

Por ello, Kosik ha llamado a esto el mundo de la pseudo concreción y lo caracteriza como: —el mundo de los fenómenos externos, que se desarrollan en la superficie de los procesos realmente esenciales; —el mundo del traficar y el manipular, es decir, de la praxis fetichizada de los hombres [...] —el mundo de las representaciones comunes, que son una proyección de los fenómenos externos en la conciencia de los hombres, producto de la práctica fetichizada y forma ideológica de su movimiento; —el mundo de los objetos fijados, que dan la impresión de ser condiciones naturales, y no son inmediatamente reconocidos como resultado de la actividad social de los hombres.⁵⁸

De suerte que tanto la voluntad, la libertad, la autoridad y la responsabilidad del ser humano, valores morales indispensables para la convivencia humana digna, en el momento de quererlas poner en juego ya no son más la realización plena y consciente de cada una de ellas dentro de un proyecto de vida generado por los propios individuos que conforman la sociedad, sino que en el caso del mundo moderno y debido a la manera pseudo concreta en que se realiza la vida por el fenómeno del fetichismo de la mercancía, la existencia social se concreta de manera forzada y aparente, porque se le impone un requerimiento que no es una necesidad propiamente humana, a ésta se le condiciona a que toda relación social en el esfuerzo realizador del trabajo y en el disfrute satisfactorio del consumo

56 Cfr. K. Kosik, *Ibidem*, pp. 25-26.

57 *Ibidem*, p. 26.

58 *Ibidem*, p. 27.

de los bienes producidos por el trabajo estén mediados de manera condicional porque se tienen que llevar a su concreción siempre y cuando cumplan con la condición impuesta como “necesidad” externa, es decir, como un requerimiento extra-humano, de que toda relación humana no puede cobrar existencia si no es porque la hacen surgir las cosas-mercancías; porque como lo llegan a ser efectivamente, las mercancías son esos fetiches modernos sin cuya intervención mágica, milagrosa, mística no sería posible la socialidad humana.

Las necesidades humanas ya no son tales; por un lado, son requerimientos técnicos de un sistema de producción que no tiene que ver nada con las libres decisiones de los hombres. Por otro, son un encuentro casual, fortuito o azaroso dentro de la gran cantidad de voluntades particulares individuales que están atomizadas en un círculo estrecho de sus intereses particulares. Esto va generando toda una serie de “necesidades” pseudohumanas, ya que son impuestas desde el exterior, porque le imponen los requerimientos de la dinámica propia de la circulación mercantil que suspende el modo de vida propiamente humano e instaura otro en el que el hombre está escindido entre él y su actividad. Y por si fuera poco, además de esta situación, su propia actividad se le enfrenta de manera negativa y adversa.⁵⁹

Eso implica que si el sistema capitalista requiere forzosamente partes funcionales para poder funcionar, eso significa que este sistema necesita a un tipo de hombre con ciertas peculiaridades para hacerlo. Pero como el hombre que necesita no es algo que exista ya dado de una vez por todas en la historia, el mismo sistema “lo crea” como elemento funcional suyo. Dicho en otros términos: el capitalismo, como sistema, no lo crea como hombre total, o sea, integralmente, sino que lo hace separando unas cualidades y privilegiando otras, ¿cuáles?, las que “sirvan para” el funcionamiento del sistema, aquellas que son motivadas por el afán de lucro y ahorro y orientadas racionalmente hacia la obtención del máximo efecto, llámese utilidad, ganancia, eficiencia. ¿Qué implica esto para los individuos? El hecho de que como “el sistema es más que la suma de sus partes integrantes, [...] en él los hombres como sistema crean con sus propias relaciones algo nuevo, superior al individuo. Esto puede observarse particularmente en Mandéville ya que sus personajes sólo son personajes determinados en la medida en que actúan, pero, sólo pueden actuar en el marco de determinado sistema de relaciones, que, a su vez, presupone, exige y forma determinado tipo de personas.”⁶⁰ En este sentido, para que el sistema funcione, bastan las cualidades que son funcionales a éste porque las considera fundamentales en vista de sus requerimientos. Con esto, el sistema reduce al hombre a una abstracción; éste se ve transformado cada que entra en contacto con el sistema hombre-económico. Así, se halla implicado, independientemente de su voluntad y de la conciencia que de esto tenga, en toda una red de relaciones que se le presentan como regularidades y encadenamientos en los que funciona como hombre económico. Eso significa que para el sistema sólo existe en tanto cumpla con esas funciones y, en esa medida, se realiza o, mejor dicho, se pseudorealiza.

Pero, además, esto plantea una contradicción entre el sistema y el hombre porque si el hombre obtiene su realidad en el sistema, lo hace a condición de no serlo realmente; es decir, su ser es una pseudorealidad, puesto que se concreta falsamente como eslabón del sistema y, en el caso de que fuera consciente de ello y aspirará a obtener su verdadera realidad, su concreta realidad, lo haría fuera del sistema y, por lo tanto, sería irreal.

59 B. Echeverría, op. cit., p. 107.

60 K. Kosik, op. cit., p. 108.

Es real en la medida en que se lleva a cabo la pseudo concreción de su ser desarrollando únicamente, separadamente las potencialidades, las habilidades y las inclinaciones que el sistema obliga para su propio funcionamiento o como lo dice el mismo Kosik: el hombre sólo se convierte en realidad por el hecho de convertirse en un eslabón del sistema. Fuera del sistema es irreal. Únicamente es real en la medida en que es reducido a una función dentro del sistema y se define según las exigencias de éste como homo economicus. Es real en la medida en que desarrollan la capacidad, el talento y las tendencias que el sistema exige para su propio funcionamiento; en cambio, las capacidades e inclinaciones restantes, no indispensables para la marcha del sistema, son superfluas e irreales.⁶¹

Su ser se ve reducido a meras funciones económicas y su libertad cuartada al sometimiento y “adaptación” del mecanismo objetivo del engranaje económico capitalista; o con otras palabras, el hombre sólo logra desarrollar una libre actividad siempre y cuando éste haga activar a la economía en los términos en que ésta hace de él una abstracción; en los términos en que se prescindan del hombre íntegro y se requiera su funcionamiento abstracto; en los términos en que su ser no sea la libre expresión plena de sus potencialidades humanas y sólo se privilegien determinadas cualidades, pero prescindiendo de las demás en vista de que para el sistema son inútiles. Así, a partir de sus requerimientos funcionales, el capitalismo realmente existente define cómo debe ser el hombre del que tiene menester para que su mecanismo marche y funcione bien.⁶²

Sin embargo, este “deber ser” del hombre funcional va generando toda una serie de “deberes” que van adquiriendo la cara de normas e ideales supuestamente morales y que funcionan para moldear a los hombres en las “virtudes” del sistema capitalista. Otro tanto pasa con las virtudes realmente morales en donde se da una conversión hasta transformarse en meras mercancías. Así, por ejemplo, la voluntad humana de relacionarse libre y espontáneamente para crear todo el mundo de satisfactores que necesita el humano ya no obedece a necesidades humanas vitales, sino que la voluntad se cosifica y ahora se torna una mercancía porque es sustituida por las leyes mercantiles, pues ahora la voluntad se convierte en una especie de “intencionalidad inconsciente” regida por los “requerimientos funcionales de un sistema mercantil”; la voluntad sólo se concreta en algo a condición de solicitar la intervención de la voluntad-mercancía y de la voluntad del sistema mercantil.

“Esta entidad ajena, la circulación mercantil de mercancías, que orienta la vida de la sociedad y la marcha de la historia «a espaldas» de los individuos sociales, entra a sustituir al sujeto social concreto; actúa como una «voluntad» mecánica y automática cuyas «decisiones» carecen de necesidad. Son directivas que no obedecen a un proyecto subjetivo y que sólo representan el encuentro y la igualación casual o fortuita de la identidad de las voluntades individuales enclaustrados en el círculo estrecho de sus intereses privados.”⁶³

Ésta es la razón básica y de contenido que explica el porqué se alteran las relaciones morales, pues los hombres para poder erigir una sociedad necesitan ser ellos mismos quienes dirijan su destino sin ver alteradas su libertad, su voluntad, su autoridad y su responsabilidad, además de su autonomía o también su credibilidad asentadas en su calidad moral.

El fetichismo que manifiesta la mercancía capitalista altera por esta razón las relaciones morales de

61 Ibidem, p. 113.

62 Ibidem, pp. 109-110.

63 B. Echeverría, Las ilusiones de la modernidad, p. 104.

los humanos porque en la medida en que éstos ya no son dueños conscientes de su politicidad (de su capacidad de darse su forma de sociedad), les queda clausurado también todo posible ejercicio pleno de las humanas relaciones morales transparentemente, lo cual no significa que le queden cerradas todas las posibilidades, ¡no!, sino las plenamente ejercidas. La libertad, por ejemplo, les queda cuartada ya que esta nota de identidad esencial de los humanos se trasplanta por relaciones entre cosas y, sin libertad, los hombres pierden asimismo su autonomía e independencia necesarias para poder ejercer su moralidad, su socialidad moral esencial de manera responsable y, a su vez, sin éstas ¿qué clase de autoridad moral se puede tener para la dirección de la vida humana? De manera que la relación mercantil, en la medida en que es fetichista y cosificadora, diluye la moral humana así como todas las virtudes y notas específicamente humanas a una relación cuantitativa entre cosas.

Con esto, la actividad humana se convierte en contemplación pasiva de un sistema moral exterior que se le impone y que fuerza al hombre para que, dicho eufemísticamente y con simpleza, se “adapte” de manera pasiva a los presupuestos de todo un sistema de “moralidad” de la economía capitalista y supone, a su vez, una separación de la moral respecto de los valores y virtudes netamente humanos en los que ésta se realiza como tal. Con lo anterior se llega al extremo de que toda idea de honor, todo sentimiento de lealtad, toda actitud de honradez, así como de credibilidad sustentados por la calidad moral del hombre están supeditadas, subordinadas, “subsumidas” a la moralidad fetichista de las mercancías.

De tal suerte es todo esto, que el resultado de querer llevar a cabo cualquier cosa se convierte en una empresa mercantil porque el cumplimiento de un deseo pasa ahora por la invocación del fetiche mercancía. Para ilustrar la situación tan deteriorada basten unos botones de muestra: “todo con el poder de su firma” cantaba antaño un comercial de tarjetas de crédito, o “entre al mundo de altura, al primer mundo, pronunciando correctamente la palabra mágica del whisky inglés”; “sea un plusmarquista del deporte si al ejercitarse lo hace con ropa de tal sello”.

Pero al invocar el hombre la presencia de las mercancías y sus relaciones para que se pueda dar la moral, lo que se ocasiona con ello es que también la gran diversidad de caracteres morales individuales personales de cada ser humano se homogenicen. Se hace una tabla raza de la heterogeneidad moral humana por el hecho de que la forma mercancía, como forma de igualdad que logra que se puedan cambiar objetos cualitativamente diversos, logra dar la apariencia de una igualdad cuantitativa a las cualidades morales humanas. Dicho con otras palabras, se logra poner un patrón de medida a manera de rasero con el que se puede medir la confianza para el crédito y con el que se otorga, además, la libertad y la capacidad de decisión, la cantidad de responsabilidad que la libertad conlleva y también el grado, medido en números, de la autoridad correspondiente que tiene una persona determinada.

Por otra parte, con este fenómeno se advierte asimismo que esta igualdad abstractamente numérica se va erigiendo en metro y principio para “calificar”; esto es, para medir la moralidad de los sujetos que entran en contacto moral-mercantil o económico-moral. Esto se debe —lo señalan varios críticos de la modernidad entre los que destacan Marx, Weber, el mismo Lukács— a una creciente racionalización de las relaciones humanas donde de manera progresiva se van eliminando las

propiedades cualitativas, humanas e individuales de cada hombre y, como consecuencia, toda relación humana, incluidas evidentemente las morales, se reducen a una abstracción numérica que cada vez adquiere la apariencia de cosa independiente e impuesta por leyes autónomas y cuantitativas de las relaciones mercantiles.

Esto es tan grave que, con la racionalización de carácter calculístico de los caracteres humanos, la moral ya no significa otra cosa más que ganancia o interés económico; ahora el hombre importa, moralmente hablando, por los intereses económicos que se puedan obtener de él, mas no por la responsabilidad moral cualitativamente hablando. Así, la libertad humana estará, también, en función del fetiche mercancía ya que será necesario invocarla para que, por ejemplo, en la medida de la cantidad de ventas, el hombre se sienta satisfecho por haber ejercido su “libertad”, su “capacidad de decisión” y su “voluntad”.

Sin embargo, esto no pasará de ser en realidad una mera apariencia que, no por ello, a los hombres se les presenta como la más contundente de las realidades, tal como lo explica Kosik los fenómenos y las formas fenoménicas de las cosas se producen espontáneamente en el pensamiento cotidiano como realidad (la realidad misma) pero no porque sean más superficiales y estén más cerca del conocimiento sensible, sino porque el aspecto fenoménico de la cosa es un producto espontáneo de la práctica cotidiana. La práctica utilitaria de cada día crea ‘pensamiento común’ —en el cual se captan tanto la cosa y su aspecto superficial como la técnica del tratamiento de ella como forma de movimiento y de su existencia. El pensamiento común es la forma ideológica del obrar humano de cada día. Pero el mundo que se revela al hombre en la práctica fetichizada, en el traficar y en el manipular, no es el mundo real, aunque tenga la ‘consistencia’ y la ‘validez’ de este mundo, sino que es ‘el mundo de la apariencia’ (Marx). La representación de la cosa, que se hace pasar por la cosa misma y crea la apariencia ideológica, no constituye el atributo natural de la cosa y de la realidad, sino la proyección de determinadas condiciones históricas petrificadas, en la conciencia del sujeto.⁶⁴

Y que, por esta situación apariencial, ocurrirá también —como una consecuencia atribuible a toda relación que implique el fenómeno del fetichismo y que ya el mismo Marx había señalado por la gravedad que implica— el hecho de que se irá borrando toda huella originaria de relación humanamente moral hasta considerarse una relación simplemente económico-mercantil en la que las mercancías aparecerán como los verdaderos agentes de las relaciones morales; esto es, como los reales portadores de virtudes tales como bondad, honradez, credibilidad y hasta con la autoridad suficiente para calificar de humano o deshumanizado al mundo del hombre.

Por lo tanto, la relación moral, que es algo eminentemente social, se ha consumado como relación entre cosas y, a su vez, la relación entre cosas, evidentemente asocial, se ha consumado como relación moral-social, o sea, humana.⁶⁵ A manera de ejemplo más concreto, ¿qué pensaría el autor del fetichismo de la situación del crédito en el capitalismo? Para ello, se tendrá que traer a colación, en especial, unos manuscritos de juventud del teórico de Tréveris que hoy en día se les conoce como Cuadernos de París⁶⁶ y en los que Marx deja constancia de sus primeros contactos con los economistas clásicos. De éstos, y al referirse al economista inglés Mill, Marx comienza a tratar lo que en su opinión es la esencia del crédito al que, debido a los juicios que le hace asentar, se aprecia que lo aborda desde el ámbito de la moralidad; y no porque Marx fuera un “ramplón moralino”, sino porque implica humillamiento para la dignidad humana.

64 K. Kosok, op. cit., p. 32.

65 Cfr. G. Lukács, op. cit., p. 140.

66 Carlos Marx, Cuadernos de París. [Notas de lectura de 1844], trad. Bolívar Echeverría, Estudio previo por Adolfo Sánchez Vázquez, 2a. ed., Era, México, 1980.

Para Marx la situación del crédito lleva implícito el hecho de que para quien da su confianza, y con ello concede el crédito, “el hombre ‘bueno’ es aquel ‘que paga’”. ¿Por qué piensa eso el autor de dichos Cuadernos? Porque en el sistema de crédito que se gesta en el capitalismo, tanto la vida entera en su existencia plena como las virtudes morales, tanto el talento individual como el trabajo con todo su contenido vital que implica para el hombre que solicita el crédito, sólo son la garantía de devolución del dinero concedido en préstamo además de los intereses. Por esta concepción, Marx asienta un juicio rotundo respecto de esta situación tan denigrante para una sociedad en la que quien hace un préstamo se ve en desgracia cuando muere el deudo, pero no por el hecho de la muerte misma de un ser humano, que sería la verdadera desgracia, sino porque con ello muere su capital y sus intereses. Al respecto declara: “considérese la abyección que implica la valoración de un hombre en dinero, tal como tiene lugar en relación crediticia.”⁶⁷

Y aunque Marx no hablaba en estas fechas de ningún tipo de fetichismo, sino más bien de enajenación, la cuestión es que se puede ver que se cambiaban las relaciones humanas por relaciones entre cosas y que con esta concepción lo que se ocasiona, lo advierte Marx aunque no lo diga, es reducir la individualidad humana con su rica y compleja personalidad a una sola cosa: dinero, esto es, a un simple valor de cambio, a una cosa mercantil que sirve para el cambio. Toda la riqueza vital que conlleva ser un humano se ve empobrecida al tomar como medida de juicio de credibilidad moral una relación exterior como el dinero. Tal parece que en esa circunstancia el dinero lo es todo y la riqueza humana ya no es nada; como lo dice crudamente Bolívar Echeverría “La proliferación de la Cosa se acompaña de la muerte del Hombre”.⁶⁸ A esta flagrante contradicción lleva el sistema crediticio en sus juicios sobre la moralidad humana, sobre si creer o no en la calidad moral de un hombre o como lo dice el mismo Marx: “el crédito es el juicio en términos económicos sobre la moralidad de un hombre.”⁶⁹

De esta manera, a la moralidad de la vida humana de quien se ve enredado en la maraña del crédito ya no se le juzga de acuerdo con criterios netamente humanos, acordes con su vida humana, como seguramente debió ocurrir en los inicios de este tipo de relación comercial en donde la confianza era lo que básicamente se tomaba en cuenta para otorgar un crédito, sino con criterios exteriores a dicha vida; así, ser juzgado como un hombre bueno ya no se debe a los propios actos que sustentan la rectitud de una vida honesta, sino a la capacidad económica que sirve como garantía de pago. Las virtudes morales son suplantadas por las cosas y con esto el dinero y la cuantía de éste adquieren la apariencia de cualidad moral. Las cosas comerciales sustituyen a las verdaderas virtudes humanas surgidas de las relaciones sociales y se cae en la situación de que ahora el dinero, junto con el crédito, se independizan y van quitando la libertad y la capacidad de decisión a los hombres.

Pero ¿a qué se debe el hecho de que el hombre deje de actuar como el agente activo de sus acciones y se convierta en un elemento pasivo que simplemente es mediador, en el sentido de que facilita, en un proceso de cambio crediticio y, a fin de cuentas, mercantil? Se debe a que, en este caso, su relación moral se ha cosificado; su capacidad de libertad y de responsabilidad para el ejercicio de su autoridad se han convertido en una cosa porque se les ha adherido la apariencia de ser un simple medio, un ente pasivo y, por su parte, la cosa mercantil (el dinero, la letra, el crédito)

67 C. Marx, Cuadernos de París, p. 133.

68 B. Echeverría, Las ilusiones de la modernidad, p. 108.

69 C. Marx, Cuadernos de París, p. 33.

se ha trasmutado, en apariencia también, en el agente activo de la relación, la cual, está ahora dotada de voluntad autónoma para decidir sobre la moralidad y, por lo tanto, sobre la vida humana. De esta manera se le adhiere al crédito la apariencia de ser una relación social que cobra vida plena e independiente de los hombres.⁷⁰

Para finalizar, y para no dejar algo en el tintero, se quisieran proponer algunas preguntas para que cada quien las reflexione y, en la medida de sus posiciones, las responda por cuenta propia. ¿Será posible que todo lo anteriormente expuesto sea un puro invento de Marx que, como no encontraba algo que hacer, se pasó de listo, al igual que quien esto escribe pero un poquito menos, y se puso a “inventar” un fenómeno que sólo ocurría en su mente y que, no obstante esto, lo desarrolla justamente como punto culminante de los capítulos de “la mercancía”, “el dinero” y “el capital” de su obra máxima como intelectual?; o también ¿será posible que se llegue a pensar que lo arriba descrito no sea lo suficientemente complejo como para considerar que Marx ha simplificado tanto al fenómeno del fetichismo al grado de que es una pobre imagen de aquel fenómeno arcaico de las antiguas sociedades de donde Marx toma el referente para hacer su analogía que explique una característica de la modernidad?; o acaso ¿será que se ha caído en “el fetichismo del fetichismo”; es decir, será que se ha incurrido en el hecho de otorgarle poderes omnímodos de explicación al concepto del fetichismo que Marx emplea para caracterizar un fenómeno propio de la modernidad? Mejor aquí se asume como propia la sentencia de Marx que da a entender lo siguiente: para que la realidad se haga manifiesta en su esencia y en su crudeza hay que hacerla hablar en su propio idioma, o sea, “obligar a estas relaciones anquilosadas a danzar, cantándoles su propia melodía”.⁷¹

⁷⁰ Marx dice más concretamente: “Cuando en el segundo tipo de relación crediticia la persona favorecida con el crédito posee también fortuna, el crédito se vuelve simplemente un intermediario agilizador del intercambio, es decir, es el dinero mismo, elevado completamente a una forma ideal. El crédito es el juicio de términos económicos sobre la moralidad de un hombre. En el crédito, el lugar del metal precioso o del papel, es el propio hombre el que se convierte en mediador del cambio; pero, no como hombre, sino como modo de existencia de un capital y de los intereses.” C. Marx, *Ibidem*, pp. 133-134.

⁷¹ C. Marx, “En torno a la crítica de la filosofía del derecho de Hegel, Introducción” en Carlos Marx, *La sagrada familia, y otros escritos filosóficos de la primera época*, trad. de Wenceslao Roces, Grijalbo, México, 1985, p. 6.

Revista Contaduría y Administración
Nuevo Consultorio Fiscal
Emprendedores

Suscripciones

56-22-84-07 y 56-16-13-55