EL FETICHISMO Y LA COSIFICACIÓN DE LAS RELACIONES SOCIALES EN EL SISTEMA CAPITALISTA

The Fetishism and the Reification of Social Relations in the Capitalist System

César Ruiz Sanjuán
Universidad Complutense de Madrid (España)
ceruizsa@filos.ucm.es

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo analizar el sentido que tiene el fetichismo dentro de la teoría de Marx y mostrar el potencial de esta dimensión de su teoría para la crítica de las relaciones sociales del sistema capitalista. La especificidad histórica de la sociedad capitalista es que todas las relaciones están atravesadas por la producción y el intercambio de mercancías, y esta mediación material de las relaciones sociales tiene como consecuencia que a las personas se les aparezcan sus relaciones como propiedades de las cosas. Se establece así, a espaldas de los individuos, un poder autónomo al que quedan subordinados. La crítica de Marx está dirigida a esta percepción espontánea de los agentes sociales y a las teorías de la economía política, que se levantan sobre las formas de pensamiento que surgen por sí mismas de estas relaciones sociales cosificadas.

Palabras clave: fetichismo, cosificación, capitalismo, crítica, Marx.

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze the meaning of fetishism within Marxist theory in order to show the potential of this dimension of Marxist theory for the critique of the social relations of the capitalist system. The historical specificity of capitalist society is that all relations are traversed by the production and exchange of commodities, and that as a result of the material mediation of social relations, people have come to view these relations as properties of the things. In this way, there is set, behind the individuals, an independent power to which they are subordinate. Marx's critique is directed

---

Recibido: junio 2011 aprobado: octubre 2011

at this spontaneous perception of social agents and to the theories of political economy, which are developed on the forms of thinking that are suggested by these reified social relations.

Key words: fetishism, reification, capitalism, critique, Marx.

Introducción

Con el análisis del fetichismo de la mercancía Marx quiere desvelar un secreto, como nos indica ya el propio título que le da en *El Capital* a su exposición del fetichismo: "El carácter fetichista de la mercancía y su secreto". Este secreto lo es tanto para la conciencia espontánea como para la economía política, que permanece presa en este sentido de la misma apariencia que la conciencia común, y está atrapada también, por tanto, en el fetichismo de la mercancía, cuyo carácter enigmático no puede descifrar. De hecho, en esta parte de *El Capital* se presentan algunas de las críticas más contundentes a la economía política, por lo que resulta fundamental para comprender el sentido de la "crítica" marxiana.

Lo que hace aquí Marx no es otra cosa que explicitar algunas de las conclusiones fundamentales que se desprenden de la teoría del valor, la cual constituye la clave de bóveda del entero edificio teórico de Marx. De hecho, en el Anexo a la primera edición de *El Capital* el fetichismo de la mercancía aparece dentro de la exposición de la forma de valor. Es en la segunda edición cuando esta cuestión pasa a ser tratada en una sección independiente. Si se entiende esta conexión, por otra parte, resulta evidente que el fetichismo no tiene nada que ver con la teoría de la alienación que Marx defendió en sus escritos de juventud, como ha considerado una buena parte de la tradición marxista. Henri Lefebvre expresa esta forma de comprensión con toda claridad: "La teoría económica del fetichismo retoma, eleva a un nivel superior, explicita la teoría filosófica de la alienación del individuo. Su actividad –el producto de su actividad– se presenta a él como otro, como su negación" (LEFEBVRE, 1990: 91). Una interpretación similar se puede encontrar, por ejemplo, en autores como W. Schmied-Kowarzik (1981) o L. Kolakowski (1980).

En el presente artículo pondremos de manifiesto que el fetichismo de la mercancía y del dinero constituye uno de los nervios centrales de la teoría del valor de Marx, y que no tiene ninguna relación con un planteamiento humanista en el que se critica la alienación del hombre, sino que el fetichismo es el resultado de la *cosificación de las relaciones sociales* que tiene lugar necesariamente en una sociedad basada en la producción y el intercambio

generalizado de mercancías. El objetivo de esta parte fundamental de la teoría de Marx es sacar a la luz el carácter ineludible de este proceso en el sistema capitalista y, a partir aquí, llevar a cabo una crítica fundamental tanto de las relaciones sociales capitalistas como de las categorías de la economía política, en las cuales adquieren una expresión teórica dichas relaciones.

El significado del fetichismo de la mercancía

En la exposición de la teoría del valor, Marx habla con frecuencia de los enigmas y misterios que se presentan en el análisis de la mercancía. Al abordar la investigación del fetichismo plantea la cuestión en los siguientes términos:

> "A primera vista, una mercancía parece una cosa evidente, trivial. Pero su análisis demuestra que es una cosa muy compleja, llena de sutilezas metafísicas y argucias teológicas. En tanto que valor de uso, no hay nada misterioso en ella [...] Pero en cuanto se presenta como mercancía, se transforma en una cosa sensiblemente suprasensible" (MEW 23, 85).[1]

Lo que Marx quiere decir con ello es que la mercancía en tanto que *valor* es algo *exclusivamente social*, algo que no tienen los productos del trabajo por separado, sino sólo en cuanto se refieren los unos a los otros como mercancías. Lo que ocurre entonces es que el valor de uso de una mercancía sirve como materialización inmediata del valor, de manera que el cuerpo de la mercancía, algo "sensible", se convierte simultáneamente en algo "suprasensible". La objetividad de valor es así cosa y relación a la vez.[2] Ello se debe a que el producto del trabajo tiene que adoptar la forma de valor para convertirse en mercancía, pues sólo así el valor adquiere una expresión objetiva. Y lo que ocurre entonces es que la propiedad social que es el valor aparece como una propiedad natural de una cosa.

Lo que tiene carácter social es el *valor*, cuya sustancia es el *trabajo abstracto*, no el *valor de uso*, que es resultado del *trabajo concreto*. Pero en la sociedad capitalista el trabajo individual privado no es inmediatamente

[1] En el caso de Marx no citamos con la indicación de la fecha de edición, sino con las siglas de sus obras completas y el número del volumen en el que se encuentra el texto citado.

[2] Hans-Georg Backhaus ha señalado en referencia a ello: "La «cosa sensiblemente suprasensible» designa una realidad *sui generis*, que no se deja reducir ni a los aspectos fisiológicos y tecnológicos del proceso de trabajo, ni a los contenidos de la conciencia de los hombres. La objetividad abstracta del valor es para Marx objetividad social. Puesto que esta dimensión de la realidad es objetiva y subjetiva al mismo tiempo, se distingue de todas las relaciones sociales que están constituidas sólo por la acción consciente" (BACKHAUS, 1997: 58).

social, sino que sólo lo es a través de la mediación del intercambio de los productos del trabajo. Y sucede como consecuencia de esta mediación necesaria que el carácter *social* del trabajo se presenta como carácter *objetivo* de los productos del trabajo y, por tanto, parece como si los productos tuvieran una propiedad social por naturaleza, del mismo modo que son de un determinado tamaño o de un determinado peso. Esta apariencia surge necesariamente porque, de hecho, las relaciones sociales de los hombres están mediadas por cosas en esta forma de sociedad. De este modo parece que el carácter social fuera un atributo intrínseco de las cosas. Con ello se produce la *inversión* de que una relación social entre las personas aparece como una relación entre cosas, de modo que a los hombres se les presenta como una relación que existe al margen de ellos. Si esto es así, los individuos no pueden tener ningún poder sobre esas relaciones, son algo que escapa por completo a su control. Esto queda más claro con el siguiente paralelismo que establece Marx:

> "Es sólo la relación social determinada existente entre los hombres lo que aquí adopta para ellos la forma fantasmagórica de una relación entre cosas. De ahí que para encontrar una analogía tengamos que remontarnos a las nebulosas regiones del mundo religioso. En éste los productos de la mente humana parecen figuras autónomas, dotadas de vida propia, que están en relación entre sí y con los hombres. Lo mismo sucede 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 tan pronto como son producidos como mercancías, y que es inseparable de la producción mercantil" (MEW 23, 86-87).[3]

Esta última frase pone de manifiesto que el fetichismo no es meramente una percepción errónea por parte de los hombres de una situación que en realidad es diferente a como la perciben. El fetichismo es el resultado de un *estado de cosas efectivo* que tiene lugar en la sociedad mercantil. La conciencia lo único que hace es *reflejar* el modo en que se establece la conexión social entre los productores en esa forma de sociedad. Y esta conexión social, efectivamente, no es directa, sino que está mediada a través del intercambio en el que se relacionan los productos del trabajo

[3] En este pasaje parece resonar ciertamente la crítica a la religión de Feuerbach, y a él se remiten aquellas interpretaciones que entienden el fetichismo como una continuación de la teoría de la alienación que aparecen en los textos marxianos de juventud. Pero hay que observar que aquí Marx se refiere a ello como una "analogía", y no sigue el modo de argumentación feuerbachiano, como había hecho en sus textos de juventud. El planteamiento de Marx parte ahora de supuestos totalmente distintos.

como mercancías. Es sólo a través de este intercambio como se relacionan los productores, y es a través de él como los trabajos privados se convierten en parte integrante del trabajo social global. Éste es el modo propio de socialización del trabajo en la sociedad capitalista, en la que todas las relaciones sociales están atravesadas por el intercambio de mercancías.

Marx pone así de manifiesto el contenido social que se oculta en las formas económicas, en las cuales aparecen veladas las relaciones a través de las que se constituye el proceso social. Esto es así necesariamente, puesto que a las personas "se les aparecen las relaciones sociales entre sus trabajos privados *como lo que son*, es decir, no como relaciones directamente sociales entre las personas en sus trabajos, sino más bien como *relaciones materiales entre personas y relaciones sociales entre cosas*" (MEW 23, 87).[4]

Aquí se puede constatar con más claridad aún que el fetichismo de la mercancía es la reproducción en la conciencia de los hombres de una *estructura social objetiva*, en la cual se produce de manera privada e independiente. Esto significa que el mercado es la única instancia que establece el contexto social, pues sólo aquí se refieren los productos del trabajo unos a otros y se determina en qué medida el trabajo privado realizado por los distintos productores vale como parte del trabajo social. Así pues, que las relaciones sociales se constituyan por medio de las cosas y que, en consecuencia, las cosas tengan propiedades sociales, no es ninguna percepción invertida de la realidad social. Por el contrario, ésta es la *consecuencia necesaria* del modo en que *funciona efectivamente* esta forma de sociedad: el trabajo abstracto que es la sustancia del valor y su medida inmanente es resultado de la reducción de los distintos trabajos concretos en la relación de intercambio entre los productos del trabajo, los cuales se transforman en ese momento en *mercancías*, esto es, productos que además de *valor de uso* tienen *valor*, el cual es una propiedad social que sólo puede materializarse en el cuerpo de una cosa, de modo que las cosas en su materialidad aparecen investidas de atributos sociales.

Hay que observar las consecuencias que esto tiene para una concepción correcta del valor. A este respecto indica Marx que es insuficiente la comprensión del valor como una relación entre las personas (a lo queda reducida la concepción marxiana del valor en muchas presentaciones de su pensamiento): a ella hay que añadirle que el valor es "una relación oculta bajo envoltura cósica" (MEW 23, 88). Con esta caracterización Marx no hace más que sacar las consecuencias de su precedente exposición del valor. El análisis de la forma de valor ha hecho patente esta cosificación de las relaciones

[4] Las cursivas de la cita son nuestras.

sociales, pero también que esto es así solamente dentro de la *relación de valor* de las mercancías, no fuera de ella.[5] Ello es algo constitutivo de una sociedad basada en el intercambio mercantil. Pero lo que es falso es que las cosas tengan propiedades sociales en cualquier forma de sociedad. La única sociedad histórica donde el intercambio tiene tal extensión que las cosas útiles no son producidas por su utilidad, por las necesidades que satisfacen, sino para ser intercambiadas, esto es, donde el valor de uso se convierte en un simple medio de realización del valor, es la *sociedad capitalista*. Sólo en esta formación social el fetichismo se adhiere inevitablemente a la mercancía.

La cosificación de las relaciones sociales como consecuencia del carácter fetichista de la mercancía

Este estado de cosas tiene importantes consecuencias ulteriores que es preciso poner de relieve. El hecho de que en el valor de las mercancías las relaciones de los hombres se presenten "bajo envoltura cósica" hace que dichas relaciones permanezcan ocultas a los individuos que forman parte de ese sistema. Les atribuyen así a las cosas un poder al que quedan sometidos, pues las cosas siguen sus propias leyes independientes de ellos. Esto es algo que ocurre efectivamente en una sociedad basada en el intercambio mercantil. Pero esto no ocurre porque las cosas tengan propiedades sociales en sí mismas, sino porque la conexión social de los hombres se establece a través de las cosas en este modo de producción históricamente determinado que es el sistema capitalista. Es la *forma misma de mercancía* la que genera el *carácter fetichista* de ésta.

Ahora bien, esta situación no es visible para las personas inmersas en dichas relaciones. Éstas consideran que las mercancías poseen la fijeza de formas naturales de la vida social. También la economía política, que elabora las categorías con las que opera a partir de las formas acabadas, tal y como se presentan a la observación dentro de esas condiciones sociales, está apresada dentro de esas formas:

> "Tales formas constituyen precisamente las categorías de la economía burguesa. Son formas de pensamiento socialmente válidas y, por tanto, objetivas para las relaciones de producción de este modo de producción social históricamente determinado que es la producción de mercancías" (MEW 23, 90).

[5] En este sentido señala Rüdiger Bubner: "El fetichismo como característica fundamental de las formas sociales capitalistas no nombra otra cosa que relaciones devenidas cósicas. En el fetichismo desaparece el carácter de relación de las relaciones tras su fachada cósica, de modo que a partir de esta solidificación sólo puede ser desvelado a través del análisis crítico el modo propio de las relaciones" (BUBNER, 1973: 77).

Aquí puede verse con claridad el fundamento de la forma de exposición de Marx, que consiste en llevar a cabo simultáneamente la *crítica* de las categorías económicas y la *exposición* de las mismas. La economía política lo que hace es sistematizar teóricamente la autocomprensión que la moderna sociedad burguesa tiene de sí misma, sus categorías se derivan de las formas de pensamiento dominantes en esta forma de sociedad. Estas formas de pensamiento son las que corresponden a las relaciones sociales del modo de producción capitalista: dentro de esta formación social son, por consiguiente, *objetivas*. Por ello la exposición de esas relaciones sociales tiene lugar a través de la crítica de las categorías en las que se expresan teóricamente. Aquí se puede observar que J. Habermas no tiene suficientemente en cuenta esta dimensión fundamental de la teoría de Marx cuando afirma que éste "no ha considerado necesario justificar la teoría de la sociedad desde la perspectiva de la crítica del conocimiento" (HABERMAS, 1982: 54). El hecho de que Marx no haya tematizado explícitamente esta cuestión no significa que su teoría no esté justificada en esos términos. Por el contrario, éste constituye uno de los aspectos fundamentales de la construcción teórica de Marx.

La condición de posibilidad de esta crítica es el desarrollo de las formas económicas de la sociedad capitalista. La economía política no desarrolla las formas, sino que parte de ellas como *presupuestos dados*, y por ello las considera como *formas naturales*.[6] El valor es una propiedad social de las cosas, que hace de la mercancía una "cosa sensiblemente suprasensible". Pero esta propiedad no la tienen los productos del trabajo en todas las formas de sociedad, no es una propiedad natural de las cosas, sino una propiedad que aparece como natural *dentro de unas determinadas relaciones de producción*, en las cuales las cosas son producidas como mercancías. A este respecto señala Marx en el *Urtext* que en la sociedad capitalista el individuo produce "dentro de un contexto, bajo condiciones de producción y relaciones de intercambio que sólo han surgido a través de un proceso histórico, pero para él aparecen como una necesidad natural" (MEGA II.2, 51). El intercambio generalizado de los productos del trabajo no es la relación social dominante en todas las épocas históricas, algo que no es visto por la economía política, que considera la forma de mercancía como la forma natural de los productos del trabajo.

[6] A este respecto observa Marx: "Formas que llevan escrita en la frente su pertenencia a una formación social en la que el proceso de producción domina al hombre, en lugar de dominar el hombre al proceso de producción, son consideradas por la conciencia burguesa como una necesidad natural tan evidente como el trabajo productivo mismo" (MEW 23, 95-96).

En el fetichismo de las categorías de la economía política ve Marx también la base para la vulgarización de la economía que tiene lugar con el fin de la economía clásica.[7] Las categorías de la economía política son *categorías fetichistas* en tanto que son expresión de *formas de valor acabadas*, categorías que se constituyen sobre las formas de la superficie de la sociedad que son relevantes para la acción de los individuos integrados en esas relaciones sociales. Son las que percibe su conciencia espontánea, y en ellas permanece oculta la conexión social, las relaciones a través de las que se constituye el carácter social del trabajo de los individuos en esa sociedad.[8]

Marx indica que esto tiene su causa en la *concepción suprahistórica* de las categorías que tiene la economía política. Ni siquiera su mayor representante, David Ricardo, que fue el que más lejos llegó en la comprensión de las relaciones económicas de la sociedad burguesa, pudo llegar a concebir la dimensión histórica fundamental de las categorías del sistema capitalista. Esto se debe, como subraya Jindrich Zeleny, a que "Ricardo absolutiza y eleva la forma de la distribución específica e históricamente transitoria característica del modo de producción capitalista, hasta dotarla de inmovilidad suprahistórica" (ZELENY, 1974: 35). Por ello la crítica de Marx se dirige a la abstracción objetivadora de la economía política, que considera que las relaciones sociales burguesas se presentan ya en sus elementos esenciales en todas las formas históricas de sociedad. Esta comprensión de la economía política de las formas capitalistas es rechazada por Marx como ahistórica, y su exposición tendrá como uno de sus objetivos fundamentales poner de manifiesto el carácter histórico del capitalismo, que la economía burguesa considera como natural.[9]

---

[7] Como Marx pone de manifiesto en las *Teorías sobre el plusvalor:* "La economía vulgar no hace nada más que expresar en forma doctrinaria la conciencia atrapada en la manifestación del modo de producción capitalista según sus motivos y representaciones. Y cuanto más se vincula a la superficie y la reproduce en un cierto orden, tanto más tiene conciencia de ser «adecuada a la naturaleza» y permanecer alejada de todos los delirios abstractos" (MEW 26.1, 476).

[8] Por ello afirma Helmut Brentel que "la teoría de la constitución económico-social del objeto en Marx contiene, como análisis y como desarrollo dialéctico de las formas de valor, una *teoría crítica de la categorías* de la economía política. Es teoría del «fetichismo» de las categorías económicas y al mismo tiempo teoría del carácter fetichista de la conciencia burguesa" (BRENTEL, 1989: 15).

[9] G. Lukács expresa con suma precisión esta dimensión de la crítica de Marx a la economía política: "La falta de cientificidad de este método aparentemente tan científico consiste, por tanto, en que desatiende e ignora el *carácter histórico* de los hechos que le subyacen [...] *Esos hechos –precisamente en la estructura de su objetividad– son productos de una época histórica determinada: son productos del capitalismo*. Por consiguiente, aquella «ciencia» que reconoce como fundamento del estado de cosas científicamente relevante el modo como

El fetichismo de las categorías de la economía política, así como la consiguiente vulgarización de la misma que éste lleva consigo, resultan del hecho de que en el sistema capitalista, la relación específicamente social de los hombres en sus trabajos se manifiesta como una propiedad que les corresponde a las cosas en su forma natural y como una relación entre esas cosas. De este modo, aparece como *inherente* a las cosas lo que les ha sido *transferido*: la relación social. El fetichismo significa la *cosificación de las relaciones sociales* porque las relaciones constitutivas de la sociedad capitalista ya no resultan visibles como tales relaciones en las formas acabadas que se presentan a la conciencia espontánea de los individuos de dicha sociedad, así como tampoco en las categorías de la economía política, que se configuran a partir de esas formas. Las relaciones sociales se presentan así cosificadas como propiedades naturales que pertenecen a esas cosas independientemente del contexto social en que se encuentran.

El fetichismo del dinero

Hay que tener en cuenta que Marx no sólo habla del fetichismo de la mercancía, sino también del fetichismo del dinero. Sin embargo, no desarrolla sus planteamientos a este respecto, porque todo lo fundamental ya está dicho con el fetichismo de la mercancía: "El enigma del fetichismo del dinero es solamente el enigma del fetichismo de la mercancía que se ha vuelto visible y deslumbra la vista" (MEW 23, 108). Para entender esta afirmación es preciso tener en cuenta el desarrollo de la forma de valor realizado por Marx. En él se constata que el *dinero* ha sido determinado como la *mercancía equivalente general*, de modo que le corresponden las mismas propiedades que al resto de las mercancías, pero en una posición privilegiada, por así decir. Esta posición social en virtud de la cual todas las mercancías se refieren al dinero como equivalente general hace que el fetichismo en el caso del dinero resulte todavía más difícil de aprehender teóricamente. Es el resultado de la relación social global de todo el mundo de las mercancías, por lo que la *mediación* a través de la que se constituye la forma de dinero es la más compleja. Pero este movimiento de mediación se desvanece por completo en su resultado, de modo que ya no es perceptible como tal.

Así pues, dado que en el dinero aparece una relación social específica de los hombres en sus trabajos como una simple cosa, en la cual está

esos hechos se dan inmediatamente, y acepta su forma de objetividad como punto de partida de la formación científica de conceptos, se ubica simple y dogmáticamente en el terreno de la sociedad capitalista, y toma su esencia, su estructura objetiva y su legalidad de modo acrítico como fundamento inmutable de la «ciencia»" (LUKÁCS, 1969: 177-178).

materializado el trabajo social global, se les aparece a la conciencia de los hombres algo meramente material como la *existencia inmediata* de la riqueza social. Por ello afirma Marx que el dinero es "la forma más carente de sentido, la más incomprensible –una forma en la que todas las mediaciones están suprimidas" (MEGA II.2, 73). En efecto, la cosificación de las relaciones sociales que tiene lugar con el dinero es más difícil de comprender que la que se presenta con la mercancía, puesto que en el caso del dinero no hay ninguna objetividad física como valor de uso que represente la objetividad social del valor. Por consiguiente, a diferencia de las mercancías, que son al mismo tiempo valores de uso y objetos de valor, el dinero es objeto de valor de manera inmediata. Lo que resulta preciso comprender para no quedar atrapado en el fetichismo del dinero es que la objetividad de valor no es algo que tenga el dinero en sí mismo, sino que la tiene en tanto que todas las mercancías están referidas necesariamente a él para poder expresar su valor, de modo que el dinero llega a ser la forma autónoma del valor.

Sólo el desarrollo de las formas, a partir de la más elemental de todas ella, la forma simple de valor, puede poner de manifiesto que lo que aparece aquí como una propiedad que le corresponde a una cosa en sí misma no es más que el *resultado de la relación social* global en la que se refieren unos a otros los productos de los trabajos como mercancías, haciendo que las relaciones sociales aparezcan como atributos de las cosas. Esto es necesariamente así en una sociedad mercantil, a los hombres se les aparecen sus relaciones sociales "como lo que son", no como relaciones inmediatamente sociales en sus trabajos, sino como relaciones mediadas por cosas. Lo que la crítica de Marx hace patente es que el fetichismo no es consustancial a todas las formas de sociedad, pero sí lo es a la sociedad capitalista. Todos los individuos que forman parten de ella están sometidos al fetichismo de la mercancía y del dinero, pues el contexto social general no se establece a través de las relaciones directas entre las personas, sino a través del *intercambio* de los productos del trabajo en el mercado. Lo que se desprende del análisis de Marx, por tanto, es que solamente en una forma de organización social que no esté basada en el intercambio generalizado de mercancías desaparecerá el fetichismo, y sólo cuando éste desaparezca las personas dejarán de estar sometidas al poder de las cosas.

El dinero como el contexto social objetivado de las relaciones cosificadas

Marx critica a la economía burguesa que no ha sido capaz de comprender la conexión necesaria entre el trabajo representado en el *valor* de las mercancías y la *forma de valor*. La economía política, en efecto, no ha

comprendido que el valor necesita una forma determinada de expresión, que es precisamente lo que Marx expone con la forma de valor. Michael Heinrich observa que aquí se encuentra el núcleo mismo de la crítica marxiana de la economía política: "Marx realiza una crítica fundamental, referida a los *fundamentos* de la economía burguesa: critica las *formas* siempre ya *presupuestas* por la economía burguesa" (HEINRICH (2008), p. 89).

La forma de valor es la forma más general y abstracta de todas las formas más concretas y desarrolladas del modo de producción capitalista, con lo cual queda definida la especificidad histórica de este modo de producción. Si el valor de cambio está a la base de todas las formas económicas de la sociedad burguesa, ésta es una sociedad regida por el cambio, lo que significa que en ella todos los productos del trabajo son tendencialmente mercancías, productos que además de valor de uso tienen valor, el cual necesita de una forma de manifestación propia. La economía política, al concebir la producción burguesa como una "forma natural eterna" de la producción social, no es capaz de comprender la forma de valor ni, por tanto, puede entender de manera adecuada la forma de dinero, que no es más que la expresión desarrollada de la forma de valor.

Para comprender la forma de dinero es preciso desplegar la *relación cualitativa* entre la mercancía y el dinero. Marx señala que el hecho de que una mercancía sea igual a una determinada cantidad de dinero significa que en un determinado respecto ambos son sustancialmente iguales. Como valor de uso la mercancía no es sustituible por ninguna otra mercancía ni por dinero. Pero como valores son iguales la mercancía y el dinero, como valor la mercancía es dinero.[10] El hecho de que el valor de la mercancía, su forma social, tenga que aparecer necesariamente como dinero, significa que el dinero es la *objetivación del contexto social* de los individuos atomizados. Esto lo expresa Marx de manera pregnante en los *Grundrisse*: "El dinero mismo es la *comunidad*, y no puede soportar ninguna otra que esté por encima de él" (MEW 42, 149).

Frente a esta concepción marxiana, la economía política considera que el dinero es simplemente una magnitud de valor ficticia, un mero representante de las mercancías. Ésta es la concepción del dinero que está a la base de las teorías de todos los economistas burgueses, incluido David Ricardo. Éste considera, en efecto, que "los productos son comprados siempre por productos, o por servicios; el dinero es sólo el medio a través del que se

[10] Lo que esto significa, como señala Hermann Kocyba, es que "el dinero es un medio necesario de la producción socializada a través de la ley del valor. No hay valor antes del dinero salvo en la estructura del orden discursivo de exposición de la teoría" (KOCYBA, 1979: 76).

efectúa el cambio" (RICARDO, 1953: 291). En la discusión con la teoría ricardiana que Marx desarrolla en las *Teorías sobre el plusvalor* le reprocha a esta concepción de Ricardo que considere que "el dinero es mero medio de circulación, y el valor de cambio mismo mera forma evanescente del intercambio de producto por producto, lo que es falso" (MEW 26.2, 500).

Puesto que la economía burguesa desconoce la génesis de la forma de dinero, no puede comprender la *inversión* que aquí tiene lugar. El dinero sólo puede convertirse en el *representante de las mercancías* porque las mercancías son los *representantes del dinero*. Sólo el desarrollo conceptual de la forma de valor puede exponer la génesis interna del dinero, sacando así a la luz la mediación que ya no es accesible a la percepción inmediata, porque ha desaparecido en el resultado: "Una mercancía no parece convertirse en dinero porque todas las demás mercancías representen sus valores en ella, sino que, por el contrario, todas parecen representar sus valores en ella porque es dinero. El movimiento mediador desaparece en su propio resultado y no deja ninguna huella tras de sí" (MEW 23, 107).

La posición básicamente empirista de la economía burguesa hace que su consideración del valor esté encaminada solamente a la determinación cuantitativa del valor, mientras que el análisis marxiano de la sustancia del valor saca a la luz su dimensión cualitativa, a partir de la cual se puede entender el valor precisamente como aquello que en su *movimiento mediador* establece la relación como relación. En efecto, el valor es el *sujeto* de un proceso en el que adopta alternativamente la forma de mercancía y la de dinero, alcanzando así una forma en la que se hace autónomo. El valor adquiere esta autonomía, pues, en tanto que es él mismo el movimiento a través del cual se presenta en las distintas formas. Se trata de un movimiento en el que "el valor de cambio como sujeto" se pone tanto en una como en otra determinación, y "en cada una de estas determinaciones se conserva como su contrario" (MEW 42, 190).

La exposición de Marx está encaminada a mostrar que la relación entre cosas que está a la base de la duplicación de la mercancía en mercancía y dinero es la expresión de un determinado modo de relación entre los hombres. Sólo comprendiendo la estructura de las relaciones sociales entre las personas dentro del modo de producción capitalista pueden hacerse comprensibles las relaciones entre las cosas como mercancías dentro de este sistema. A partir de estos planteamientos marxianos, se puede dar una solución a ciertos problemas fundamentales que la economía burguesa no es capaz de solucionar, y que se dejan entender desde el análisis marxiano de la forma de valor. En efecto, para la economía política el capital es a veces mercancía, a veces dinero. El capital se presenta en una y otra forma, y

entonces es ineludible la pregunta por el *sujeto* que lleva a cabo este *cambio de forma*. Pero la economía política no puede ir más allá de estas formas de manifestación, y es incapaz de comprender la relación interna entre ellas. A partir de la exposición de Marx es posible entender que el *capital* no es ni mercancía ni dinero, sino *valor*, que se manifiesta alternativamente como mercancía y como dinero.[11]

La diferencia fundamental entre la teoría de Marx y las diversas teorías de la economía política se encuentra en que éstas no han realizado en ningún momento un análisis en el que se aborden las categorías económicas *antes e independientemente* de la acción de los individuos en el proceso de intercambio de mercancías. La economía política adopta como punto de partida en sus teorías las acciones de los individuos (que según estos teóricos se derivan de sus decisiones "racionales"), mientras que Marx expone las acciones de los individuos sólo *después* del desarrollo de las *formas económicas* fundamentales y sobre la base de éstas.

Este orden de exposición le permite a Marx poner de manifiesto la estructura social a la que se tienen ajustar los individuos en sus acciones, a partir de la cuál éstas pueden ser explicadas, porque son acciones dentro del marco establecido por el intercambio mercantil. La economía política parte de las reflexiones y las acciones de los individuos, y considera que el dinero es un medio que introducen conscientemente para facilitar el intercambio. Frente a ello, Marx establece que los individuos actúan antes de pensar sobre su actuación, siguiendo las leyes de la naturaleza inherente a las mercancías:

> "En su confusión, nuestros poseedores de mercancías piensan como Fausto. En el principio fue la acción. Por eso ya han actuado antes de haber pensado […] Sólo un acto social puede convertir una determinada mercancía en equivalente general. La acción social de todas las demás mercancías segrega, pues, una determinada mercancía en la que todas ellas representan sus valores. De esta manera, la forma natural de esta mercancía llega a ser la forma de equivalente socialmente válida. El ser equivalente general se convierte a través del proceso social en función específicamente social de la mercancía segregada. Así es como ésta se convierte en dinero" (MEW 23, 101).

[11] A este respecto indica Marx en los *Grundrisse*: "El dinero es siempre la misma forma en el mismo sustrato, y así puede ser concebido fácilmente como mera cosa. Pero la misma cosa, mercancía, dinero, etc., puede representar capital o rentas, etc. Y así queda claro incluso para los economistas que el dinero no es algo tangible; sino que la misma cosa se puede subsumir ya bajo la determinación del capital, ya bajo otra determinación diferente y contrapuesta y que, por consiguiente, *es* o *no* es capital. Es evidentemente *una relación y sólo puede ser una relación social de producción*" (MEW 42, 421).

Los individuos, como poseedores de mercancías, tienen que seguir la legalidad general que rige el mundo de las mercancías. Esta estructura ha sido expuesta por Marx en su análisis de las formas económicas de la sociedad capitalista, y a partir aquí puede explicar las acciones de los individuos dentro de esa estructura social.[12] La economía política, que parte de las acciones de los individuos, desconoce las condiciones que están a la base de dichas acciones, por lo que incurre necesariamente en una comprensión errónea del proceso de intercambio. Marx ha mostrado a través del desarrollo de las formas la génesis de la forma de dinero, poniendo así de manifiesto que es precisamente la forma consumada del valor. Ello le permite exponer al nivel del proceso de intercambio cómo el dinero no es meramente un medio accesorio del intercambio, sino el *resultado necesario de las acciones de los individuos*. Este planteamiento está expresado con la mayor concisión en el *Urtext*: "El dinero no es meramente una forma mediadora del intercambio de mercancías. Es una forma del valor de cambio que surge del proceso de circulación, un producto social que, a través de las relaciones en las que entran los individuos en la circulación, se genera a sí mismo" (MEGA II.2, 73).

Lo que esto significa es que la circulación de mercancías y el dinero se presuponen mutuamente. Frente a ello, la economía política, puesto que no realiza ningún análisis de las formas económicas, sino que parte de la acción de los individuos, lo que hace es considerar como perteneciente a la *naturaleza humana* lo que en realidad es la *estructura social* que está a la base del intercambio mercantil. Entiende por ello que la propensión al cambio forma parte de la naturaleza misma del hombre, y que el intercambio ha constituido, por tanto, la base de todas las formaciones sociales. Adam Smith expresa esta comprensión con suma claridad: "Es una propensión en la naturaleza humana […] el trueque, la permuta y el intercambio de una cosa por otra", a lo que añade: "Es común a todos los hombres, y no se encuentra en otras razas de animales" (SMITH, 1976: 50).

A partir de esta concepción, que subyace a toda la economía burguesa, ésta considera que el dinero es simplemente un medio auxiliar introducido para facilitar el intercambio. Por ello la economía política cree posible desarrollar el valor sin referencia al dinero. Para Marx, en cambio, el dinero constituye un presupuesto necesario para la constitución del valor.[13] En

[12] Esto queda claramente expresado por Marx en el siguiente pasaje: "El supuesto fundamental de que los sujetos de la circulación han producido valores de cambio […] encierra una serie de supuestos que no se derivan ni de la voluntad del individuo ni de su inmediata condición natural, sino de condiciones y relaciones históricas en virtud de las cuales el individuo se encuentra ya *socialmente* determinado" (MEGA II.2, 50-51).

[13] Sobre este aspecto ha insistido H. Brentel, que señala que el tránsito de la mercancía

efecto, el dinero está presupuesto desde el primer momento de la exposición, pues de lo que se trata es del intercambio de mercancías, no del intercambio directo de productos. Marx ha criticado precisamente "el método de la apologética económica", que consiste en "identificar la circulación de mercancías con el intercambio directo de productos, mediante el simple recurso de hacer abstracción de sus diferencias" (MEW 23, 128).

Frente a ello, la exigencia teórica de Marx es que el dinero sea *deducido conceptualmente*, hacer lo que la economía política no ha sido capaz siquiera de intentar. Como hemos señalado, en un primer momento de la exposición Marx deduce la forma de dinero a partir del desarrollo de la forma de valor, y después el dinero a partir de las acciones de los poseedores de mercancías, las cuales se tienen que ajustar a las estructuras de movimiento de las formas económicas. Con ello pone de manifiesto que el dinero no es un puro medio auxiliar para facilitar el intercambio, sino la expresión objetiva de un contexto social mediado necesariamente por el intercambio de mercancías, lo que tiene como resultado ineludible la cosificación de las relaciones sociales.

Referencias Bibliográficas

BACKHAUS, H.-G. (1997). *Dialektik der Wertform. Untersuchungen zur Marxchen Ökonomiekritik*. Freiburg, Ça-ira Verlag.

BRENTEL, H. (1986). *Widerspruch und Entwicklung bei Marx und Hegel*. Frankfurt a. M., Studientexte zur Sozialwissenschaft, J. W. Goethe Universität.

_____ (1989). *Soziale Form und Ökonomisches Objekt. Studien zum Gegenstands- und Methodenverständnis der Kritik der politischen Ökonomie*. Opladen, Westdeutscher Verlag.

BUBNER, R. (1973). *Dialektik und Wissenschaft*. Frankfurt a. M., Suhrkamp

HABERMAS, J. (1982). *Conocimiento e interés*. Madrid, Taurus.

HEINRICH, M. (2001). *Die Wissenschaft vom Wert. Die Marxsche Kritik der politischen Ökonomie zwischen wissenschaftlicher Revolution und klassischer Tradition*. Münster, Westfälisches Dampfboot.

_____ (2008). *Crítica de la economía política. Una introducción a "El Capital" de Marx*. Madrid, Escolar y Mayo.

al dinero en el orden de la exposición "tiene el carácter de *conclusión necesaria* de su presupuesto: la forma de dinero siempre puesta ya con la mercancía" (BRENTEL, 1986: 45).

HYPPOLITE, J. (1965). *Études sur Marx et Hegel*. Paris, Marcel Rivière.

KOCYBA, H. (1979). *Widerspruch und Theoriestruktur. Zur Darstellungsmethode im Marxschen "Kapital"*. Frankfurt a. M., Europäische Verlaganstalt.

KOLAKOWSKI, L. (1980). *Las principales corrientes del marxismo*. Madrid, Alianza

LEFEBVRE, H. (1990). *Le matérialisme dialectique*. Paris, Quadrige.

LUKÁCS, G. (1969). *Historia y conciencia de clase. Estudios sobre dialéctica marxista*. México, Grijalbo.

MARX, K. (1980). *Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie*. MEW 42. Las siglas corresponden a la edición: *Karl Marx, Friedrich Engels: Werke* (MEW), hrsg. vom Institut für Marxismus-Leninismus beim Zk der SED, Berlin, 1956 ff., y el número corresponde al volumen.

_____ (1983). *Urtext von "Zur Kritik der politischen Ökonomie"*. MEGA II.2. Las siglas corresponden a la edición: *Karl Marx, Friedrich Engels: Gesamtausgabe* (MEGA), hrsg. vom Institut für Marxismus-Leninismus beim Zk der KPdSU und vom Institut für Marxismus-Leninismus beim Zk der SED; seit 1990: hrsg. von der Internationalen Marx-Engels-Stiftung (Amsterdam), Berlin, 1975 ff., y la numeración corresponde respectivamente a la sección, el número romano, y al volumen, el número arábigo.

_____ (1985). *Theorien über den Mehrwert*. MEW 26.1-26.3.

_____ (1987). *Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie. Erster Band*. MEW 23.

RICARDO, D. (1953). *On the principles of political economy and taxation*. Cambridge, The University Press for the Royal Economic Society.

SCHMIED-KOWARZIK, W. (1981). *Die Dialektik der gesellschaftlichen Praxis. Zur Genesis und Kernstruktur der Marxschen Theorie*. Freiburg, Karl Alber.

SMITH, A. (1976). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Oxford, Clarendon Press.

ZELENY, J. (1974). *La estructura lógica de "El Capital" de Marx*. Barcelona. Grijalbo.