



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
COLEGIO DE FILOSOFÍA**

**Reproducción social y contradicción valor de uso-valor en el
análisis marxiano del dinero: un análisis previo al examen
del capital**

TESIS

Que para obtener el título de

Licenciado en Filosofía

P R E S E N T A

Luis Manuel Segura Román

DIRECTORA DE TESIS

Mtra. Diana Grisel Fuentes de Fuentes

Ciudad Universitaria, Ciudad de México, 2023





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A Mapis, quien motivó la culminación
de esta promesa. Con amor.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de investigación, como muchos otros, es el fruto más o menos maduro de mucho tiempo de riego y cuidado de sí. El tiempo que tomó terminarlo podría calificarse y clasificarse como excesivo. Fue mucha la demora, pero poca la premura. Sin embargo, ese mismo retardo puede ayudar a dar cuenta de sus propias condiciones de emergencia, que giran en torno de una falta de tiempo generalizada.

Este trabajo, como muchos otros, de muchas más personas, se realizó en simultáneo junto con otros, que me han permitido reproducir mi vida cotidiana. De todas maneras, el tiempo “extra” que tuve que atravesar no se debió a una especie de abandono o relajamiento del proyecto, sino a una intensificación del mismo, acompañada de la multiplicación de mis esfuerzos para compensar la fragmentación de mis tiempos. A fin de cuentas, fue el tiempo “extra” el que me permitió inventar un tiempo “regular” y no al revés, pues la condición de posibilidad de mi tiempo “normal” fue, en este caso, ese tiempo “excedentario” que, por consiguiente, no podría realmente ser considerando como una simple pérdida o desperdicio. Además, no fue sino en esa temporalidad sobrante que pude convivir gozosamente con las personas que, quizá sin saberlo, me han ayudado y motivado a terminar esta obra que puedo, ahora, al menos ofrecerles y dedicarles. Aquí están presentes y atravesados amigos, profesores, familiares y un amor. A ustedes, que saben quiénes son, agradezco sinceramente su apoyo y su paciencia. Para ustedes es este trabajo.

Entre mis profesores y profesoras, destaco a Sergio Lomelí, Bily López, Cuitláhuac Moreno, Benjamín Arditi y, por supuesto, Diana Fuentes. Les agradezco por su profunda influencia en mi formación académica, pero también –y sobre todo– por su trato siempre tan cercano, sincero y amistoso, sin llegar por ello a ser condescendiente. A Diana, además, agradezco especialmente su paciente asesoría y su jovial acompañamiento durante el proceso de realización de esta tesis, así como el haberme brindado la oportunidad de trabajar con ella en nuestra querida Facultad que, como se sabe, deberá permanecer pública y gratuita.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. EL PROCESO DE REPRODUCCIÓN SOCIAL CONSIDERADO DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL VALOR DE USO.....	15
1.1 El valor de uso como la “forma natural” de los productos del trabajo concreto... 18	
1.2 El proceso de trabajo útil como relación metabólica hombre-naturaleza.....24	
1.3 El carácter social del proceso de trabajo útil.....28	
1.4 Valor de uso y consumo.....36	
1.5 El carácter semiótico de los valores de uso.....41	
1.6 La importancia decisiva de la producción en la reproducción social.....43	
CAPÍTULO II. FORMACIÓN DE VALOR E INTERCAMBIO MERCANTIL.....	50
2.1 Del valor de uso a la mercancía: la relación parasitaria valor-valor de uso.....52	
2.2 Trabajo abstracto y formación de valor.....58	
2.3 Cuantificación del trabajo y magnitud de valor.....67	
2.4 El valor como valor de cambio.....71	
2.5 La forma relativa y la forma de equivalente del valor.....75	
2.6 La mercancía como no-valor de uso.....77	
2.7 Del valor de uso al valor y del consumo al intercambio.....81	
2.8 El devenir- <i>socius</i> de la mercancía: hacia una mercantilización generalizada de la reproducción social.....83	
CAPÍTULO III. DINERO, CIRCULACIÓN Y MERCANTILIZACIÓN GENERALIZADA DE LA REPRODUCCIÓN SOCIAL.....	91
3.1 Emergencia y operatividad social del dinero.....92	
3.2 Del intercambio mercantil a la circulación rizomática.....98	
3.3 El desdoblamiento de las mercancías en mercancía y dinero.....104	
3.4 El dinero como mercancía absolutamente enajenada y enajenable.....110	

3.5 La circulación como intercambio escindido en compra-venta.....	113
3.6 El atesoramiento como posibilidad interna de la circulación.....	116
3.7 La deuda y el crédito como posibilidades internas de la circulación.....	120
3.8 La contradicción valor-precio: hacia una mercantilización universal del mundo social-material.....	123
3.9 El valor y el dinero como brújulas de la (re)producción social.....	130
CONCLUSIONES.....	146
BIBLIOGRAFÍA.....	157

INTRODUCCIÓN

Es moneda de uso común el exigir a un trabajo de investigación ser lo más original o inédito posible. Se suele querer extraer de ellos ideas nunca antes escritas o, por lo menos, nunca antes leídas por nosotros. Sin embargo, la presente tesis no tiene por deseo ninguna novedad, sino más bien una repetición, que opera aquí como voluntad de insistencia. *Insistimos en Marx*. No debería, por tanto, resultar extraño, sorprendente o decepcionante que nuestros mapas hayan sido ya cartografiados con anterioridad, o que nuestros territorios contengan ya las huellas de otros pasos, pues nuestros trazos nunca son sólo nuestros. Entonces, si nuestra pesquisa puede contener algo de relevancia filosófica –lo que sea que esto signifique–, definitivamente no es en virtud de su originalidad, sino de su pura y dura obstinación. Si algo queremos hacer con esta obra, es tan sólo insinuar que la crítica de la economía política puede todavía decirnos *algo* acerca de nosotros mismos, de nuestra actualidad y de lo que *aquí* está pasando.

La ontología de nuestro presente y, por tanto, de nosotros mismos, es inseparable de su configuración capitalista. Sin embargo, ésta no aparecerá en nuestra investigación como punto de partida explícito, sino como punto de llegada implícito. Es decir, si bien el problema general que nos aqueja son las determinaciones propiamente capitalistas del proceso de reproducción social de nosotros mismos, aquéllas no formarán parte del *corpus* temático del presente trabajo, sino que nos mantendremos situados unos cuantos pasos más atrás. Esto con la intención de asentar las bases arquitectónicas, categoriales y cartográficas de una meseta previa, con un suelo meridianamente firme sobre el cual podremos pararnos para comprender las condiciones de posibilidad y emergencia del despliegue específicamente capitalista de la reproducción social, que exige su propia investigación y sus propios enunciados. Por consiguiente, nuestro caminar en retroceso parte en realidad de una elemental motivación por afianzar algunas bases lógico-formales que nos permitan entender la posibilidad del capitalismo, pero sin llegar todavía a él. En otras palabras, lo que queremos llegar a comprender con *esta* investigación son apenas las bases lógico-formales que permiten e incluso requieren la modificación capitalista de la reproducción social, cuya especificidad, que se funda no sólo en la mercantilización generalizada de los valores de uso –incluida la fuerza de trabajo–, sino además en su capitalización generalizada –es decir, en su puesta en

escena como medios de valorización y acumulación del capital–, supera los alcances y propósitos del presente trabajo. Éste es, pues, apenas un paso previo. Por ello, al final de esta tesis habremos trazado apenas algunos esbozos teóricos del devenir-dinerario de la producción. Pero la comprensión del devenir-productivo del dinero, es decir, su puesta en movimiento ya propiamente como capital, exige la realización de un nuevo estudio dedicado por entero a desentrañar esos misterios que, con las herramientas y determinaciones contenidas en la presente obra, se nos escapan todavía de las manos.

Nuestra manera de problematizar el *a priori* capitalista, o las condiciones que permiten su surgimiento y desarrollo, se distinguen de otras aproximaciones teóricas, sobre todo, en la medida en que nosotros no abordaremos la perspectiva de la dominación del capital que, violentamente, impone su desastroso proyecto civilizatorio. No porque esto no suceda o haya dejado de ocurrir, sino sencillamente porque, en este caso, nos interesa más bien pensar otros mecanismos mediante los cuales la lógica del valor tiende a articular, organizar y orientar el proceso de reproducción social en su conjunto, con vistas a una mercantilización cada vez más generalizada de los valores de uso y de las relaciones sociales, sin los cuales el capitalismo resultaría no solamente improbable e impracticable, sino además inconcebible.

El problema de la expansión, generalización y arraigamiento de las relaciones mercantiles al interior del proceso de reproducción social, se aborda frecuentemente desde el punto de vista de la imposición y la dominación del mercado sobre otros ámbitos o registros de lo social, pero pocas veces desde el punto de vista de su necesidad. Existe, pues, un amplio derrame de tinta acerca de la mercantilización generalizada de la vida social como si se tratase de un problema puramente extensivo, externo y exógeno respecto de lo social, omitiendo de esta manera sus diversos procedimientos y mecanismos de expansión también intensivos, internos y endógenos. Para nosotros, en cambio, el mercado no solamente crece molarmente por la fuerza y desde fuera, sino que también llegamos a precisar molecularmente de él hacia adentro, de maneras cada vez más regulares y cotidianas. Es por ello que, en vez de preguntarnos por los modos de dominación e imposición del mercado, lo que trataremos de hacer aquí será examinar cómo es que la forma mercantil y, finalmente, la forma mercantil-dineraria, tienden a convertirse en necesidades sociales y en requisitos indispensables para reproducir nuestra propia cotidianidad.

Para nosotros, el valor, la mercancía y el dinero no son simples intrusos agresivos que buscan aniquilar la vida social con tal de seguir operando. Son, más bien, una especie de códigos que tienden a formatear la reproducción de la cotidianidad según sus propias formas de operatividad, haciendo del proceso de reproducción social un simultáneo proceso de reproducción mercantil-dineraria. En otras palabras, su potencia y su peligro radican, para nosotros, en su capacidad de hacer de las relaciones sociales una serie de relaciones mercantil-dinerarias, como si se tratasen de suyo de una sola y la misma cosa.

Cabe destacar que hemos adoptado deliberadamente el punto de vista de la cotidianidad, es decir, de la vida de los días circulares, rutinarios, repetitivos, comunes y corrientes, donde nuestra atención suele estar orientada a reproducir, incluso calladamente, la vida del cuerpo y de los afectos, mucho más que a producir grandes y extraordinarios acontecimientos especiales que, según se dice, “hacen historia”. Seguimos, en este aspecto, a Bolívar Echeverría, para quien “la densidad histórica de lo que acontece en los días ‘comunes’ no es menor –que es tal vez incluso más determinante– que la de los ‘momentos de inflexión’ que tendrían lugar en los días espectaculares”.¹ De aquí se derivan nuestros esfuerzos por “molecularizar” el problema de la reproducción social de la vida cotidiana, que pasa en este caso por la necesidad diaria de arrojarnos a los flujos del mercado y del dinero.

Hablar de la expansión de las relaciones mercantil-dinerarias, en términos de su devenir-necesidad, no implica abandonar o dejar de lado las teorías de la dominación del mercado, sino más bien complementarlas. Sabemos, gracias a nuestra historia y a nuestras biografías, que la violencia ha resultado ser siempre una potencia económica decisiva. A nadie sorprende que el mercado y la guerra sean tan grandes aliadas. Es cierto, pues, que la interiorización más o menos espontánea o planificada de las relaciones mercantiles y dinerarias, dentro de la reproducción social, suele ser precedida por diversos procesos bélicos. No obstante, la pregunta que aquí atenderemos será otra, que tiene que ver con las maneras mediante las cuales se realiza la expansión de dichas relaciones y lógicas mercantil-dinerarias, hasta convertirse en necesidades para nosotros, e incluso en condiciones y requisitos para la reproducción cotidiana u ordinaria de la vida en sociedad, aun sin requerir siempre, ni necesariamente, medios directamente violentos para instalarse y desplegarse.

¹ Bolívar Echeverría, “Deambular: El ‘flâneur’ y el ‘valor de uso’”, en *Valor de uso y utopía*, Siglo XXI, México, 2010, p. 49.

Aunque la figura mercantil y, finalmente, su forma de dinero, no han dejado atrás la violencia que tantas veces las ha caracterizado, también es cierto que no la precisan en todo momento, ni de las mismas maneras siempre. Por ello, creemos relevante reconocer que la violencia no es, a pesar de todo, el único mecanismo de expansión de la lógica mercantil-dineraria, ni tampoco necesariamente el mejor o el más adecuado. Pues si el mercado sólo pudiera expandir sus dominios mediante la coerción y la dominación, no sería seguramente tan poderoso. Gran parte de su potencia consiste, por el contrario, en su inmensa capacidad de convertirse en una necesidad social, así como en su astucia para disimularlo. Esto es algo que muchas teorías críticas han omitido, olvidado o directamente ignorado al hablar del problema de la mercantilización generalizada de la reproducción social: que se trata de un fenómeno multifacético, en el cual la violencia no ocupa necesariamente el centro de la discusión ni, mucho menos, porta el privilegio de la exclusividad temática.

Problematizar el proceso de reproducción social, desde el punto de vista de sus orientaciones, sus relaciones y sus determinaciones lógicas, no significa en absoluto reducir su movimiento real a un mero formalismo abstracto. Significa, por un lado, la posibilidad de escapar a ciertas perspectivas interpretativas totales y estructurales que olvidan que la reproducción social es siempre un proceso múltiple, diseminado, diversificado e incluso fragmentario. Por otro lado, implica también comprender que, efectivamente, existen e insisten diversas tendencias prácticas, reales, que pugnan por devenir mayoritarias –e incluso algunas veces hegemónicas–, en la medida en que tratan de imponerse como regímenes predominantes del sentido de la reproducción social; no sólo por su frecuencia, sino también por su fuerza de atracción y reconversión de otras lógicas y de otros proyectos de existencia a los cuales subsumen y refuncionalizan bajo su dinámica y según sus modos.

Replantear el problema de la reproducción social, desde el punto de vista de las lógicas que la orientan, la articulan y la organizan, no significa hacer una simple dialéctica de sus momentos y sus movimientos, sino más bien desplazar la perspectiva de las *estructuras totales* hacia una perspectiva de las *tendencias estructurantes*. Por ende, nuestro método no consistirá en hipostasiar los impredecibles acontecimientos sociales a las firmes estructuras metafísicas del ser social, sino en atender a las singularidades moleculares de los diversos modos de devenir de lo social. Ahora bien, este desplazamiento que proponemos no es realmente inédito, ni tampoco demasiado novedoso. Ya Georg Lukács, en su famoso

ensayo sobre *La cosificación y la conciencia del proletariado*, hablaba del modo de producción capitalista como un complejo haz de procesos, relaciones y tendencias de dirección y orientación de la vida social –tanto externa como interna–, oponiéndose así al punto de vista cosificado-cosificador que cristaliza lo real bajo la apariencia de las estructuras fijas y las cosas en sí.² De igual manera, Henri Lefebvre reconoce la importancia de insistir en que, para Marx, de lo que se trata es de analizar tendencias y no estructuras. Por ende, el autor de *El capital* no debe ser considerado como un historiador de las totalidades y las estructuras, sino más bien de las tendencias y las relaciones. Revisemos, por ejemplo, el siguiente pasaje de Lefebvre, contenido en su ensayo titulado *Forma, función y estructura en “El capital”*, escrito en 1968:

Para Marx, nunca ha habido en la historia más que *tendencias*, siempre combatidas por tendencias opuestas. [...] Así pues, se va demasiado lejos cuando se exige que se demuestre la plena realización de un modo de producción, con todos sus caracteres. A Marx le basta con mostrar la *tendencia*.³

Por “tendencia” aquí no entenderemos *telos*, ni algo parecido a un movimiento natural que dirige el acaecer social. Tendencia significa, para nosotros, una cierta disposición o inclinación que orienta, de un modo u otro, el sentido y la organización de un determinado estado de cosas, una serie de acontecimientos o la construcción de unos procesos. En este caso, nos referimos al proceso de reproducción social. Dicho lo anterior, lo que buscamos mostrar en esta investigación es cómo la forma de valor, la figura mercantil y, finalmente, el dispositivo dinerario, *tienden* a convertirse en poderes, principios y focos estructurantes de la reproducción social considerada en su conjunto.

El devenir-necesidad del valor, de la mercancía y del dinero no consisten en una especie de realización secreta y progresiva de una necesidad histórica previamente determinada y diseñada –con lo cual dejaría ver realmente su carácter ahistórico–, ni en ser los vehículos de alguna, sino tan sólo en ser los efectos de un complejo proceso de producción

² Incluso en los momentos en que el filósofo húngaro llega a hablar de algo así como una “estructura capitalista”, insiste en que ésta sólo puede entenderse como una *tendencia determinante* de las *relaciones sociales*. Cf. Georg Lukács, “La cosificación y la conciencia del proletariado”, en *Historia y conciencia de clase*, traducción de Manuel Sacristán, Grijalbo, México, 1969.

³ Henri Lefebvre, “Forma, función y estructura en ‘El capital’”, en Alberto Sánchez Mascuñán (dir.), *Estructuralismo y marxismo*, Grijalbo, México, 1970, p. 18.

social de necesidades paradójicamente contingentes. *Contingentes*, porque el valor, la mercancía y el dinero sólo se convierten en las formas necesarias por la que deben pasar los objetos cotidianos *bajo ciertas condiciones y circunstancias histórica y socialmente precisas*, orientadas por lógicas igualmente localizables. *Necesarias*, porque dichos términos se convierten efectivamente, bajo ciertas formaciones sociales específicas, en condiciones de posibilidad reales para la reproducción ordinaria de la vida de todos los días.

Debido a lo dicho más arriba, nuestra propuesta consiste en preguntarnos por la experiencia social del devenir-necesidad de la figura mercantil y del dispositivo dinerario, dentro del marco de ciertas formas de reproducción social atravesadas por la conflictiva y contradictoria relación valor de uso-valor. Cabría, entonces, formular las siguientes interrogantes: ¿bajo qué formas de reproducción social pueden la figura mercantil y la figura dineraria adoptar la fuerza plástica de la necesidad? ¿Cómo hemos llegado a necesitar y depender de producir y reproducir mercancías y dinero, con tal de seguir produciendo y reproduciendo nuestra propia vida en sociedad? ¿Cómo, a fin de cuentas, le hemos hecho para que resulte necesario mercantilizar regularmente nuestra vida cotidiana para poder reproducirla?

La necesidad del desarrollo de la forma-mercancía y del dispositivo dinerario, así como el desarrollo de su necesidad, se deben al mismo tiempo a que ambos tienden a taponar la posibilidad de otras formas de existencia de los objetos cotidianos, al mismo tiempo que ellos tienden a convertirse en modalidades de ser de las cosas cada vez más difíciles –aunque no definitivamente imposibles– de evadir. Ahora, si bien es cierto que admitir esto podría llevarnos a adoptar ciertas posturas derrotistas y conformistas frente a los flujos y determinaciones mercantil-dinerarias, como si no hubiese ya nada que hacer ante su movimiento expansivo, también es cierto que puede, por el contrario, suscitar lo opuesto. Plantear su conversión en algo necesario para la reproducción social puede convertirse en un motivo para pensar cómo combatir esa necesidad misma, con tal de que deje de serlo y, por ende, dejemos de depender de enajenarnos mercantil y dinerariamente para poder reproducir nuestra vida cotidiana en sociedad.

Sugerir el devenir-necesidad del valor, la mercancía y el dinero, puede motivar diversas consideraciones acerca de los modos en que producimos, intercambiamos y consumimos objetos, así como la urgencia de modificarlos. Por ello, el presente trabajo tiene

la esperanza de ocasionar, de alguna manera, la formulación de algunas interrogantes posibles para discusiones eventuales acerca del tipo de relaciones que podemos y deseamos establecer en cada caso con los objetos cotidianos y con la reproducción social de nuestra vida, con tal de insistir en la posibilidad de inventar otras formas relacionales y otros tipos de experiencias de la vida cotidiana un tanto más afortunadas o, siquiera, menos desdichadas e invivibles que las actuales. Creemos, pues, que toda forma de reproducción social *contiene* en sí otras formas de reproducción posibles, en el doble sentido de que les da simultáneamente *contención* y *soporte*.

Afirmar que nuestras formas de reproducción social vigentes pasan por un constante proceso de mercantilización de sí mismas, no implica justificar su actualidad, sino más bien abrir la posibilidad de preguntarnos cómo le hemos llegado a hacer para depender de reproducir la forma de valor con tal de seguir reproduciendo la forma de valor de uso. De ahí nuestro interés en asaltar el problema de la contradicción valor de uso-valor, no desde una suerte de pretensión teleológica interesada en el proceso de perfeccionamiento progresivo del valor, que se emancipa del valor de uso, sino desde una cierta actitud crítica que hace asunto suyo el examen de las condiciones de posibilidad que han permitido al valor, especialmente en su forma dineraria, convertirse en necesidad y en régimen del sentido de la reproducción social. Por ello, nuestra *crítica* de la mercantilización generalizada de la vida social adopta en este caso un doble sentido kantiano y marxiano. Kantiano, porque nos preguntamos por sus condiciones formales de posibilidad y emergencia, para lo cual se nos presenta como necesario trazar algo así como una genealogía del desarrollo de la contradicción valor de uso-valor. Marxiano, porque intentamos desvelar, deconstruir y exponer algunas de las contradicciones inmanentes a la forma-mercancía y a su devenir-dinerario. En consecuencia, se nos aparece como tarea fundamental repasar ciertas formas de reproducción social, a propósito del despliegue de la contradicción valor de uso-valor dentro de su seno, según sean en cada caso las modalidades específicas de sus configuraciones.

La contradicción valor de uso-valor sólo puede tomar lugar allí donde existen socialmente mercancías, que son la forma objetiva de su unión inmediata. Más todavía, *siempre* que existan socialmente mercancías, dondequiera que las haya, tal contradicción tomará *necesariamente* lugar. Por ello, toda forma de reproducción social que presuponga la existencia de objetos mercantiles, albergará y reproducirá en sí, de un modo u otro, el

antagonismo entre la forma de valor de uso y la forma de valor, aunque no de las mismas maneras ni con los mismos grados de intensidad en todas partes, ni en cada momento. Por ejemplo, no es igual el orden de configuración y distribución de lo social allí donde los valores de uso se convierten apenas, de un modo casual y esporádico, en mercancías, que allí donde lo hacen de un modo regular y generalizado, o bien, allí donde las mercancías tienen que ser normalmente convertidas en dinero, que se vuelve su modo de ser predominante y determinante. Asimismo, tampoco actúa de la misma manera el dinero como simple medio de cambio o circulación, que el dinero como principio rector y orientador de nuestras formas de socialidad, esto es, como *socius*.

Valor de uso y valor no son solamente las dos dimensiones o los dos rostros que componen y le dan consistencia, en su unión inmediata, a la forma mercantil, sino que también son dos modos de ser antagónicos, e incluso a veces agónicos, de los objetos cotidianos y de nuestras formas de relacionarnos con ellos dentro del marco de la reproducción social. Mientras que, en cuanto valores de uso, los objetos se nos muestran como productos de trabajos concretos, capaces de satisfacer necesidades específicas, en cuanto valores se nos aparecen solamente como formas abstractas, vaciadas de determinaciones útiles y productivas, y susceptibles por ello de ser volcadas en el mercado en calidad de equivalentes enajenables y adquiribles.

Para analizar, de un modo medianamente afortunado, la contradicción que se da entre la forma de valor de uso y la forma de valor, debemos mapear distintas formas de configuración de su relación. Por ello, la ruta que nosotros hemos decidimos utilizar aquí es paralela a la que sugiere Marx en su crítica de la economía política, y que retoma a su vez de la dialéctica hegeliana. Consiste, a grandes rasgos, en elevarse de lo simple a lo complejo, o bien, en profundizar de lo uno a lo otro. En nuestro caso específico, lo que haremos será recorrer el camino que nos guía desde la reproducción social considerada tan sólo desde el punto de vista del valor de uso, sin contemplar todavía la aparición y el desarrollo de la figura mercantil, hasta sus modificaciones relativas al surgimiento y desarrollo de dicha figura; por consiguiente, también de la forma-valor, en conjunción con su lógica de operación. Finalmente, mostraremos cómo es que el dispositivo dinerario, que asienta las bases efectivas de una adecuada mercantilización generalizada de los valores de uso y de las relaciones

sociales en general, produce nuevas contradicciones que, a su vez, se incrementan e intensifican a la par del poderío y el alcance real del dinero.

Dicho lo anterior, corresponderá al primer capítulo explorar el proceso de reproducción social, tomando en cuenta solamente la dimensión y la lógica del valor de uso, orientada a la satisfacción de necesidades puntuales por medio de diversos procesos de trabajo útil. En este punto, repasaremos lo que significa e implica afirmar que el valor de uso es la forma natural de los productos del trabajo y que, además, tal “forma natural” es siempre una forma social-natural. Por otro lado, examinaremos la relación que se da entre hombre y naturaleza, o bien, entre lo social y lo natural, como parte fundamental e ineludible de la reproducción social. Asimismo, analizaremos el carácter forzosamente social de todo proceso de trabajo útil –por más que puedan realizarse en soledad y en el más completo anonimato–. Estudiaremos también la relación, siempre presente, que se da entre la forma de valor de uso y el momento del consumo, que constituye una parte fundamental e inevitable del proceso de reproducción social. A su vez, exploraremos la dimensión semiótica de los valores de uso que, según Bolívar Echeverría, no son solamente productos materiales del trabajo, sino también procesos de codificación-descodificación de diversas intenciones significativas y de determinados proyectos de sentido objetivados en ellos. Por último, insistiremos en la importancia decisiva y determinante que tiene el momento de la producción en la reproducción social, tomando en cuenta sobre todo la *Introducción general a la crítica de la economía política* de Marx.

En el segundo capítulo, comenzaremos a ver cómo es que tiende a verse modificada la reproducción social no bien emerge en ella la forma mercantil y, por consiguiente, se aparecen y operan ahora el registro y la lógica del valor, así como la contradicción valor de uso-valor. En este punto, exploraremos cómo es que los valores de uso se convierten en mercancías y, en consecuencia, adoptan en sí una nueva forma abstracta y desdoblada de valor. Asimismo, veremos cómo es que el trabajo pasa a ser tomado en cuenta, no ya en su forma concreta que produce valores de uso, sino en su pura abstracción que forma valor. A su vez, revisaremos cómo es que la forma de valor tiende y pugna por emanciparse, sin lograrlo nunca por completo, de la forma de valor de uso, bajo su expresión como valor de cambio. Teorizaremos también cómo es que los valores de uso, sin dejar de serlo, se convierten simultáneamente en no-valores de uso, en la medida en que devienen-mercancías.

Igualmente, repasaremos el des-doblamiento de la forma de valor en su modo de existencia relativo y en su modo de existencia de equivalente, con tal de descubrir en este des-plegue algunas contradicciones generales que operan en toda relación mercantil. Finalmente, investigaremos cómo es que la mercancía tiende a convertirse en el modo de existencia general de los valores de uso, o bien, cómo es que estos últimos tienden a ser cada vez más subsumidos en un proceso de mercantilización generalizada que, a su vez, convierte a la mercancía en una especie de *socius* o principio organizativo mayoritario de las formas de socialización y de socialidad. A fin de cuentas, lo que queremos descubrir en este capítulo es cómo llega la mercancía-*socius* a hacer de la reproducción social un mero mecanismo de su propia reproducción mercantil, esto es, cómo llega a hacer de la reproducción mercantil una condición necesaria para la reproducción social en general. Dicho de otra manera, nos interesa examinar cómo se articulan las relaciones mercantiles hacia el interior de la reproducción social. En este sentido, el planteamiento de nuestro problema se asemeja a lo que Lukács trata de mostrar en *La cosificación y la conciencia del proletariado*, donde expone “en qué medida el tráfico mercantil y sus consecuencias estructurales son capaces de influir en la vida entera de la sociedad”.⁴ En resumen, nuestro problema es descubrir “la medida en la cual el tráfico mercantil es la forma dominante del intercambio o metabolismo de una sociedad”.⁵ Por ello, el hilo conductor de nuestra temática podría sintetizarse en la pregunta acerca del tipo de relaciones sociales que producen, aglutinan y hacen emerger la forma-mercancía y, finalmente, la mercancía-*socius*.

Por último, en el tercer capítulo nos adentraremos ya en el terreno de la universal mercantilización de la vida social-material como posibilidad efectiva, no bien emerge y se desarrolla en ella el dispositivo dinerario, es decir, el dinero como figura mercantil-social. Lo que aquí intentaremos mostrar será cómo es que la mercancía dineraria, que aparece por primera vez como un medio facilitador del movimiento mercantil, tiende a adoptar en sí y para sí una potencia social cada vez mayor, llegando a convertirse también en una especie de *socius*. Por consiguiente, el dinero ya no será visto solamente como la forma excelentemente realizada del valor como valor de cambio, sino que también será examinado en su devenir-lenguaje de codificación, composición y orientación del proceso de reproducción social en

⁴ G. Lukács, “La cosificación y la conciencia del proletariado”, *op. cit.*, p. 90.

⁵ *Ídem*.

su conjunto. En otras palabras, veremos aquí cómo es que el dinero tiende a convertirse en una especie de principio lógico, ético e incluso ontológico del ser social, subsumiendo dentro de sí otro tipo de manifestaciones y registros sociales como parte de su propia axiomática y verificación dineraria.

Para analizar el devenir-*socius* del dinero y, con ello, comprobar nuestras hipótesis, comenzaremos caracterizando apenas la simple e incipiente emergencia social de la mercancía dineraria como un dispositivo de cambio que, a su vez, convierte al intercambio en circulación. Posterior a ello, pasaremos a explicar el desdoblamiento del proceso de intercambio en dos momentos contrapuestos, que son la compra y venta, no bien el dinero hace las veces de mediador de las relaciones comerciales de enajenación-apropiación. Después, procederemos a adentrarnos en algunas de las contradicciones inherentes al desarrollo de la forma dineraria de la mercancía en cuanto tal, tomando por ejemplos los casos del atesoramiento, el crédito y la deuda, que constituyen unas de las posibilidades más internas y contradictorias de la circulación mercantil-dineraria. Luego de esto, atenderemos a la contradicción que se da entre la forma de valor y la forma de precio de las mercancías, no bien éstas se insertan en la realidad sublime del dinero que, por su parte, permite una nueva actualización y reconfiguración prácticamente universal de la mercantilización de los valores de uso, e incluso de cosas que ni siquiera son valores de uso ni valor. Con ello, demostraremos que el dispositivo dinerario inaugura nuevas formas de la vieja contradicción valor de uso-valor, al mismo tiempo que expande y universaliza sus formas previamente existentes. Por último, examinaremos el problema de cómo el dinero, convertido en brújula de la producción social en general, debido a su despliegue orientado por la lógica del valor, pasa a convertirse en principio rector de la lógica del sentido de la reproducción social, logrando así su conversión efectiva en *socius*.

Los tres capítulos de la presente obra están estructurados y ordenados temáticamente, de un modo sucesivo, esbozando así un cierto recorrido teórico que trata de explicar primero algunas facetas o formas más o menos simples del desarrollo de la contradicción general valor de uso-valor, hasta llegar a formas cada vez más complejas y universales de su despliegue, que en momentos anteriores de la investigación no se nos habrán podido siquiera ocurrir. La lógica o el sentido de este ordenamiento temático se deben a que nuestro problema se remite a las formas en que el asentamiento más o menos localizable de las distintas lógicas

de orientación del proceso de reproducción social, se han realizado. En este caso, lo que nos interesa practicar es, por así decirlo, un desgajamiento de la lógica del valor como tendencia estructurante de la reproducción social, a propósito de la conversión de la mercancía y del dinero en *socius*. Por ello, señalaremos determinados desplazamientos y transformaciones en los tipos de racionalidad o lógicas de la reproducción social, así como en los múltiples efectos que se distribuyen dentro del campo de inmanencia de la cotidianidad; lógicas que se repiten, se reanudan, se reproducen, se transmiten, pero también se desvían y se recortan.

Para el final de nuestra exposición, nos enfrentaremos a la apertura de ciertos problemas que no alcanzábamos a plantear de antemano en un inicio, pero que tampoco podrían ser desarrollados a cabalidad con los simples elementos y categorías propuestas en esta sola investigación. Por ello, este trabajo no podría calificarse ni clasificarse como el simple resultado de un proceso de escritura de algo que ya previamente se sabía, ni tampoco como una culminación o clausura definitiva de lo que trata de decir. Pues el método de elaboración y desarrollo del texto consistió en una constante sospecha de las propias preguntas que iban surgiendo sobre la marcha. Esto no quiere decir, empero, que no hubiera un proceso previo de investigación, anterior al proceso de exposición, sino que más bien dicha exposición no fue una mera objetivación escriturada e inmediata de una investigación preliminarmente concluida. El resultado aquí presentado se obtuvo tan sólo gracias a un constante proceso de pérdida y reencuentro de nuestras propias problemáticas. Por ello, declaramos y admitimos que el contenido que aquí se encontrará se trata, realmente, de un problema todavía abierto, frente al cual nosotros únicamente procuramos aportar algunas claves interpretativas desde las cuales podemos arrojarnos a su apertura. Consiguientemente, todas las posibles conclusiones extraídas o extraíbles de nuestro estudio delatan su propio carácter inconcluso, aunque no por ello poco riguroso.

Dicho lo anterior, podemos expresar sin temor que, si en algo contribuye esta investigación a explorar, desarrollar y expandir el problema indicado y sugerido, así como la filosofía que hace de la crítica de la economía política un asunto suyo, es tan sólo en la medida en que propone ciertos códigos interpretativos que, sin partir de lugares inéditos, se pasean por sitios frecuentemente obviados, dados por sentados o que no se consideran con la suficiente relevancia y profundidad que en realidad tienen, o deberían tener, para el

pensamiento crítico. De aquí nuestra insistencia en volver a leer a Marx, pero desde otros lugares y con ciertas diferencias, incluso frente a ciertos marxismos.

Las problemáticas que aquí nos convocan son al mismo tiempo bastante conocidas y bastante desconocidas, pues aunque se postulen tantas veces como transparentes para la crítica de la economía política, constantemente vuelven siempre a tornarse más opacas y más oscuras. De aquí la necesidad de adquirir, como diría Hegel, “una familiaridad con ellas enteramente distinta”.⁶ Por consiguiente, si bien dedicar un trabajo de investigación a problematizar el proceso de subsunción real de la reproducción social en la reproducción mercantil-dineraria se ha convertido, de alguna manera, en un lugar común, creemos que aun en los lugares vastamente poblados pueden introducirse ciertos trazos que, en su repetición, sean capaces de inyectar algunas diferencias a las teorías ya tantas veces repasadas. Así, pues, la diferencia que nosotros tratamos de esbozar dentro de la crítica de la economía política no radica tanto en nuestro tema general como en el tipo de preguntas que queremos formular, en el tipo de efectos que con ellas queremos producir y, por último, en el tipo de lectura específica de la que nos servimos para volver a pensar a Marx, o mejor, para volver a pensar *junto* con Marx, pero al mismo tiempo *fuera* de él, aunque sin perder por ello el rigor que nos hereda su discurso crítico. A fin de cuentas, nuestra lectura de su obra tratará de no ser demasiado traicionera con el pensamiento marxiano, aun cuando busque ser prófuga de múltiples marxismos. Por ello, nos seguimos viendo siempre exigidos de someter a examen las arriesgadas invitaciones, invocaciones y, quizás, innovaciones que hagamos de la filosofía de Marx, con la flaca esperanza de que el resultado no sea un mero ejercicio de extracción de consecuencias de lo ya dicho por él, pero tampoco una simple y equivocada atribución de ideas sobre problemas que no pasaron realmente por ser suyos. En resumen, este no será un trabajo marxista, sino un trabajo *con* Marx, es decir, un trabajo articulado y relacionado con sus enunciados.

⁶ Georg Wilhelm Friedrich Hegel, *Enciclopedia de las ciencias filosóficas*, Alianza Editorial, Madrid, 2005, §19, p. 126.

CAPÍTULO I

EL PROCESO DE REPRODUCCIÓN SOCIAL CONSIDERADO DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL VALOR DE USO: PRODUCCIÓN Y CONSUMO

Todo proceso de reproducción social, es decir, toda forma en que reproducimos socialmente nuestra vida y nuestra existencia, o bien, todo modo de reproducir la vida y la existencia social, independientemente de las relaciones específicas bajo las cuales o mediante las cuales funcione, tiene que producir necesariamente valores de uso. El valor de uso, entonces, existe e insiste siempre –aunque sea de maneras dañadas, latentes, implícitas y minoritarias– en toda formación social posible. Esto equivale a decir que la dimensión útil del trabajo y de sus productos es siempre, según Marx, “independientemente de todas las formaciones sociales, condición de la existencia humana, necesidad natural y eterna de mediar el metabolismo que se da entre el hombre y la naturaleza, y, por consiguiente, de mediar la vida humana”.⁷ Consecuentemente, los modos en que producimos socialmente valores de uso son al mismo tiempo premisa e índice de los modos en que reproducimos socialmente nuestra existencia y nuestras relaciones de vida, aunque las formas de utilidad de los objetos no nos digan por sí solas nada acerca de las relaciones que configuran la reproducción social, ni tampoco acerca del tipo de lógicas que la orientan y la regulan. Las maneras en que producimos socialmente objetos son, por tanto, también maneras de producirnos y reproducirnos a nosotros mismos como sujetos sociales; o bien, los modos mediante los cuales damos forma al mundo material son también modos de dar forma a la reproducción social y, a la inversa, las formas en que reproducimos la vida social modifican, incluso imperceptiblemente, las formas de presencia y uso de los objetos cotidianos.

En el tipo de formaciones sociales en las que podemos reconocer nuestra propia actualidad, las maneras mediante las cuales producimos y reproducimos el mundo material y social están atravesadas, e incluso orientadas, por la lógica abstracta del valor, que se rige por la tendencia al intercambio, la enajenación y la apropiación de objetos. En este sentido, las relaciones mercantiles han llegado a convertirse en premisa y, más todavía, en condición necesaria para la reproducción de otro tipo de relaciones sociales, que deben ahora pasar por su propia mercantilización con tal de seguir operando. Dicho de otro modo, la mercantilización de las formas más cotidianas y ordinarias del proceso de reproducción social, o su subsunción en las relaciones mercantiles, se han convertido en presupuestos

⁷ Karl Marx, *El capital. Crítica de la economía política. Libro primero. El proceso de producción del capital*, Vol. 1, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1981, p. 53.

suyos, al mismo tiempo que vuelven a surgir nuevamente de él como resultados y efectos de sus flujos, sus códigos y su movimiento.

Para poder hablar de los procesos de mercantilización formal y real de los objetos cotidianos y de las relaciones sociales en general, debemos previamente entender cómo se compone la figura mercantil y a qué tipos de relaciones y lógicas responde en sus distintas formas. Tomando esto en cuenta, creemos acertado, para realizar nuestro examen general de la reproducción social mercantil, comenzar nuestro análisis partiendo desde lo más simple y elemental, para ir desarrollando el problema hasta sus determinaciones más complejas, desarrolladas y concretas,⁸ tal como hace Marx en *El capital*. Es por ello que decidimos tomar por punto de arranque el análisis de la contradicción valor de uso-valor,⁹ en tanto que ambos términos constituyen, según el filósofo alemán, las dos dimensiones o los dos rostros antitéticos de la figura mercantil en cuanto tal.¹⁰

No es en absoluto gratuito que Marx haya decidido comenzar la exposición de *El capital* con el capítulo de “La mercancía”, el cual, a su vez, es inaugurado con un apartado titulado “Los dos factores de la mercancía: valor de uso y valor (sustancia del valor, magnitud del valor)”. La apertura de la que para el propio autor constituirá su obra magna, consiste en situar la contradicción valor de uso-valor como punto de partida de todo análisis de las sociedades burguesas, en tanto que en ella está contenido, según él, el germen, la crisálida o el código genético de sus determinaciones más generales, tanto en sus formas más simples y

⁸ Retomamos el uso que hace Marx del concepto de lo *concreto*, como “síntesis de múltiples determinaciones”. K. Marx, *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse)*. 1857-1858, Vol. 1, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 2016, p. 12. A su vez, reconocemos la herencia directamente hegeliana de este uso, en tanto que para Hegel “el concepto en cuanto concreto, e incluso toda determinidad en general, es en sí misma esencialmente una unidad de distintas determinaciones”. G. W. F. Hegel, *Enciclopedia de las ciencias filosóficas*, op. cit., §33, p. 137. Finalmente, habría que mencionar que tanto Hegel como Marx retoman a Spinoza para hablar de las determinaciones de un modo negativo (*determinatio est negatio*). Se podría decir, de algún modo, que aquí las determinaciones operan como pliegues o cortes parciales de lo más abstracto o indeterminado. Sin embargo, estas negaciones no serían represivas, sino directamente productivas, pues producen determinaciones.

⁹ Categorías que, ciertamente, Marx no inventa, sino que retoma de otros economistas previos, como Jean-Charles-Léonard Simonde de Sismondi, Lord Lauderdale –quien, no obstante, se refería al valor de cambio más bien como “valor venal”– y Pierre-Joseph Proudhon –quien habla explícitamente de la relación contradictoria entre ambos términos–. Cf. Marx, *Miseria de la filosofía*, Ediciones de Cultura Popular, México, 1977. No obstante, cabe aclarar que en sus escritos de la década de 1840, Marx no distinguía todavía entre valor de cambio y precio, por lo cual creía aún que el primero se determinaba por la relación oferta-demanda. Esta confusión, empero, será corregida y resuelta en textos posteriores, especialmente en *El capital*.

¹⁰ Cabe aclarar que no creemos que las formas en que se ha desarrollado histórica y socialmente la figura mercantil respondan a un despliegue necesario o meramente sucesivo de su contradicción interna, como si ésta estuviera de antemano predispuesta a desplegarse de unos modos y no de otros.

elementales como en sus configuraciones más complejas y desarrolladas. De aquí que podamos analizar, en la generalidad de la forma mercantil, según Georg Lukács, “el prototipo de todas las formas de objetividad y de todas las correspondientes formas de subjetividad que se dan en la sociedad burguesa”,¹¹ pues la mercancía no sólo incumbe al desarrollo objetivo de la producción de cosas, sino también a nuestras formas de devenir sujetos, de orientarnos y de comportarnos en el mundo de la cotidianidad. En otras palabras, el desarrollo de la mercancía transforma, según Lukács, “la vida *entera* de la sociedad, igual la externa que la interna”.¹² La contradicción valor de uso-valor no es, pues, sólo un conflicto interno entre las dos caras de la mercancía o entre dos categorías meramente económicas, sino que en su antagonismo práctico se juega toda una gama de problemáticas mucho más complejas, que tienen que ver con las formas en que el proceso de reproducción social existe y, a su vez, nos exige existir. Por consiguiente, la relación contradictoria entre la forma de valor de uso y la forma de valor de la mercancía despierta un perpetuo conflicto entre dos modos de ser o dos lógicas de existencia antagónicas. Comencemos, entonces, por exponer la consistencia y la dinámica formal-general del valor de uso como modo de ser de los objetos y de la propia reproducción social.

1.1 El valor de uso como la “forma natural” de los productos del trabajo concreto

El registro más simple y general de nuestras relaciones prácticas con los objetos cotidianos es el que corresponde a su “forma natural” como valores de uso, en la que aquéllos constituyen, según escribe Marx en *El capital*, “el *contenido material de la riqueza*, sea cual fuere la forma social de ésta”.¹³ Esto quiere decir, por un lado, que los valores de uso se presentan en todas las formaciones sociales posibles –a diferencia del valor, que aparece únicamente allí donde hay mercancías socialmente operantes– y, por otro, que la forma natural de la riqueza no es su forma abstracta de valor –con lo cual queda también en evidencia que la riqueza no consiste de antemano en el intercambio ni en la acumulación, posibilitada precisamente por el valor–, sino su forma concreta según aparece en el uso.

¹¹ Lukács, “La cosificación y la conciencia del proletariado”, *op. cit.*, p. 89.

¹² *Ibid.*, p. 90.

¹³ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 44.

Cuando Marx habla del valor de uso como la “forma natural” de la riqueza y de las mercancías, no está suponiendo con ello la existencia de ciertas figuras mercantiles “naturales” que se opondrían a otras figuras mercantiles “artificiales”, ni tampoco la existencia de ciertas formas mercantiles inmediatamente armoniosas con la reproducción social, opuestas a otras formas directamente hostiles y conflictivas. No se trata aquí de oposiciones, ni siquiera dialécticas, entre lo natural y lo artificial, ni entre lo utópico o paradisiaco y lo distópico o infernal. Más bien, la naturalidad de la forma del valor de uso se refiere al carácter concreto de los objetos, determinado por su capacidad de satisfacer necesidades específicas de maneras útiles, o bien, de relacionarse de maneras particulares con necesidades igualmente precisas. En este sentido, que el valor de uso sea la forma natural de la riqueza no quiere decir que sea su rostro, por así decirlo, amigable—de hecho, los valores de uso pueden llegar a adoptar formas verdaderamente desdichadas y desafortunadas, dependiendo del tipo de relaciones que establezcamos con ellos en cada caso—, sino tan sólo que constituye la forma concreta de la riqueza como contenido. Acerca de este punto, podemos servirnos del siguiente pasaje que escribe Bolívar Echeverría, en *La “forma natural” de la reproducción social*:

[...] el concepto de “forma natural” del discurso de Marx en *El Capital* no hace referencia a un modo paradisiaco de existencia del ser humano, del que éste hubiese sido expulsado por su caída en el pecado original de la vida mercantil y capitalista. La forma social natural de la existencia humana que el comunista Marx quiere liberar de su sujeción a la “tiranía del capital” es por sí misma conflictiva, desgarrada; tanto la felicidad como la desdicha son posibles en ella.¹⁴

Que el valor de uso se corresponda con la forma natural de los objetos que componen la riqueza material, no quiere decir que su utilidad provenga directamente de la naturaleza, sino que hablamos de por sí de una forma *social-natural*. No olvidemos que, para Marx, todo valor de uso es “un material de la naturaleza adaptado a las necesidades humanas mediante un cambio de forma”.¹⁵ Esto supone, por un lado, que nuestra existencia es necesitada y, por

¹⁴ B. Echeverría, “La ‘forma natural’ de la reproducción social”, en *Cuadernos Políticos*, número 41, México, Era, julio-diciembre de 1984, p. 46.

¹⁵ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 219.

otro, que nuestras necesidades –sin importar si provienen del estómago o de la fantasía¹⁶– no se satisfacen de un modo inmediato en la naturaleza –puesto que el mundo objetivo no existe de un modo adecuado o ajustado a nuestras necesidades–, sino de un modo mediado por el trabajo.

A la materia, aparentemente caótica, que encontramos en el mundo, tenemos que darle una forma útilmente ordenada que nos permita reproducir más o menos adecuadamente nuestra vida. Esta trans-formación, que modula los medios, las fuerzas orgánicas y los materiales objetivos de la naturaleza, con vistas a satisfacer nuestras necesidades subjetivas, no puede darse sino a través del trabajo. Por ello, valor de uso y trabajo son categorías inseparables, en tanto que la utilidad de los objetos está irremediabilmente intervenida y mediada por el trabajo que se realiza, según Marx, como “una actividad productiva especial, orientada a un fin, la cual asimila a necesidades particulares del hombre materiales naturales particulares”.¹⁷ De este modo, el trabajo es la existencia inmediatamente productiva de la actividad humana, que desarrolla las fuerzas y capacidades de trabajo al mismo tiempo que las gasta y las consume; por ende, es para los sujetos o agentes trabajadores, simultáneamente, desarrollo, actualización, gasto y consumo de sí mismos.

No sólo nuestras necesidades subjetivas requieren la existencia de objetos externos que nos permitan satisfacerlas, sino que también la existencia de tales objetos pone en evidencia la necesidad que tenemos de exteriorizar nuestras fuerzas y capacidades de trabajo de formas útiles. No sólo producimos por necesidad, sino que también necesitamos producir. De aquí que el registro de las necesidades no represente para nosotros un simple principio de carencia o falta, sino más bien un principio de producción, pues la producción es necesaria y las necesidades son, a su vez, productivas. Por ello, los valores de uso no sólo son objetos necesarios, sino además productos de la necesidad. Tal como sugiere Adolfo Sánchez Vázquez:

La necesidad requiere de un objeto para su realización y esta realización sólo puede satisfacerse poniendo en acción ciertas fuerzas (dotes, capacidades o impulsos). Los objetos son indispensables para las necesidades y lo son igualmente para que las

¹⁶ “La naturaleza de esas necesidades, el que se originen, por ejemplo, en el estómago o en la fantasía, en nada modifica el problema”. Karl Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 43.

¹⁷ *Ibid.*, pp. 52-53.

fuerzas naturales pasen de su estado potencial a su estado activo, es decir, para que se ejerciten.¹⁸

Los valores de uso no son, entonces, simples materiales naturalmente formados, sino productos laboriosamente con-formados –con lo cual se demuestra, además, su carácter esencialmente *práctico*¹⁹–. Esto quiere decir que ningún material nace en sí como valor de uso, sino que llega a serlo tan sólo para sí, para alguien, mediante ciertos procesos de trabajo que le dan una forma útil –real o potencialmente– que no tenía de antemano. Por consiguiente, es el trabajo el que vuelve a las cosas susceptibles de utilidad, la cual no está previamente presupuesta en la mera composición natural de los objetos. Así, las maneras específicas en que se realiza el trabajo útil contribuyen a configurar la concreción de los valores de uso que elaboran. De esta suerte, las cualidades específicas de los distintos valores de uso suponen diversos tipos de trabajo útil efectuados en ellos, que a su vez se realizan de maneras precisas dependiendo de las formas de articulación y organización interna de cada proceso productivo, así como de los modos en que se relacionan en cada caso sus componentes subjetivos y objetivos. Tal como sostiene Marx, “No es sólo el trabajo el que se define cualitativamente por el objeto, sino que el objeto, a su vez, se determina por la calidad específica del trabajo”.²⁰ En consecuencia, los sujetos productores resultan responsables de que, en palabras de nuestro autor, “los productos de la naturaleza resulten apropiados a las necesidades humanas (los elaboran, los conforman)”.²¹ Sólo a través del trabajo la materia mundana puede devenir útil y puede lo útil, a su vez, devenir objetivamente real.

Tal como es el escultor el que hace al mármol devenir estatua, son igualmente los productores los que convierten su materia de trabajo en valores de uso específicos, haciéndolos absorber las formas útiles que ellos, a su vez, les proponen.²² La materia de trabajo es útilmente transformada por la actividad laboriosa que se ejerce sobre ella y

¹⁸ Adolfo Sánchez Vázquez, *El joven Marx: los Manuscritos de 1844*, Itaca-Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2018, p. 221.

¹⁹ De aquí que el uso que hace Marx de la categoría de trabajo pueda ser perfectamente articulado con su propio concepto de *praxis*, como bien han observado diversos autores. Entre ellos, Antonio Gramsci, Georg Lukács, Karel Kosík, Adolfo Sánchez Vázquez, Bolívar Echeverría, etcétera.

²⁰ Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 38.

²¹ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 9.

²² Cf. Echeverría, “El ‘valor de uso’: ontología y semiótica”, en *Valor de uso y utopía*, Siglo XXI, México, 2010.

posibilita y consiente su devenir-útil.²³ En este sentido, se podría decir que los valores de uso son productos *para nosotros*, en la misma medida en que nuestro trabajo es *para ellos* capacidad subjetiva de producción. En palabras de Marx, “mi objeto [...] sólo es para mí en la medida en que mi fuerza es para él como capacidad subjetiva”.²⁴

El trabajo no sólo transforma objetivamente los materiales sobre los cuales se ejerce para darles una forma útil, ni simplemente realiza en sí y para sí, como objeto, aquello que antes sólo existía como concepto en los trabajadores –esto es, como valor de uso virtual, ideal o figurado–, sino que también modifica, incluso de maneras imperceptibles, a los agentes o sujetos de trabajo mismos, que ponen laboriosamente su propia existencia como objeto para sí en sus productos. Las maneras en que esto sucede dependen, por supuesto, de la forma y la parte que tomen los productores en su actividad, en sus productos, en la división del trabajo –que supone toda una distribución de los medios de producción y de los propios agentes o sujetos productores en distintas ramas productivas– y en el complejo marco de las relaciones sociales en general. Resulta entonces claro que, en todo proceso de trabajo, se ponen en juego ciertas formas de subjetivación, en cuyo seno se realiza la producción. Por ello, las maneras mediante las cuales, y a propósito de las cuales, producimos el mundo de los objetos son también, necesariamente, modos de producirnos a nosotros mismos como sujetos que se relacionan con ellos. De esta manera, aun nuestros modos de ser quedan comprometidos en cada proceso de trabajo, ya que, según Sánchez Vázquez, “el trabajo no sólo forma las cosas sino que forma y forja al hombre mismo”.²⁵

Cuando un sujeto laborioso tala un árbol, por ejemplo, para hacer leña, no sólo el tronco vivo del árbol se convierte objetivamente en combustible, sino que también la persona se convierte subjetivamente en leñadora, con todas las determinaciones y modificaciones que

²³ Sin embargo, esto no quiere decir que la naturaleza simplemente “se deje” trabajar por nosotros, sino que opone siempre ciertas resistencias y trabas a nuestra actividad y a los conceptos productivos que queremos realizar o actualizar en ella y mediante ella. La naturaleza también tiene sus múltiples hábitos, y no sólo los nuestros. Sin embargo, dichas trabas y resistencias pueden ser más o menos burladas, dependiendo igualmente del grado de desarrollo de nuestras fuerzas o potencias productivas, incluyendo el nivel de destreza de los productores, así como de su capacidad de adaptar sus modos y sus medios de trabajo a la materia que se les contrapone, con tal de hacer de ella un producto real y no solamente ideal; lo cual puede implicar incluso la pérdida, o cuando menos diversas modificaciones, en las ideas de los productos y de las actividades que los trabajadores tenían previamente, en tanto que las descubren como objetiva o subjetivamente irrealizables bajo sus condiciones actuales de producción.

²⁴ Marx, *Manuscritos: economía y filosofía*, traducción de Francisco Rubio Llorente, Alianza, Madrid, 1980, pp. 149-150.

²⁵ A. Sánchez Vázquez, *El joven Marx*, op. cit., p. 199.

ello implica. El sujeto que transita, en este caso, un devenir-leñador, adquiere y desarrolla mediante su actividad nuevas cualidades, fuerzas, capacidades, saberes y representaciones; en resumen, nuevos modos de relacionarse con el mundo exterior sensible e, incluso, nuevas necesidades. Como vemos, no sólo la objetividad importa en la determinación del valor de uso, sino que también subjetividad y valor de uso son categorías en constante relación.

En tanto que los valores de uso son el producto objetivo de la actividad laboriosa de algún agente o sujeto que, por su parte, se ha convertido subjetivamente en trabajador –al poner sus fuerzas y capacidades de trabajo a disposición de sus necesidades, con tal de satisfacerlas–, se podría decir que los trabajadores realizan objetivamente, en sus productos, sus intenciones útiles y transformativas. Las objetivan en ellos. En palabras de Marx, “El obrero no sólo *efectúa* un cambio de forma de lo natural; en lo natural, al mismo tiempo, *efectiviza su propio objetivo*”.²⁶ De esta manera, podríamos pensar al trabajo como un acto de objetivación de la subjetividad y, a su vez, a los valores de uso como el resultado o el producto objetivo de dicha actividad o procedimiento productivo, esto es, como la forma externamente objetivada del trabajo contenido y representado en ellos. Por este motivo, el joven Marx de los *Manuscritos* de 1844 piensa al producto del trabajo como “objeto *humano* u hombre objetivo”.²⁷ Asimismo, en un texto posterior o “de madurez”, tal como son los *Grundrisse*, el autor sigue afirmando que “Toda producción es una objetivación del individuo”.²⁸ O bien:

Cada una de las formas de la riqueza natural [...] supone una relación esencial del individuo con el objeto, al punto que el individuo, por uno de sus aspectos, aparece él mismo objetivado en la cosa, y al mismo tiempo su posesión de la cosa aparece como un determinado desarrollo de su individualidad.²⁹

Es claro que todo proceso de trabajo útil se realiza como proceso. Sin embargo, es igualmente cierto que la actualización de tales procesos en el mundo exterior sensible requiere de su propia cristalización o cosificación bajo la forma de producto, que representa la figura efectiva en la cual la actividad se ha objetivado y el objeto se ha elaborado. En otras palabras,

²⁶ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 216.

²⁷ Marx, *Manuscritos*, *op. cit.*, p. 149.

²⁸ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 160.

²⁹ *Ibid.*, p. 156.

en la forma de objetividad del producto, la actividad productiva se vuelve externa y distinguible respecto de sí misma y de su agente productor, en calidad de resultado suyo. Tal como describe Alfred Schmidt, “Una vez producido, el mundo de los valores de uso compuestos de trabajo más sustancia natural –naturaleza humanizada– se enfrenta con los hombres como algo objetivo, como una existencia independiente de ellos”.³⁰

Los valores de uso representan, entonces, la existencia pretérita y cosificada de ciertos trabajos que se han objetivado en su producción, ya que el trabajo vivo, obrando o aconteciendo en acto, tiene que darse a sí mismo una existencia corporal-útil exterior. Tal como describe Marx, “Durante el proceso laboral el trabajo pasa constantemente de la forma de la agitada actividad a la del ser, de la forma de movimiento a la de objetividad”.³¹ O bien, “Lo que en el trabajador aparecía bajo la forma de movimiento, aparece ahora en el producto como atributo en reposo, bajo la forma del ser”.³² Además, tales formas de objetivación tienen que adoptar figuras específicamente útiles, es decir, modos de existencia que permitan satisfacer necesidades específicas.

1.2 El proceso de trabajo útil como relación metabólica hombre-naturaleza

Para que se produzca cualquier valor de uso, se requiere, por un lado, del factor subjetivo o fuerza de trabajo –que, desde el punto de vista del resultado, antecede a la forma objetiva del producto– y, por otro lado, de los elementos objetivos o medios de producción –que, desde el punto de vista del proceso, anteceden a la fuerza que los pone en movimiento–. Tal como explica Marx: “Ninguna producción es posible sin un instrumento de producción, aunque este instrumento sea sólo la mano”.³³

El primer medio de producción, y también el más general de todos, es la naturaleza, entendida como ese “*mundo exterior sensible*”.³⁴ Por consiguiente, todo proceso de trabajo útil presupone necesariamente, como *conditio sine qua non*, una cierta relación con la naturaleza, que es además el soporte material de toda posible relación. Si la naturaleza es,

³⁰ Alfred Schmidt, *El concepto de naturaleza en Marx*, traducción de Julia M. T. Ferrari de Prieto y Eduardo Prieto, Siglo XXI, Madrid, 1976, p. 74

³¹ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 229.

³² *Ibid.*, p. 219.

³³ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 5.

³⁴ Marx, *Manuscritos*, *op. cit.*, p. 107.

por un lado, medio directo de nuestra vida física, es por otro lado el sustentáculo objetivo universal de todo posible acto de trabajo, ya que soporta y sirve como medio de vida a nuestra actividad productiva en general. En otras palabras, la naturaleza es al mismo tiempo medio de subsistencia y medio de producción; medio de vida de los trabajadores y medio de vida de su trabajo; medio de vida de los sujetos como seres físicos y como agentes productivos. De aquí se deriva, según Marx, nuestra doble relación de dependencia con la naturaleza, “tanto por ser (1) un medio de subsistencia inmediato, como por ser (2) la materia, el objeto y el instrumento de [nuestra] actividad vital”.³⁵

La idea de que todo proceso de trabajo es siempre, necesariamente, un tipo de relación con la naturaleza, es formulada por Marx desde sus tempranos *Manuscritos* de 1844, permaneciendo presente en su pensamiento y en el resto de su obra posterior, incluida *El capital*—como podemos apreciar especialmente en el capítulo V, titulado “Proceso de trabajo y proceso de valorización”—. No obstante, en los *Manuscritos* esta idea está todavía impregnada de una fuerte herencia feuerbachiana, que hace a Marx adoptar una postura explícitamente humanista frente al tema, dentro de la cual llega a hablar del trabajo como elemento fundamental y constitutivo de la esencia del ser genérico humano. Asimismo, la perspectiva humanista y romántica de nuestro joven autor lo conducen a identificar al hombre³⁶ y a la naturaleza dentro del marco del comunismo, al que define aquí como la realización del humanismo en tanto que naturalismo, y viceversa. En sus palabras:

Este comunismo es, como completo naturalismo=humanismo, como completo humanismo=naturalismo; es la verdadera solución del conflicto entre el hombre y la naturaleza, entre el hombre y el hombre, la solución definitiva del litigio entre existencia y esencia, entre objetivación y autoafirmación, entre libertad y necesidad, entre individuo y género. Es el enigma resuelto de la historia y sabe que es la solución.³⁷

En *El capital*, la especificidad de la relación hombre-naturaleza toma otra dirección que la que había recibido en los *Manuscritos*. Ya no se trata ahí de una simple humanización de la

³⁵ *Ibid.*, p. 111. El corchete es mío.

³⁶ Somos conscientes de la carga semiótica patriarcal que puede implicar el referirse a lo humano en masculino, pero utilizamos igualmente este término porque es el que utiliza Marx en alemán: *Mensch*. No corresponde a este trabajo realizar una crítica de tales usos del lenguaje.

³⁷ *Ibid.*, p. 143.

naturaleza, ni de una recíproca naturalización de lo humano dentro del marco del comunismo. Ahora, en vez de identificar ambos términos, Marx los distingue como categorías desiguales, pero irremediablemente articuladas en una tercera, que es la de *trabajo útil*. Por consiguiente, vemos en *El capital* cómo el trabajo útil opera como una forma de “agenciamiento”³⁸ específico entre la reproducción social y la reproducción natural, orientada a la producción de valores de uso que permiten reproducir la vida social-natural. En palabras del autor:

El trabajo es, en primer lugar, un proceso entre el hombre y la naturaleza, un proceso en que el hombre media, regula y controla su metabolismo con la naturaleza. El hombre se enfrenta a la materia natural misma como un poder natural. Pone en movimiento las fuerzas naturales que pertenecen a su corporeidad, brazos y piernas, cabeza y manos, a fin de apoderarse de los materiales de la naturaleza bajo una forma útil para su propia vida. Al operar por medio de ese movimiento sobre la naturaleza exterior a él y transformarla, transforma a la vez su propia naturaleza. Desarrolla las potencias que dormitaban en ella y sujeta a su señorío el juego de fuerzas de la misma.³⁹

En tanto que la reproducción social necesita orgánicamente de lo natural, también la reproducción natural tiende a ser orgánicamente socializada, o bien, socialmente organizada. Por este motivo, el joven Marx de los *Manuscritos* considera a la naturaleza como “el *cuerpo inorgánico del hombre*”.⁴⁰ Por su parte, en *El capital* plantea que los trabajadores llegan a incorporar a la naturaleza como un órgano suyo, o bien, que “lo natural mismo se convierte en *órgano* de su actividad, en órgano que el obrero añade a sus propios órganos corporales”.⁴¹ En consecuencia, el hecho de que toda producción real presuponga la necesidad de la existencia de la naturaleza, implica que el trabajo no se debe exclusivamente al hombre, sino igualmente a la materia y a las fuerzas naturales de las cuales se sirven los trabajadores. Por consiguiente, también los productos del trabajo, o los valores de uso, han de ser, según Alfred

³⁸ Utilizamos el concepto en su acepción deleuze-guattariana, que tiene que ver con ciertas formas de articulación de multiplicidades cambiantes, es decir, en constante devenir. Sirva el siguiente pasaje para aclarar su uso: “Un agenciamiento es precisamente ese aumento de dimensiones en una multiplicidad que cambia necesariamente de naturaleza a medida que aumenta sus conexiones”. Gilles Deleuze y Félix Guattari, *Mil mesetas*, traducción de José Vázquez Pérez, Pre-Textos, Barcelona, 1994, p. 14. Asimismo, “Un agenciamiento pone en conexión ciertas multiplicidades”. *Ibid.*, p. 27. Finalmente, “No hay más que multiplicidades de multiplicidades que forman un mismo *agenciamiento*, que se manifiestan en el mismo *agenciamiento*”. *Ibid.*, p. 40.

³⁹ Marx, *El capital*, *op. cit.*, pp. 215-216.

⁴⁰ Marx, *Manuscritos*, *op. cit.*, p. 111.

⁴¹ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 217.

Schmidt, “combinaciones de dos elementos: la sustancia natural y el trabajo que le da forma”.⁴² Esta idea, sobre la cual Marx insiste severamente en sus *Glosas Marginales al Programa del Partido Obrero Alemán* –también conocidas como *Crítica del Programa de Gotha*–, queda explicada genialmente en *El capital*, donde sostiene que: “El trabajo, por tanto, *no es la fuente única de los valores de uso que produce, de la riqueza material*. El trabajo es el padre de ésta, como dice William Petty, y la tierra, su madre”.⁴³

En resumen, podemos afirmar que toda forma de reproducción social y, por tanto, todo proceso de trabajo útil, dependen necesariamente de agenciarse productivamente con la naturaleza –sea cual sea el contenido específico de su relación, así como de la lógica que la orienta y la regula–. En otras palabras, la naturaleza está necesariamente presupuesta, como condición necesaria, en toda forma de producción y reproducción social. El hecho mismo de que vivamos de la naturaleza, en ella y con ella, demuestra el doble carácter de nuestra relación de dependencia físico-biológica y además social con ella. Tal como sostiene Alfred Schmidt, “La vida biológica de la especie sólo resulta posible a raíz del proceso vital social”.⁴⁴ O bien, en palabras de Sánchez Vázquez, “el hombre, cualquiera que sea la especificidad de su relación —de conflicto o de unidad—, siempre se encuentra en relación con la naturaleza”.⁴⁵ Vemos, entonces, el carácter propiamente orgánico o metabólico que Marx descubre en la relación hombre-naturaleza, o sociedad-naturaleza, mediante la cual ambas partes se transforman en sus múltiples conexiones e intercambios recíprocos. A fin de cuentas, lo social es inseparable de lo natural, y viceversa. A decir de Gilles Deleuze y Félix Guattari, “no existe ni hombre ni naturaleza, únicamente el proceso que los produce a uno dentro del otro”.⁴⁶ De igual manera, Lukács está en lo cierto al afirmar que:

La naturaleza es una categoría social, esto es: siempre está socialmente condicionado lo que en un determinado estadio del desarrollo social vale como naturaleza, así como la relación de esa naturaleza con el hombre y la forma en la cual éste se enfrenta a ella, o, en resolución, la significación de la naturaleza en cuanto a su forma y su contenido, su alcance y su objetividad.⁴⁷

⁴² A. Schmidt, *El concepto de naturaleza en Marx, op. cit.*, p. 82.

⁴³ Marx, *El capital, op. cit.*, p. 53.

⁴⁴ Schmidt, *El concepto de naturaleza en Marx, op. cit.*, p. 88.

⁴⁵ Sánchez Vázquez, *El joven Marx, op. cit.*, p. 150.

⁴⁶ G. Deleuze y F. Guattari, *El Anti Edipo. Capitalismo y esquizofrenia*, traducción de Francisco Monge, Paidós, Barcelona, 1985, p. 12.

⁴⁷ Lukács, “La cosificación y la conciencia del proletariado”, *op. cit.*, p. 101.

1.3 El carácter social del proceso de trabajo útil

Dado que el trabajo útil ha sido y es siempre una determinación necesaria e ineludible de la reproducción social, en cualquier periodo histórico y para cualquier configuración social posible, podemos analizar abstractamente los elementos generales que, según Marx, “corresponden en mayor o menor medida a todas las formas de sociedad”.⁴⁸ En otras palabras, los caracteres fundamentales de cualquier proceso de trabajo útil son lógicamente analizables en su generalidad formal –independientemente de su composición, sus dinámicas, su lógica y sus relaciones históricamente precisas–, como si se tratasen de una suerte de “iluminación general en la que se bañan todos los colores”.⁴⁹ De aquí que, para el autor de *El capital*, la producción de valores de uso no modifica en nada su naturaleza general ni, en un principio, las modalidades específicas de su puesta en escena, por ejemplo, “por el hecho de efectuarse *para* el capitalista y bajo su fiscalización”.⁵⁰ Dicho de otro modo:

La naturaleza *general* del proceso laboral no se modifica, naturalmente, por el hecho de que el obrero lo ejecute para el capitalista, en vez de hacerlo para sí. Pero en un principio tampoco se modifica, por el mero hecho de que se interponga el capitalista, la *manera* determinada en que se hacen botas o se hila.⁵¹

Lo anterior no quiere decir que exista, en todo trabajo concreto, *algo* que, subyacente o trascendentemente, se realice siempre del mismo modo, ni tampoco que exista una especie de producción general, unitaria y abstracta, de la cual se deriven o emanen todas las demás producciones concretas parciales. Toda producción es siempre singular, por lo cual las peculiaridades productivas no son indiferentes al acaecer histórico y, a la inversa, el cambio de las fases históricas no es, según Alfred Schmidt, “de ninguna manera indiferente respecto de la peculiaridad de los momentos del proceso laboral”.⁵² De aquí que, para Marx, “El trabajo no es una ‘cosa vaga’, es siempre un trabajo determinado”.⁵³ Sin embargo, según

⁴⁸ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 29.

⁴⁹ *Ibid.*, p. 28.

⁵⁰ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 215.

⁵¹ *Ibid.*, p. 224

⁵² Schmidt, *El concepto de naturaleza en Marx*, *op. cit.*, p. 91.

⁵³ Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 38.

reconoce igualmente en sus *Grundrisse*, “la producción tampoco es sólo particular”.⁵⁴ Por ello, resulta posible localizar ciertos rasgos o determinaciones formales comunes a todo proceso de trabajo útil, cualesquiera que sean sus molecularidades o sus modalidades singulares. De aquí, no sólo la posibilidad, sino además la importancia metodológica y expositiva de los conceptos de “trabajo simple” y “producción en general”, que Marx desarrolla genialmente, por ejemplo, en el siguiente pasaje de los *Grundrisse*:

[...] cuando se habla de producción, se está hablando siempre de producción en un estadio determinado del desarrollo social, de la producción de individuos en sociedad. Podría parecer por ello que para hablar de la producción a secas debiéramos o bien seguir el proceso de desarrollo histórico en sus diferentes fases, o bien declarar desde el comienzo que estamos ante *una* determinada época histórica, por ejemplo, de la moderna producción burguesa, la cual es en realidad nuestro tema específico. Pero todas las épocas de producción tienen ciertos rasgos en común, ciertas determinaciones comunes. La *producción en general* es una abstracción, pero una abstracción que tiene un sentido, en tanto pone de relieve lo común, lo fija y nos ahorra así una repetición. Sin embargo, lo *general* o lo común, extraído por comparación, es a su vez algo completamente articulado y que se despliega en distintas determinaciones. Algunas de éstas pertenecen a todas las épocas; otras son comunes sólo a algunas.⁵⁵

Si bien el proceso de formación de lo concreto no emerge, por supuesto, del pensamiento abstracto, es igualmente cierto que aun las categorías más simples expresan, bajo la forma del concepto o la idea, modos de ser o formas de existencia bastante complejas, cuyas determinaciones y relaciones específicas varían en cada caso. Por ello, aunque admitamos la insuficiencia de cualquier análisis general del proceso de producción de valores de uso para comprender las distintas formas concretas que adoptan los procesos de producción de la riqueza, reconocemos también la competencia de establecer ciertas categorías fundamentales para analizar aquellos rasgos generales que, más que permanecer, se reproducen constantemente en todas ellas. De aquí que, hasta ahora, nos haya bastado con examinar el proceso de trabajo útil en sus generalidades más simples o indeterminadas. No obstante, lo hemos hecho también desde un punto de vista todavía individualizado, sin considerar demasiado seriamente el ineludible hecho de que los trabajadores tienen que relacionarse

⁵⁴ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 6.

⁵⁵ *Ibid.*, p. 5.

socialmente con otros agentes de la producción. Hasta aquí nos ha sido suficiente, como diría Marx, “exponer al hombre y su trabajo de una parte; a la naturaleza y sus materiales, de la otra”.⁵⁶ Pero cada vez nos aparece con mayor importancia la necesidad de insistir en el carácter forzosamente *social* del trabajo, en tanto que la producción es siempre un proceso social o, según nuestro autor, “un organismo social determinado, un sujeto social que actúa en un conjunto más o menos grande, más o menos pobre, de ramas de producción”.⁵⁷

Ningún proceso real de trabajo puede efectuarse a espaldas del dinamismo activo de la vida social, que necesita transformar laboriosa y productivamente sus medios y sus modos de reproducción. De esta manera, todo proceso de trabajo, independientemente de sus formas de realización específicas, presupone, produce y reproduce diversas relaciones sociales. Por consiguiente, la producción útil es inconcebible e impracticable sin ciertos vínculos y agenciamientos entre múltiples sujetos. Esto implica que los modos en que producimos objetos configuran y, al mismo tiempo, son configurados por los modos en que nos relacionamos socialmente con otros sujetos. Por consiguiente, las maneras en que damos forma a los objetos cotidianos son también maneras de dar forma a los procesos de socialización y de subjetivación, esto es, a los procesos de formación de socialidades y subjetidades o subjetividades específicas. El trabajo es, entonces, siempre un mecanismo de socialización y subjetivación, en tanto que las maneras en que transformamos laboriosamente el mundo material son, simultáneamente, formas de organizar, ratificar y, a la vez, modificar las figuras concretas y vigentes de sujetidad y socialidad. De hecho, según Bolívar Echeverría, la sujetidad consistirá precisamente en esa capacidad de dar forma a la propia socialidad, en este caso, a través de la actividad productivo-consuntiva. En sus palabras:

La sujetidad del sujeto social reside en su capacidad de dar una forma identificada a su socialidad, capacidad que ejerce fundamentalmente al reproducir su integridad física como organismo animal gregario. Dar forma a la socialidad quiere decir ubicar a los distintos miembros que lo componen dentro de un sistema de relaciones de convivencia o, lo que es lo mismo, de *co-laboración* y *co-disfrute*. El conjunto de identidades diferenciales o diacríticas de los múltiples individuos sociales dentro de este sistema de relaciones de producción y consumo constituye la identidad global del sujeto. Dar forma a la socialidad implica, por tanto, instaurar –más allá del acoplamiento puramente natural– un compromiso, un equilibrio siempre inestable

⁵⁶ Marx, *El capital*, op. cit., p. 223.

⁵⁷ Marx, *Elementos fundamentales...*, op. cit., p. 6.

entre un sistema definido de necesidades de disfrute y un sistema definido de capacidades de trabajo.⁵⁸

Si tomamos en cuenta lo anterior, podemos afirmar que no hay sujetos en sí, ni tampoco por cuenta propia, sino que llegamos a convertirnos en tales tan sólo socialmente. La subjetividad no es, por tanto, una determinación esencial y estática, sino un devenir constantemente cambiante y errático, ya que nuestras formas de subjetividad y subjetivación se hacen y deshacen en relación con nuestras formas de socialidad, por solitarias y anónimas que éstas puedan llegar a ser. Por consiguiente, el proceso de reproducción de nosotros mismos está siempre circunscrito y atravesado por un proceso más amplio de reproducción social, que es a su vez determinado y modificado por el primero. No sucede, pues, que nuestra subjetividad individual sea condición primera de todo lo demás –incluida la socialidad–, sino que ella misma resulta de toda una multiplicidad incalculable de relaciones sociales que producen, incluso de maneras residuales, efectos de subjetivación más o menos estables o inestables. De aquí que resulte tan indispensable y determinante, en el discurso crítico de Marx, la aparición de la categoría de *relación social*. Tal como escribe en sus *Manuscritos*, “El carácter *social* es, pues, el carácter general de todo el movimiento”.⁵⁹

La socialidad, como el carácter social de nuestra existencia, no es una condición exógena que se le impone desde fuera, sino que es para ella una necesidad interna. No sólo porque precisemos, a la manera de Hegel, el reconocimiento de otra autoconciencia para adoptar una forma objetivamente externa,⁶⁰ sino porque la propia reproducción práctica de nuestra vida no sólo depende de nuestro trabajo, sino también de otros trabajos o, lo que es lo mismo, del trabajo de otros. De esta manera, la necesidad que tenemos de los otros no sólo radica en la conciencia, sino también fuera de ella; por ejemplo, en el registro de la producción material de la riqueza. Por ello, según Sánchez Vázquez, “La socialidad marca toda actividad del hombre y sus productos, trátese de la conciencia o de la vida real”.⁶¹ No es, entonces, más originario el trabajo individual que el trabajo social, sino que todo proceso de producción presupone –así sea de un modo implícito e inconsciente– una base u

⁵⁸ Echeverría, *El “valor de uso”: ontología y semiótica*, op. cit., pp. 171-172.

⁵⁹ Marx, *Manuscritos*, op. cit., p. 145.

⁶⁰ Hegel, *Fenomenología del Espíritu*, traducción de Wenceslao Roces, Fondo de Cultura Económica, México, 1966, y *Filosofía del derecho*, traducción de Angélica Mendoza de Montero, Claridad, Buenos Aires, 1968.

⁶¹ Sánchez Vázquez, *El joven Marx*, op. cit., p. 241.

organización social. Tal como indica nuevamente Sánchez Vázquez, “Lo que hago por mí o individualmente tiene también ese carácter social”.⁶² O bien, según Marx, “El trabajo del individuo es puesto desde el inicio como base social”.⁶³

Incluso cuando desarrollamos una actividad que rara vez puede llevarse a cabo directamente en común con otros, actuamos socialmente. Aun el trabajo más solitario puede individualizarse sólo socialmente, siendo así trabajo *socialmente individualizado*, esto es, trabajo realizado *socialmente* de un modo individualizado, o trabajo realizado individualmente de un modo ya de por sí *socializado*. Acerca de esto, Sánchez Vázquez sostiene que “ya se trate de relaciones entre los hombres en las que impere la separación (el individualismo egoísta) o el vínculo de unión (la cooperación) entre ellos, el hombre solo existe en su relación con los demás, en cierta sociedad”.⁶⁴ Así, por ejemplo, hasta en el pensador más solitario actúa socialmente el lenguaje.

Las formas más aparentemente individuales del trabajo representan, en realidad, momentos parciales de un trabajo social global más o menos desarrollado.⁶⁵ Por consiguiente, todo trabajo parcial se articula y produce agenciamientos con otros trabajos parciales, que responden a una cierta división social y técnica del trabajo. De esta manera, aunque determinados trabajos puedan llevarse a cabo de formas que no son directamente colectivas o comunitarias, no por ello pierden su carácter social, puesto que éste existe e insiste siempre en todo proceso de trabajo en general, por más que sus configuraciones concretas varíen, según Marx, junto con “el tipo particular del propio organismo social de producción y según el correspondiente nivel histórico de desarrollo de los productores”.⁶⁶

Un mismo trabajador individual, que tiene que satisfacer necesidades específicas, puede realizar alternativamente, en momentos temporalmente separados, tipos distintos de trabajo útil. La variada gama de sus necesidades lo obliga a distribuir su tiempo, fuerza, objetos y medios de trabajo en distintas funciones y operaciones útiles. Por lo tanto, muchas

⁶² *Ibid.*, p. 145.

⁶³ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 100.

⁶⁴ Sánchez Vázquez, *El joven Marx*, *op. cit.*, p. 236.

⁶⁵ El ejercicio efectivo de la producción puede ser más o menos complejo, en la medida en que actúen sobre él múltiples determinaciones históricas, como las condiciones físicas y geográficas de existencia, las relaciones sociales de vida que actúan en cada caso, el grado de desarrollo del campo instrumental y de los métodos técnicos de producción, la capacidad orgánica de las fuerzas productivas, las variaciones en las necesidades sociales, que pueden multiplicarse, disminuir, modificarse, contraerse o expandirse; etcétera.

⁶⁶ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 96.

formas de trabajo pueden no ser más que modificaciones laboriosas de la actividad de un solo y mismo trabajador, y no todavía actividades separadas de distintos sujetos o agentes productivos repartidos socialmente en diversas funciones más o menos fijas, incluso especializadas y profesionalizadas. Sin embargo, el hecho mismo de que ciertos trabajadores individuales tengan que realizar, por cuenta propia, tipos heterogéneos de trabajo útil, aun sin la ayuda de otros, supone de suyo ciertas formas específicas en las que se organiza, distribuye y localiza socialmente el trabajo. En resumen, es de por sí la división social del trabajo la que obliga a tales o cuales trabajadores individuales a dispersar sus fuerzas y sus tiempos en muchos trabajos distintos, en tanto que no hay otros trabajadores socialmente asignados o designados para realizar –junto con los primeros, además de ellos o en vez de ellos– tales actividades útiles concretas.

La idea marxiana de que incluso la fuerza o capacidad de trabajo más aparentemente individual es realmente una fuerza o capacidad de trabajo social, supone que todo gasto de fuerza humana de trabajo, cualquiera que sea la forma en la que se efectúa o emplea, es abstractamente simplificable a una misma sustancia social, aunque ésta se componga realmente de innumerables fuerzas de trabajo particulares.⁶⁷ Por tanto, aun el gasto laborioso más solitario de nosotros mismos es, verdaderamente, una determinación social. Ni siquiera los órganos, de los cuales el trabajo se vale para efectuarse, son puramente naturales o simplemente individuales, sino que se constituyen, según Marx, como “órganos *sociales*, en la *forma* de la sociedad”.⁶⁸ De esta manera, la actividad productiva es inmediatamente social en cuanto a sus condiciones, su contenido, sus medios de realización, sus modos de existencia y sus productos objetivos, ya que todo valor de uso es, según nuestro autor, “un objeto social, *humano*, creado por el hombre para el hombre”.⁶⁹ La variedad misma de los objetos cotidianos nos dice ya algo acerca de la división social del trabajo, en tanto que presupone múltiples trabajos heterogéneos que producen distintos valores de uso. Asimismo, el hecho de que los productos del trabajo tengan que pasar por procesos de intercambio para llegar a las manos de quienes habrán de consumirlos –que no son sus productores–, manifiesta el carácter directamente social de su movimiento. Sin embargo, también el hecho contrario, es decir, que los objetos cotidianos puedan consumirse directamente como objetos de uso

⁶⁷ En esta idea se fundará, de hecho, su teoría del valor-trabajo, que hereda a su vez de David Ricardo.

⁶⁸ Marx, *Manuscritos*, *op. cit.*, p. 148.

⁶⁹ *Ídem*.

individual para satisfacer necesidades precisas, sin tener que intercambiarse por otros, manifiesta igualmente una determinación estricta e inmediatamente social del modo de existencia de los valores de uso, que no requieren en este caso pasar necesariamente por procesos de intercambio para ser consumidos. Por ende, aun las formas más privadas de consumo suponen ya ciertas formas de organización social que las permiten.

Pensar la producción de un modo aislado, sin sociedad, es como pensar un lenguaje exento de sujetos que viven juntos y hablan entre sí. No es más que un ejercicio mental absurdo o, como llegaría a decir jocosamente Marx, una robinsonada dieciochesca. Trabajo y sociedad son categorías necesariamente inseparables. Es por ello que la consideración de lo social es imprescindible en todo análisis de la producción. O bien, según se lee en los *Grundrisse*, “también en el método teórico es necesario que el sujeto, *la sociedad*, esté siempre presente en la representación como premisa”.⁷⁰ Sin embargo, no debemos entender por “sociedad” una totalidad plena y homogénea, sino que debemos tomar en cuenta el carácter disperso, difuso, múltiple, polifacético y fragmentario de toda organización social. Pues ningún proceso concreto de socialización es verdaderamente unitario, ni contribuye a formar unidad alguna. El propio Marx era consciente de que “considerar a la sociedad como un sujeto único es considerarla de un modo falso, especulativo”.⁷¹ Por lo tanto, “la sociedad” no debe ser simplemente hipostasiada al viejo individuo que tanto ha gustado, por ejemplo, al pensamiento liberal. No se trata, pues, simplemente de reemplazar una categoría por otra, sino de pensar tanto al individuo como a la sociedad en términos de *socialidad*, la cual, según Sánchez Vázquez, “no está del lado de los individuos aislados ni tampoco del lado de la sociedad al margen de los individuos determinados (concretos)”.⁷² Por tal motivo, el propio Marx advertía lo siguiente en sus tempranos *Manuscritos* de 1844:

Hay que evitar ante todo el hacer de nuevo de la «sociedad» una abstracción frente al individuo. El individuo *es el ser social*. Su exteriorización vital (aunque no aparezca en la forma inmediata de una exteriorización vital comunitaria, cumplida en unión de otros) es así una exteriorización y afirmación de la *vida social*.⁷³

⁷⁰ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 22.

⁷¹ *Ibid.*, p. 14

⁷² Sánchez Vázquez, *El joven Marx*, *op. cit.*, p. 148.

⁷³ Marx, *Manuscritos*, *op. cit.*, p. 147.

El “ser social” del que habla Marx,⁷⁴ entonces, no se trata de una entidad metafísica, ni de un conjunto de propiedades que corresponderían a ese “ser genérico” al que hace referencia en los *Manuscritos*, sino que designa tan sólo una manera de caracterizar un complejo entramado de relaciones sociales que, de un modo más o menos directo o indirecto, consciente o inconsciente, planificado o espontáneo, forman y firman –no sin dificultad– las condiciones históricas de existencia que nos conforman y que, a su vez, conformamos. En consecuencia, el ser social no es algo dado de una vez y para siempre, sino más bien un *devenir* de lo social que se produce a sí mismo mediante su actividad históricamente concreta; de modo tal, que la historia del mundo social es la historia de la producción social del mundo.⁷⁵ Así, las condiciones reales de la reproducción social son al mismo tiempo un presupuesto y un resultado, o efecto, de su propio dinamismo activo, pues lo que en ciertos momentos aparece como *producto* reaparece en otros en calidad de *premisa*, y viceversa. Tenemos, entonces, que el proceso de reproducción social se renueva a sí mismo como en un movimiento ontogenético o de autogénesis, según diría Karel Kosík.⁷⁶

Podemos resumir este apartado afirmando que, en todo movimiento social, encontramos las huellas del trabajo, así como hallamos en todo proceso de trabajo las marcas de la socialidad. Esto quiere decir, por un lado, que la vida social no sólo es portadora y reproductora de sus condiciones de trabajo, sino también productora de otras nuevas; y por otro lado, que los procesos de trabajo no sólo son portadores y reproductores de las relaciones sociales existentes, sino que también producen otras nuevas en su seno. Por consiguiente, las relaciones sociales producen las condiciones reales de trabajo que las determinan y entre las cuales se hallan, a su vez, comprendidas; y a la inversa, el trabajo transforma las relaciones sociales dentro de las cuales se circunscribe como un elemento simultáneamente determinado y determinante, articulado y articulador. Nos encontramos, entonces, ante el agenciamiento trabajo-socialidad, donde se forman todo tipo de conexiones entre la producción y la reproducción social.

⁷⁴ Categoría sumamente polémica, por la manera en que aparece especialmente en el *Prólogo* a la *Contribución a la crítica de la economía política*, de 1859. Cf. Marx, *Contribución a la crítica de la Economía Política*, traducción de Jorge Tula *et al.*, Siglo XXI, México, 2008.

⁷⁵ Lo cual no quiere decir, por supuesto, que la sociedad se dé a sí misma, de un modo pleno, las formas que simplemente desea, como si bastasen meros gestos de la voluntad para moldear y modelar las diversas formas de socialidad.

⁷⁶ Cf. Karel Kosík, *Dialéctica de lo concreto*, traducción de Adolfo Sánchez Vázquez, Grijalbo, México, 1967.

Por último, cabría aclarar igualmente que los trabajadores no entran en contacto mutuo solamente hasta que intercambian sus actividades y sus productos. Si éste fuera el caso, la producción útil sería inmediatamente asocial, siendo su carácter social tan sólo una forma mediata y añadida por el intercambio mercantil. En otras palabras, la socialidad quedaría reducida a una simple astucia de la mercancía y, por su parte, las relaciones mercantiles quedarían puestas como la forma natural, originaria e inmediata de todas las relaciones sociales en general. De esta manera, el intercambio mercantil no sería una forma de relación social específica, sino que la socialidad sería, a la inversa, un puro atributo del intercambio mercantil. Esta idea, además de absurda, es directamente fetichista, ya que toma las relaciones sociales entre personas como relaciones cósicas entre mercancías.⁷⁷ Sin embargo, resulta evidente que no son las mercancías las que hacen del trabajo una relación social, sino que es el carácter social del trabajo el que, por el contrario, posibilita la conversión de los valores de uso en mercancías socialmente intercambiables. Así, por ejemplo, es la división social del trabajo la que permite la emergencia de la figura mercantil y no al revés, ya que existe toda una red de intercambios entre distintas actividades y capacidades de trabajo; tanto en el momento de la producción, como en momentos previos al intercambio mercantil o comercial entre productos ya terminados. Esto equivale a decir, como hace Marx, que “no existe cambio sin división del trabajo”.⁷⁸

1.4 Valor de uso y consumo

El valor de uso no es la pura objetividad de las cosas, ni su mera composición físico-química u orgánico-natural. Ni siquiera es su “coseidad”.⁷⁹ La utilidad de los objetos es, a fin de cuentas, siempre relacional o relativa, ya que es efecto de los agenciamientos que se producen entre las cualidades objetivas de los productos del trabajo y las necesidades subjetivas de los agentes de producción-consumo. Por ello, la forma de valor de uso de los objetos no se encuentra inmediatamente dispuesta en ellos mismos ni se realiza aisladamente en sí, sino tan sólo para sí, para alguien, en la medida en que alguien se comporta frente a ellos como

⁷⁷ Cf. Marx, “El carácter fetichista de la mercancía y su secreto”, en *El capital*, *op. cit.*, pp. 87-102.

⁷⁸ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 20.

⁷⁹ Martin Heidegger, “La cosa”, en *Conferencias y artículos*, traducción de Eustaquio Barjau, Ediciones del Serbal, España, 2001.

ante valores de uso. En otras palabras, para que puedan darse valores de uso tienen que producirse agenciamientos entre sujetos necesitados y objetos producidos, dentro del marco del consumo –productivo o improductivo–, a través del cual los sujetos o agentes que devienen-consumidores pasan a integrar, incorporar o subjetivar ciertas formas de objetividad de los productos. Tal como explica Marx en su *Miseria de la filosofía*, “El producto que se ofrece no es útil en sí mismo. Su utilidad la establece el consumidor”.⁸⁰ De esta manera, las cosas sólo pueden adoptar para nosotros una forma de valor de uso en tanto que apliquemos o ejerzamos sobre ellas determinadas relaciones y flujos de utilidad puntuales. Esto equivale a decir que, para ser considerados valores de uso, los productos del trabajo deben tener un sentido útil socialmente vigente, lo cual revela el carácter estrictamente contingente de este modo de ser de los objetos, ya que su utilidad depende enteramente de nuestras maneras de relacionarnos con ellos dentro de ciertos registros de uso posibles. Consecuentemente, podemos –y debemos– considerar la dimensión útil de los productos del trabajo, no como un atributo cósico suyo, sino como un *acontecimiento* que resulta de ciertos agenciamientos entre determinadas formas de objetividad y determinadas formas de subjetividad, para así caracterizar al valor de uso como el efecto de una relación metabólica sujeto-objeto,⁸¹ orientada según intenciones de consumo precisas.

Las relaciones útiles que establecemos con los objetos no dependen únicamente de su fase productiva, sino también de su fase consuntiva. Así, aunque las determinaciones cualitativas concretas de los trabajos contenidos o materializados en los productos contribuyan a conformar su utilidad ideal o virtual, ésta sólo podrá verificarse como utilidad real o efectiva en su actualización dentro del agenciamiento producción-consumo. Por consiguiente, si bien las potencias útiles de los productos del trabajo dependen necesariamente de las formas que les son dadas durante el momento de la producción –esto es, de sus configuraciones productivamente objetivadas–, aquéllas no determinan por sí solas la utilidad patente o vigente de los objetos, sino que tan sólo anticipan y conforman posibles

⁸⁰ Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 20. Esta idea Marx la retoma, a su vez, de Hegel. Consideremos, por ejemplo, el siguiente pasaje de su *Filosofía del derecho*: “El uso es la realización de mi necesidad, con el cambio, la anulación y la destrucción de la cosa, cuya naturaleza impersonal es con esto una entrega declarada y la cual cumple de este modo su determinación”. Hegel, *Filosofía del derecho*, *op. cit.*, §59, p. 82.

⁸¹ Decimos relación sujeto-objeto por hablar en términos clásicos. Sin embargo, polemizar las implicaciones ontológicas y, sobre todo, los presupuestos metafísicos de tal uso de los términos es algo que rebasa los fines de la presente investigación.

usos especulativos o eventuales. En consecuencia, la conversión de los productos del trabajo en valores de uso actuales depende por completo de las formas de articulación de las capacidades de producción y las necesidades de consumo; articulación que, a su vez, presupone un tipo de relación específica –de utilidad– entre los sujetos productivo-consuntivos y los objetos que devienen-valores de uso. Es por ello que todo proceso de trabajo útil está realmente incompleto si no se consumen sus productos, pues, según Marx, “El producto alcanza su finish final sólo en el consumo”.⁸² De aquí que el registro consuntivo constituya, por así decirlo, la orientación *social-natural* de todo proceso de producción.

Es cierto que el tipo de relación sujeto-objeto que se articula y se materializa en la forma específica del valor de uso de los productos, resultaría imposible sin el rastro y el rostro de ciertos trabajos concretos pretéritos que se han objetivado en ellos. Sin embargo, es igualmente cierto que tampoco puede haber valor de uso sin modos de consumo precisos. Por ello, para que un objeto devenga-valor de uso se necesita, por un lado, un determinado tipo de actividad productiva que, según los modos, medios y fines de su ejercicio, sea capaz de dar a la materia del mundo ciertas formas potencialmente útiles; y por otro lado, se requieren determinadas modalidades de consumo que realicen esas fuerzas útiles conformadas en la producción, aunque no necesariamente de un modo congruente o idéntico el previsto en el registro productivo.

En tanto que el valor de uso es un tipo de agenciamiento específico entre producción-consumo, podemos descubrir en él un carácter bifásico. Así, por ejemplo, lo que desde el punto de vista de la producción aparecía en calidad de resultado, como producto, reaparece en el consumo en calidad de condición, como medio de vida. Lo que sale de un lado como efecto, entra del otro como premisa y, al revés, lo que de un lado aparece como presupuesto, se revela del otro como efecto de procesos previos. Vemos, entonces, la determinación cíclica del proceso de reproducción social considerado desde el punto de vista del valor de uso, esto es, desde el punto de vista de nuestras formas concretas de producir y consumir objetos cotidianos.

Así como la producción se nos ha aparecido anteriormente como un momento de objetivación de la subjetividad de los agentes productivos, podemos entender el momento del consumo, al contrario, como un momento de subjetivación o absorción subjetiva de los

⁸² Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 11.

objetos producidos, así como de su utilidad latente. A decir de Marx: “En la producción, la persona se objetiva, en el consumo la cosa se subjetiva”.⁸³ Lo cual no quiere decir, empero, que los procesos consuntivos sean meros procedimientos pasivos de recibimiento o aceptación inmediata de las propuestas útiles que la producción ha cifrado en sus objetos, sino que éstos también son activos, ya que eligen, rechazan, modifican, conducen y sugieren sus propias formas, momentos, y medidas de uso de los materiales producidos. Así, podemos afirmar que no hay uso general o abstracto, sino siempre múltiples usos precisos que acontecen a propósito de nuestras formas de agenciarnos con los objetos, según modalidades, frecuencias e intensidades específicas. Por ende, los productos del trabajo se convierten en objetos puntualmente útiles, revelando así que no toda cosa es de suyo un valor de uso, sino tan sólo en la medida en que ha sido producida y consumida de maneras singulares.

El momento de subjetivación consuntiva de los objetos no consiste, entonces, en una relación inmediata y directa con las cosas, sino que, igual que el momento de la objetivación productiva de la subjetividad, está múltiplemente mediada por diversas determinaciones y variaciones sociales. Por ello, nuestras maneras de relacionarnos útilmente con los objetos no son plenamente unívocas, sino que siempre pueden llegar a distinguirse respecto de sí mismas. Un mismo libro, por ejemplo, que puede serle útil a alguien como dispositivo de lectura, puede ser usado por alguien más como dispositivo de soporte de una mesa inestable, manifestando así que los flujos de utilidad posibles de los objetos pueden ser extraídos y diseminados según varíen también nuestras necesidades subjetivas y nuestras capacidades de servirnos de ellos para satisfacerlas de tales o cuales maneras. Por consiguiente, ni siquiera el modo de existencia de las cosas como valores de uso permanece plenamente idéntico a sí mismo, sino que puede mutar en cada agenciamiento singular, por más que múltiples objetos de una misma clase cualitativa de productos puedan contener las mismas virtualidades útiles.⁸⁴

Ni los sujetos que usan, ni los objetos usados, anteceden del todo a la relación de uso que media entre ellos y los articula. Ambas partes se determinan mutuamente, aunque no en

⁸³ *Ibid.*, p. 9.

⁸⁴ Esta idea, que sin duda está presente en Marx, en realidad le precede. Hegel, por ejemplo, afirma que: “En el uso, la cosa es singular, determinada por la cualidad y la cantidad y en relación con una necesidad específica. Pero su utilidad característica, como *cuantitativamente* determinada, es, a la vez, comparable con las otras cosas de idéntica utilidad, así como la necesidad específica a la cual sirve, también es una *necesidad en general*”. Hegel, *Filosofía del derecho*, *op. cit.*, §63, p. 85.

los mismos sentidos ni de las mismas maneras. Así, no sólo los productos del trabajo se modifican en el consumo al ser reabsorbidos y reinterpretados por los sujetos que los usan, sino que también los agentes consuntivos se ven transformados al incorporar para sí las formas objetivas de los valores de uso que emplean. Consecuentemente, no estamos ante agentes previos a los agenciamientos que producen y que, a su vez, los producen. No tenemos aquí sujetos antropológicamente esenciados ni objetos ahistóricamente constituidos, sino que tanto los unos como los otros se con-forman y con-firman recíprocamente entre sí en cuanto a su consistencia social y a su composición histórica. Esto sugiere, por un lado, que la dimensión o determinación útil de los productos del trabajo no antecede a nuestras maneras de relacionarnos consuntivamente con ellos, sino que depende tanto de nuestros modos de producirlos como de nuestros modos de consumirlos; y por otro lado, que nuestras necesidades subjetivas tampoco preexisten simplemente a los modos y a los medios que empleamos para satisfacerlas. Por consiguiente, la forma social-natural del valor de uso no revela una pura relación de transparencia o de acceso directo de los objetos a su objetividad, ni de los sujetos a su necesidad, sino que más bien articula objetos-necesidad con sujetos-necesitados. En este sentido, no sólo los objetos de la necesidad pueden ser producidos, sino también la propia necesidad de los objetos. Tal como sugiere Marx en su *Miseria de la filosofía*:

La opinión sobre nuestras necesidades puede cambiar, por lo que la utilidad de las cosas, que no expresa más que una relación entre las cosas y nuestras necesidades, también puede cambiar. Las propias necesidades naturales cambian continuamente. En efecto, ¡qué gran variedad no habrá en los principales artículos alimenticios de los diferentes pueblos!⁸⁵

Nuestras necesidades más aparentemente inmediatas divergen constantemente de sí mismas. Lo mismo sucede con nuestros modos de satisfacerlas. Así, por ejemplo, según Marx, “El hambre es hambre, pero el hambre que se satisface con carne guisada, comida con cuchillo y tenedor, es un hambre muy distinta del que devora carne cruda con ayuda de manos, uñas y dientes”.⁸⁶ Esto quiere decir que, si bien es posible hablar de necesidades generales de un modo abstracto, éstas nunca se mantienen realmente en esa abstracción, sino que sus formas

⁸⁵ Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 20.

⁸⁶ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 12.

de existencia real, siempre atravesadas por múltiples determinaciones, las dotan de una singular concreción. Por consiguiente, así como no existe el hambre en general más que para el pensamiento, tampoco existe la comida en general, salvo de un modo especulativo; y el estómago sabe que sus dolorosas contracciones no se relajan simplemente con imaginar succulentos mangares vistos en sueños.

1.5 El carácter semiótico de los valores de uso

Todo proceso de trabajo útil se lleva a cabo de un modo orientado con arreglo a determinadas lógicas de reproducción social, por espontáneas e inconscientes que éstas puedan llegar a ser. Por ello, el proceso de reproducción social es, simultáneamente, un proceso de reproducción de la lógica de su sentido y del sentido de su lógica. Asimismo, los valores de uso, como objetos sociales producidos por determinados trabajos específicamente orientados, son inevitablemente significativos, pues encierran en sí ciertas intencionalidades productivas que, a su vez, proponen determinados códigos de subjetivación a través de sus formas de uso posibles en el consumo. De esta manera, la producción de objetos se revela también como un proceso que signa o codifica, en la forma de los productos, ciertas orientaciones transformativas que luego han de ser de-signadas y des-codificadas en su fase consuntiva; aunque no tal cual se arrojaron a la producción, sino trastocadas por las maneras en que las interpretan y consumen efectivamente los diversos agentes singulares.⁸⁷ Sucede así que, según Stefan Gandler, “en el acto de producción de un valor de uso tiene lugar, a la vez, una producción de signo, y en su consumo, su interpretación”.⁸⁸

En la forma social-natural de los valores de uso, los sujetos que, a través de ellos, devienen-productores, cifran determinadas intencionalidades de reproducción de los sujetos que, por su parte, han de devenir-consumidores –y que pueden ser en cada caso ellos mismos o alguien más–.⁸⁹ Por consiguiente, las intenciones transformativas que se objetivan y se

⁸⁷ Cf. Echeverría, *El “valor de uso”: ontología y semiótica*, *op. cit.*

⁸⁸ Stefan Gandler, *Marxismo crítico en México: Adolfo Sánchez Vázquez y Bolívar Echeverría*, Fondo de Cultura Económica, México, 2007, p. 340. Sin embargo, esta idea Gandler la retoma explícitamente de Bolívar Echeverría, quien elabora por primera vez una compleja teoría de la producción útil como proceso de codificación y semantización, siendo el consumo, a su vez, un proceso de descodificación e interpretación de los valores de uso-signo. Cf. Echeverría, *El discurso crítico de Marx*, Era, México, 1986, “La ‘forma natural’ de la reproducción social”, *op. cit.* y “El ‘valor de uso’: ontología y semiótica”, *op. cit.*

⁸⁹ Cf. Echeverría, *El “valor de uso”: ontología y semiótica*, *op. cit.*

codifican en la producción útil, se hallan dirigidas y orientadas a los momentos de consumo. En este sentido, los valores de uso operan semióticamente como una especie de mensajes productivamente signados para los sujetos que habrán de relacionarse y agenciarse con ellos en la fase consuntiva. De esta manera, la actividad productiva es siempre significativa y la actividad consuntiva es, a su vez, necesariamente deconstructiva, en tanto que descompone y reorienta la significación compuesta en los productos, con vistas a sus propios modos de uso y al sentido que les asigna en cada momento de consumo singular. Por consiguiente, todo acto de consumo reproduce, de un modo u otro, los códigos que han sido conformados por la producción, al mismo tiempo que los modifica en cada proceso interpretativo, cambiando así su significatividad tal y como había sido propuesta en el momento de la producción.⁹⁰

El trabajo de traducción o reinterpretación consuntiva de los códigos cifrados productivamente en los valores de uso, está múltiplemente determinado por las diversas necesidades, intereses, deseos y afectos de los sujetos que los incorporan a su propia reproducción vital. Así, el sentido de los objetos cotidianos puede cambiar, abrirse y diseminarse dependiendo de las modalidades e intensidades de cada agenciamiento singular. En consecuencia, si bien es cierto que las formas concretas en que codificamos productivamente los usos y sentidos posibles de los objetos, condicionan inevitablemente las formas en que podemos efectivamente descifrarlos consuntivamente, esto no quiere decir que el consumo se reduzca sencillamente a responder, de un modo unívoco, a reglas de formación bien definidas del sentido y la utilidad de las cosas, sino que él mismo pone igualmente en juego las posibilidades y los límites de uso de los objetos, ya que siempre puede consumirlos de maneras inesperadas.

El agenciamiento producción-consumo, que se da bajo la forma específica del valor de uso, contiene necesariamente una dimensión semiótica, mediante la cual se elaboran, dispersan y deconstruyen socialmente diversos códigos de utilidad, o bien, diversos signos útiles. Sin embargo, esto no quiere decir que la crítica de la economía política deba convertirse, al modo de Jean Baudrillard, en una suerte de crítica de la economía política del signo.⁹¹ Más bien, indica que Bolívar Echeverría acertaba al afirmar que la forma útil de los productos del trabajo presupone, siempre, una compleja red de mecanismos de significación

⁹⁰ *Ibid.*

⁹¹ Cf. Jean Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, traducción de Aurelio Garzón del Camino, Siglo XXI, México, 1979.

del proceso de reproducción social, así como de la lógica de su sentido y del sentido de su lógica.

La reproducción social está siempre atravesada y mediada por una multiplicidad de coordenadas sémicas que posibilitan, propician, exigen y coordinan sus dinámicas, sus agenciamientos y sus relaciones posibles, al mismo tiempo que tienden a rechazar, excluir e imposibilitar otras distintas. Dicho de otra manera, el proceso de reproducción social, junto con sus manifestaciones vitales más cotidianas y moleculares –tanto externas como internas, tanto objetivas como subjetivas–, tienden a estructurarse y orientarse a propósito del tipo de lógicas a las que responden los modos mediante los cuales producimos, socialmente, valores de uso. De aquí la importancia de señalar la relación entre el proceso de producción práctica del mundo social-material, y los diversos proyectos de dotación de sentido subjetivo del mismo. Por ende, la forma de valor de uso de los objetos cotidianos está irremediamente vinculada a distintas prácticas de orientación y dirección de la reproducción social que, en sus diversas modalidades y configuraciones, pueden ser más o menos afortunadas. Sin embargo, aunque los procesos de producción y consumo de los valores de uso contribuyan, sin duda, a dar forma a las disposiciones sémicas de la reproducción social, no se confunden ni se identifican inmediatamente con ellas; pues no todos los procesos sociales significativos emergen u operan dentro de los registros específicos de la producción o del consumo de objetos útiles, aunque no puedan darse, por supuesto, sin presuponerlos o al margen de ellos.

1.6 La importancia decisiva de la producción en la reproducción social

Tanto la producción como el consumo son momentos fundamentales e imprescindibles del proceso de reproducción social. Sin embargo, se entiende por qué Marx, sin darle una primacía unidireccional, toma a la primera como su punto de partida teórico y como su momento práctico predominante. En sus palabras: “El objeto a considerar es en primer término la *producción material*”.⁹²

La producción constituye, por así decirlo, el momento inaugural del movimiento cíclico de la reproducción social, en tanto que no sólo se revela como producción de objetos, sino incluso como producción de producción, e incluso como producción de consumo. Es

⁹² Marx, *Elementos fundamentales...*, op. cit., p. 3.

por ello que, según Gilles Deleuze y Félix Guattari, “todo es producción: *producciones de producciones*, [...] *producciones de consumos*”.⁹³ Cuando menos, todo es pensable desde el punto de vista de la producción, ya sea porque todo es producido o porque todo, a su vez, produce nuevamente: cortes, flujos, determinaciones, etcétera.

Que el momento del consumo pueda considerarse desde el punto de vista de la producción, como producción de consumo, no es realmente algo que Deleuze y Guattari hayan descubierto después de Marx y por encima de él, sino que esta idea ya había sido expuesta por el autor de los *Grundrisse* en su famosa *Introducción* de 1859. Aquí, Marx nos remite en un primer momento al concepto de *consumo productivo*, donde hace aparecer a la producción y al consumo en su unión inmediata, que adopta en este caso la forma específica de la coincidencia, ya que la reproducción productiva se realiza directamente de un modo consuntivo. Esto, porque los valores de uso se producen tan sólo en la medida en que se consumen medios de producción y fuerza de trabajo utilizada en su elaboración –a diferencia del consumo improductivo, donde los objetos se consumen simplemente como medios de subsistencia–. En este sentido, producir se identifica inmediatamente con consumir, así como consumir se revela como un acto directamente productivo. Producir es consumir y consumir es producir. En palabras de Marx:

La producción es también inmediatamente consumo. Doble consumo, subjetivo y objetivo: el individuo que al producir desarrolla sus capacidades, las gasta también, las consume en el acto de la producción, exactamente como la reproducción natural es un consumo de fuerzas vitales. En segundo lugar: consumo de los medios de producción que se emplean y se usan, y que se disuelven en parte [...] en los elementos generales. Consumo, igualmente, de la materia prima que no conserva su forma ni su constitución natural, sino que más aún se consume. Por lo tanto, el acto mismo de producción es también en todos sus momentos un acto de consumo.⁹⁴

Si producción y consumo coinciden inmediatamente en el consumo productivo, lo mismo puede decirse en cuanto a la *producción consumidora*, que opera como una especie de “segunda producción” a través del consumo de los valores de uso previamente elaborados. Marx ejemplifica esta forma de consumo con el proceso de nutrición, donde los sujetos que se nutren producen en ese acto su propio cuerpo mediante el consumo de alimentos. Sin

⁹³ Deleuze y Guattari, *El Anti Edipo*, op. cit., p. 13.

⁹⁴ Marx, *Elementos fundamentales...*, op. cit., p. 10.

embargo, la producción consumidora no sólo acontece bajo la forma específica de la nutrición, sino que, según nuestro autor, “es igualmente cierto en cualquier otra clase de consumo que, en cierto modo, produce al hombre”.⁹⁵ Por consiguiente, bajo esta forma de agenciamiento producción-consumo, los sujetos producen y reproducen su cuerpo y su vida en la medida en que consumen o utilizan, en este caso, valores de uso.

La producción es, en muchos sentidos, inmediatamente consumo y el consumo es, al mismo tiempo, inmediatamente producción. Sin embargo, esto no quiere decir que ambas categorías sean directamente idénticas o identificables. Si bien es cierto que ambas constituyen momentos parciales de un mismo proceso global de reproducción social, no por ello se confunden necesariamente entre sí, aunque sean recíprocamente indispensables y mutuamente determinantes. Dicho de otro modo, aunque el registro de la producción y el del consumo están irremediamente articulados, no por ello están plenamente unificados o totalizados. Pero también ocurre que, a la inversa, si bien no pueden separarse prácticamente ambos procesos, sí pueden analizarse como momentos lógicamente distinguibles. Es por ello que podemos examinar la necesidad de las formas de consumo desde el punto de vista de la producción, en tanto que aquéllas constituyen una parte integrante y determinante de sí misma, ya que representan el “finish” de su realización y reiteración. A decir de Marx:

El consumo como necesidad es el mismo momento interno de la actividad productiva. Pero esta última es el punto de partida de la realización y, por lo tanto, su factor predominante, el acto en el que todo el proceso vuelve a repetirse. [...] De este modo, el consumo aparece como un momento de la producción.⁹⁶

Ni la producción se corresponde plenamente con el consumo, ni el consumo queda enteramente determinado y definido por la producción. Sin embargo, ambos momentos se co-producen socialmente de diversas maneras complejas –no necesariamente de un modo planificado, sino generalmente de formas espontáneas y descoordinadas–. Por tanto, producción y consumo no son categorías formalmente intercambiables, pero tampoco son realmente opuestos, sino que se agencian mutuamente como procesos articulados y co-dependientes. En consecuencia, no nos hallamos simplemente ante una relación de

⁹⁵ *Ibid.*, p. 11.

⁹⁶ *Ibid.*, p. 14.

influencia, sino frente a un agenciamiento orgánico, metabólico, donde ambos momentos devienen recíprocamente productivos y reproductivos. Esto quiere decir que no sólo la producción produce producción y consumo, sino que también el consumo produce producción y, por ende, consumo. Lo cual sucede, según Marx, de dos maneras:

[...] 1) en cuanto el producto se hace realmente producto sólo en el consumo [...]; a diferencia del simple objeto natural, el producto se afirma como producto, se *convierte* en producto, sólo en el consumo [...]; pues el [resultado] de la producción es producto no en cuanto actividad objetivada, sino sólo como objeto para el sujeto actuante; 2) en cuanto el consumo crea la necesidad de una *nueva* producción, y por lo tanto el móvil ideal de la producción, su impulso interno, que es su supuesto. [...] Si resulta claro que la producción ofrece el objeto del consumo en su aspecto manifiesto, no es menos claro que el consumo pone *idealmente* el objeto de la producción, como imagen interior, como necesidad, como impulso y como finalidad. Ella crea los objetos de la producción bajo una forma que es todavía subjetiva. Sin necesidades no hay producción. Pero el consumo reproduce las necesidades.⁹⁷

Como vemos, no sólo la producción produce consumo al elaborar los objetos que reintegran útilmente los sujetos para sí, sino que también el consumo produce producción al crear a los sujetos para los cuales los objetos son producidos y necesarios. De esta manera, las necesidades subjetivas de consumo tienden también a orientar el sentido de la producción objetiva, así como la producción útil orienta, a su vez, el sentido de las necesidades de consumo. En consecuencia, la producción y el consumo sociales pueden adoptar diversas formas, dependiendo de lo que las múltiples determinaciones, impulsos, flujos y deseos sociales nos arrojen en cada caso como necesidad; y a la inversa, aquello que se nos presenta en cada ocasión como necesidad –ya sea en sus formas, contenidos, cantidades, intensidades, etcétera– está igualmente determinado por los modos en que producimos y consumimos socialmente valores de uso. Por consiguiente, la forma útil de los productos del trabajo no sólo refleja y expresa objetivamente determinadas necesidades sociales preexistentes –en tanto se aparece como un modo y un medio de satisfacerlas–, sino que también las produce, las modula y las pone en movimiento. En resumen, las necesidades están atravesadas por la contingencia propia de la reproducción social.

⁹⁷ *Ibid.*, pp. 11-12.

La producción no sólo otorga al consumo su objeto externo y el consumo no sólo representa para la producción la necesidad interna de sus objetos, sino que cada uno produce al otro y se produce también a sí mismo en su relación con el otro. Sin producción, no habría consumo, ya que no habría valores de uso capaces de satisfacer necesidades –por abstracta que éstas puedan ser–. Sin consumo, a su vez, no habría producción, ya que no habría sujetos necesitados de producir y, por ende, la producción no tendría ningún sentido, se volvería superflua. Es por ello que, así como la producción necesita ensancharse tanto más cuanto más se multiplican y diseminan las necesidades, también el consumo debe estirarse o encogerse dependiendo de las actualizaciones reales de la producción. De aquí que, según Marx:

Por el lado de la producción, a esto corresponde: 1) que ella proporciona al consumo su material, su objeto. Un consumo sin objeto no es un consumo. 2) Pero no es solamente el objeto lo que la producción crea para el consumo. Ella da también al consumo su carácter determinado, su finish. [...] 3) La producción no solamente provee un material a la necesidad, sino también una necesidad al material.⁹⁸

Resulta claro, entonces, que la orientación de los procesos productivos no sólo conforma y confirma los objetos de consumo, sino también las maneras o las formas en que los consumimos, así como los modos a propósito de los cuales éstos devienen-necesarios para nosotros. Por ello, según señala Marx en su *Miseria de la filosofía*: “Lo más frecuente es que las necesidades nazcan directamente de la producción o de un estado de cosas basado en la producción”.⁹⁹ O bien, en su *Introducción* a los *Grundrisse*: “la producción engendra el consumo, creando el modo determinado de consumo, creando luego el atractivo del consumo y a través de éste la capacidad misma de consumo convertida en necesidad”.¹⁰⁰ En consecuencia, la producción no sólo produce objetos, sino también la necesidad de consumirlos y, además, de consumir estos y no otros, de tales maneras y no de otras, en determinadas proporciones y no en otras. En este sentido, la producción de necesidades y de formas de uso de los objetos cotidianos contribuye también a producir determinados

⁹⁸ *Ibid.*, p. 12.

⁹⁹ Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 22.

¹⁰⁰ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 14.

mecanismos de subjetivación, cuando menos en lo referente a los impulsos y a las disposiciones subjetivas productivas y consuntivas. Citando nuevamente a Marx:

La producción produce, pues, el consumo, 1) creando el material de éste; 2) determinando el modo de consumo; 3) provocando en el consumidor la necesidad de productos que ella ha creado originariamente como objetos. En consecuencia, el objeto del consumo, el modo de consumo y el impulso al consumo. Del mismo modo, el consumo produce la *disposición* del productor, solicitándolo como necesidad que determina la finalidad de la producción.¹⁰¹

En resumen, los procesos de producción y consumo de valores de uso resultan ser siempre modos de conservar y, al mismo tiempo, modificar las formas de la reproducción social, tanto objetiva como subjetiva, así como sus modos de sintetizar y ubicar las relaciones sociales vigentes en cada caso.¹⁰² Por ello, en todo proceso de producción-consumo se ponen en juego las maneras en que los agentes involucrados se relacionan con el mundo material, tanto natural como social. De esta manera, el problema general de la *producción* –producción de producciones, modalidades de consumo, objetos, mecanismos de subjetivación, formas de socialidad, etcétera– no consiste para nosotros simplemente en averiguar cómo producimos en cada caso particular, ni tampoco en exponer cómo se integran esas partes en una producción más o menos global, sino ante todo en mostrar sus *tendencias generales*, las cuales responden, en mayor o menor grado, a determinadas formas de racionalidad y a ciertas lógicas que, de un modo u otro, orientan y organizan el proceso de reproducción social en su conjunto. Dicho de otro modo, la producción no consiste, para nosotros, tan sólo en una serie compleja de procedimientos técnicos e instrumentales, sino especialmente en una serie de intervenciones y recreaciones constantes de las formas mediante las cuales nos relacionamos con el mundo social-material. Por tal motivo, la importancia de problematizar los modos a través y a propósito de los cuales producimos mundo,¹⁰³ no radica sencillamente en exhibir los componentes de la producción social, sino principalmente sus relaciones y sus lógicas de reproducción. Eso es lo que queremos atender. Pues la pregunta acerca de las maneras en que

¹⁰¹ *Ibid.*, pp. 12-13.

¹⁰² De aquí el carácter irremediamente *político* del proceso de reproducción social, el cual ameritaría un trabajo propio aparte para ser caracterizado de un modo medianamente afortunado.

¹⁰³ Incluso, si se quiere, en sentido heideggeriano. Cf. M. Heidegger, *El ser y el tiempo*, traducción de José Gaos, Fondo de Cultura Económica, México, 2012.

producimos el mundo de la cotidianidad se desdobra, simultáneamente, como la pregunta acerca de cómo nos reproducimos regularmente a nosotros mismos. He ahí las potencias de la producción, pero también sus peligros, ya que, según advierte Marx en *El capital*: “El problema surge simultáneamente con los medios que permiten resolverlo”.¹⁰⁴ Las contradicciones que aquí observaremos aumentarán y se acentuarán, por consiguiente, junto con el desarrollo de las condiciones que posibilitarían su propio remedio.

¹⁰⁴ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 108.

CAPÍTULO II

FORMACIÓN DE VALOR E INTERCAMBIO MERCANTIL

El valor es totalitario.
Jean Baudrillard

En el capítulo anterior expusimos algunas de las determinaciones y agenciamientos del proceso de reproducción social, considerando su orientación concreta con vistas a la forma social-natural del valor de uso. Ahora examinaremos una nueva dimensión abstracta de la reproducción social, que corresponde a los procesos de formación y tráfico del valor no bien los productos del trabajo se convierten en mercancías y el trabajo pasa a ser considerado de un modo abstracto, general, formal y cuantificable. Esto nos servirá para comprender cómo opera y tiende a desarrollarse, de una manera cada vez más generalizada, la lógica del valor,¹⁰⁵ que contiene en sí el germen de toda posible lógica de enajenación-apropiación o intercambio de objetos y, en última instancia, de toda posible acumulación, que es un fenómeno específico de la dimensión abstracta del valor, ya que en nada tiene que ver con la forma social-natural del valor de uso salvo en la medida en que la utiliza como mediación suya. Por tanto, lo que nos interesará averiguar en este momento de la investigación es cómo tiende la forma social-abstracta del valor a trastocar, reubicar y refuncionalizar el proceso de reproducción social al reorientarlo y redirigirlo según su propia lógica de operación, que se expande de un modo predominante o mayoritario hasta convertirse en régimen del sentido, el ordenamiento y la aparición de las cosas y de nuestras formas de relacionarnos cotidianamente con ellas. En pocas palabras, trataremos aquí de problematizar, como diría Lukács, “la medida en la cual el tráfico mercantil es la forma dominante del intercambio o metabolismo de una sociedad”.¹⁰⁶

Únicamente donde hay mercancías, puede emerger la contradicción entre sus dos dimensiones o sus dos modos de ser contrapuestos, la forma de valor de uso y la forma de valor. Ambas formas de existencia de la mercancía tienden a orientar, según su propia lógica y sus modos específicos de operación, los tipos de devenires y las maneras de organizar la reproducción social. De aquí que valor de uso y valor no sean solamente los componentes

¹⁰⁵ No podemos rastrear, localizar ni derivar la lógica del valor a partir de la mera particularidad de los objetos mercantiles tomados por separado, ni tampoco sumados sencillamente en una especie de totalidad unificada. La lógica del valor consiste, más bien, en la tendencia general a propósito de la cual se estructuran, se articulan y se organizan los objetos mercantiles en el marco de la reproducción social considerada en su conjunto. Por tal motivo, sería insuficiente indagar simplemente qué tipo de mercancías producimos en cada caso –a pesar de que tal pregunta también tenga su importancia–, ya que lo que trataremos de averiguar es, por un lado, cuál es y cómo opera la lógica en torno de la cual producimos lo que producimos y lo hacemos en los modos en que lo hacemos; y por otro lado, los efectos de superficie que dicha lógica (re)productiva provoca.

¹⁰⁶ Lukács, *La cosificación y la conciencia del proletariado*, op. cit., p. 90.

orgánicos de la mercancía considerada en su determinación de ser un objeto producido o un producto objetivo, sino que también constituyen dos tendencias o dos lógicas, antitéticas pero simultáneamente determinantes, de la reproducción social.

Ahora bien, no sólo la contradicción valor de uso-valor existe *exclusivamente donde hay mercancías*, sino que también sucede que, *siempre que hay mercancías, acontece tal contradicción*, ya sea en un mayor o menor grado de extensión y con un mayor o menor grado de intensidad y desarrollo, etcétera.¹⁰⁷ Por ende, el antagonismo irresoluble entre la forma social-natural del valor de uso y la forma social-abstracta del valor le es inherente e inseparable a la forma mercantil en cuanto tal, debido a su propia composición orgánica. Es por ello que, cuanto más se expande y se profundiza el desarrollo de la figura mercantil en cualquier formación social, tanto más se complejiza también en ella el despliegue de la contradicción latente entre sus dos lógicas o sus dos formas de existencia contrapuestas. Por ejemplo, la incipiente conversión de los valores de uso en mercancías manifiesta tan sólo, en su forma de larva, un antagonismo más o menos simple entre la forma social-natural del valor de uso y la forma social-abstracta del valor. No obstante, cuanto más se desarrolla el intercambio mercantil a lo largo, a lo ancho y en profundidad dentro de la reproducción social, tanto más pareciera el valor emanciparse del valor de uso –del cual, sin embargo, depende necesariamente para existir e insistir–, tendiendo así a actuar de un modo cada vez más autónomo y aparentemente por fuera o más allá de aquél, aunque sin lograrlo jamás por completo. De aquí que, según Marx, “la forma simple de valor de la mercancía es a la vez la forma mercantil simple adoptada por el producto del trabajo, y que, por tanto, el desarrollo de la forma mercancía coincide también con el desarrollo de la forma de valor”.¹⁰⁸ Lo que aquí queremos examinar es ese desarrollo mismo.

2.1 Del valor de uso a la mercancía: la relación parasitaria valor-valor de uso

¹⁰⁷ Cabe aclarar que por desarrollo no entendemos progreso, sino un cierto movimiento –no exento de accidentes, discontinuidades, interrupciones, dispersiones, recortes, imprevistos, etcétera– de expansión y generalización de ciertas tendencias y determinaciones que son, en este caso, las propias de la lógica del valor.

¹⁰⁸ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 76.

Lo primero que hay que decir acerca de la figura mercantil es que ella es siempre, necesariamente, un valor de uso y, por tanto, producto del trabajo.¹⁰⁹ Pero no sucede, a la inversa, que todo valor de uso sea forzosamente una mercancía. Tan sólo bajo circunstancias histórica y socialmente específicas puede un valor de uso devenir-mercancía, es decir, convertirse en un objeto intercambiable o en un objeto *para* el cambio.¹¹⁰ Por consiguiente, no se nace mercancía, se llega a serlo, puesto que la forma de valor es ella misma un producto, un efecto y, sobre todo, una *relación* histórico-social.¹¹¹ Tal como señala Marx en *El capital*:

Bajo todas las condiciones sociales el producto del trabajo es objeto para el uso, pero sólo una época de desarrollo históricamente determinada —aquella que presenta el trabajo gastado en la producción de un objeto útil como atributo ‘objetivo’ de este último, o sea como su valor— transforma el producto del trabajo en mercancía.¹¹²

La realidad de las mercancías sólo es posible allí donde se vuelve socialmente vigente relacionar distintos productos, cualitativamente inconmensurables e incomparables, como cosas equiparables. Por lo tanto, el devenir-mercancía de los productos del trabajo consiste en el desdoblamiento de su nueva composición esquizofrénica, que los hace transitar por un modo de existencia doble, como objetos útiles y *simultáneamente* intercambiables. En consecuencia, toda mercancía es unión inmediata valor de uso-valor.¹¹³ En palabras de Marx:

Las mercancías vienen al mundo revistiendo la forma de valores de uso o cuerpos de mercancías [...] Es ésta su prosaica forma natural. Sin embargo, sólo son mercancías debido a su *dualidad*, a que son objetos de uso y, simultáneamente, portadoras de

¹⁰⁹ La idea de que una mercancía sin utilidad alguna no es más que una quimera, Marx la retoma de Proudhon, pero la mejora sustancialmente, en tanto que reconoce, por un lado, que incluso las mercancías más aparentemente superfluas son valores de uso; pero, al mismo tiempo, advierte que la producción de mercancías, como producción de cosas de valor, no tiende a reparar demasiado en la utilidad social real de los objetos que produce, mientras tengan formalmente alguna. Por su parte, ya también David Ricardo afirmaba que la utilidad, si bien no es la medida del valor de cambio, es sin embargo absolutamente necesaria para él.

¹¹⁰ Esto puede corroborarse considerando, por ejemplo, ciertos modos de producción pre-mercantiles, pero también pensando en ciertos márgenes, sincrónicos a los más variados modos de producción de mercancías, donde no todo valor de uso se convierte socialmente en un objeto mercantil. De aquí que, como bien insistiría Bolívar Echeverría, vivir *en* y *con* mercado no quiere decir que tengamos que vivir *por* y *para* él.

¹¹¹ “Un producto, puesto como valor de cambio, esencialmente ya no está más determinado como algo simple, es puesto como algo distinto de su cualidad natural, es puesto como *relación*”. Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 140.

¹¹² Marx, *El capital*, *op. cit.*, pp. 75-76.

¹¹³ Para aclarar este punto, podríamos recurrir a una analogía con la *Ética* de Spinoza y decir que la mercancía es como un modo o una afección determinada que está atravesada y envuelta simultáneamente por dos atributos distintos, que serían el de la utilidad y el del cambio, es decir, valor de uso y valor. Cf. Baruch Spinoza, *Ética*, traducción de José Gaos, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1997.

valor. Sólo se presentan como mercancías, por ende, o sólo poseen la forma de mercancías, en la medida en que tienen una *forma doble*: la forma natural y la forma de valor.¹¹⁴

De esta manera, si bien sólo los objetos útiles pueden devenir-mercancías, no sólo las mercancías son objetos útiles –pues hay objetos útiles no mercantiles–, ni las mercancías son sólo objetos útiles –pues son también objetos de cambio–. Esto supone, por un lado, que los valores de uso no dejan de serlo en cuanto se convierten en mercancías, pero también que toda mercancía es distinta de sí misma en cuanto mero valor de uso. Asimismo, la mercancía no es tampoco únicamente valor, sino también valor de uso. No obstante, consideradas como cosas que son valor, ellas divergen de sí mismas consideradas como cosas útiles. Por ello, para equiparar entre sí productos de trabajos distintos, sus poseedores tienen que reconocer primero la relación entre el valor de uso y el valor de sus propias mercancías, es decir, reconocer que la cantidad de valor de uso que poseen y quieren intercambiar, contiene una determinada cantidad de valor. Por ello, según Marx: “La mercancía debe ser ante todo convertida en tiempo de trabajo, o sea en algo cualitativamente distinto de ella”.¹¹⁵

Mientras que la determinación o la dimensión útil de las mercancías las vuelve consumibles, su determinación o dimensión abstracta de valor las torna enajenables, apropiables e intercambiables. Por consiguiente, la forma de valor de las mercancías, a diferencia de su forma de valor de uso, no constituye una forma social-natural de su existencia, sino que se añade a ellas como un tercer elemento estrictamente relacional y social. De aquí que Bolívar Echeverría, siguiendo de cerca a Marx, la caracterice como una forma social-abstracta.¹¹⁶

La forma social-abstracta del valor se relaciona con la forma social-natural del valor de uso como una especie de parásito que, insertándose dentro de él, lo carcome y refuncionaliza –más nunca desfuncionaliza– su organismo en función de sí mismo. Recordemos que el parasitismo es un tipo de relación entre dos organismos en la cual la existencia de uno de ellos, el organismo parasitario –que puede ser un ácaro en la piel, una ameba en un intestino o un valor en un valor de uso–, depende de instalarse en el cuerpo del otro, el organismo huésped u hospedador, obteniendo así un beneficio de él. Es exactamente

¹¹⁴ Marx, *El capital*, op. cit., p. 58.

¹¹⁵ Marx, *Elementos fundamentales...*, op. cit., p. 68.

¹¹⁶ Cf. Echeverría, *La “forma natural” de la reproducción social*, op. cit., pp. 33-46.

así como se comporta el valor frente al valor de uso, territorializando en él su propio *habitus*, es decir, su manera de habitar y de existir en ese cuerpo. Asimismo, tal y como en la mayoría de las relaciones parasitarias el cuerpo del hospedador tiende a ser dañado mediante la reproducción de la existencia del parásito, la forma de valor de uso tiende a ser continuamente golpeada, sometida y atrofiada por el valor que ella misma pasa a encerrar.

Como vemos, el valor no es una cosa, ni tampoco un atributo cósmico de las mercancías, sino más bien una relación estrictamente social que las atraviesa, las rodea y las envuelve. Por ello, resulta claro que, así como la materia naturalmente dispuesta no es por sí misma un valor de uso, tampoco los valores de uso tienen de suyo una vocación mercantil, ni valen por sí mismos. Su valencia –y por ende también su equi-valencia– no reside en su propia naturaleza o composición físico-química, sino que brota como efecto de superficie de las relaciones de intercambio que se ejecutan sobre ellos, a través de ellos y a propósito de ellos, considerados ya como cosas enajenables-apropiables. De aquí la incongruencia de buscar el valor en el valor de uso, así como de buscar el valor de uso en el valor. Pues si bien ambos términos se articulan en la forma mercantil, ninguno puede derivarse o deducirse del otro. En otras palabras, el valor no contiene un solo átomo de valor de uso, así como la utilidad de las cosas no nos dice en absoluto cuánto valen. Consiguientemente, por más que miremos el cuerpo natural de una mercancía con potentes microscopios, éste seguirá siendo inconcebible *en sí* como cosa que es valor *para* nosotros, ya que no hay ningún puente natural, necesario o inmediato que conduzca de la utilidad al valor, ni del valor a la utilidad.

Sirvámonos de un par de ejemplos para aclarar el carácter estrictamente *relacional* del valor. Una silla aterciopelada puede hacer las veces de trono, pero la cualidad de trono no está contenida en la naturaleza aterciopelada de la silla, sino en otra parte. Un trono no es simplemente una silla aterciopelada, sino una relación social, distinta del cuerpo natural de la silla aterciopelada, pero que pareciera ocupar su lugar o hacer las veces de ella. Sin embargo, esta relación social no se da simplemente al margen de la materialidad efectiva de la silla aterciopelada, sino que la atraviesa, la envuelve y la inscribe en un registro diferente, donde cambia incluso la lógica de aparición, ordenamiento y funcionamiento del cuerpo del rey que se sienta en ella. La silla aterciopelada *deviene*-trono y el trono *deviene*-silla aterciopelada, pero ninguno de los dos términos *es*, en sí, el otro. Es decir, la silla aterciopelada adopta la relación social específica del trono, al mismo tiempo y en el mismo

sentido en que el trono adopta la forma material de la silla aterciopelada. Lo mismo sucede con el valor de las mercancías, el cual no *es* ni *proviene* de su valor de uso, pero se instala formalmente en él y, por consiguiente, *se convierte* en él.

Otro ejemplo análogo podría ser el de las representaciones religiosas, sean éstas musicales, pictóricas, escultóricas o de cualquier otro tipo. El carácter religioso de tales representaciones no reside simplemente en sus partituras, en sus lienzos de tela o en sus figuras talladas en madera, sino en toda una serie de relaciones sociales específicas que atraviesan y articulan las figuras materiales con la fe de los creyentes. Por eso, ciertas críticas incautas de algunos ateístas excitados, que pretenden dejar a la gente sin religión al querer hacerles notar que sus dioses no son más que madera, tela o papel, resultan filosóficamente más ingenuas que la religiosidad de quienes creen, pues no comprenden que los dioses no son simplemente el material del que están hechas sus representaciones, sino la relación entre el material y la creencia. Lo mismo pasa con el valor en relación con el valor de uso, en tanto que se trata de una relación material incorporal que, no obstante, produce modificaciones en los modos de ser y de aparecer de los cuerpos útiles de las mercancías. De aquí que podamos pensar este tipo de relaciones como relaciones de *sentido*, tal como sugiere Echeverría al hablar del carácter inherente e inevitablemente semiótico del valor de uso y, para nosotros, también del valor.¹¹⁷

Aunque el valor de las mercancías depende inevitablemente de instalarse sobre su propio valor de uso como su plan de consistencia o su plano de inmanencia, debido a que el primero, según Marx, “sólo *existe* en un *valor de uso*, en una cosa”,¹¹⁸ sabemos que la naturaleza de ambas dimensiones es por entero diferente y no se reconocen mutuamente en sus respectivos procesos de formación, aunque coexistan irremediamente en la figura mercantil misma. Consecuentemente, si bien el valor no se determina por la utilidad, tampoco puede darse al margen de ella, de modo que ambos términos son distinguibles, antagónicos, pero inseparables. En este sentido, podríamos decir que la forma de valor de las mercancías no se relaciona con su forma de uso salvo en la medida en que se inserta parasitariamente en ella. Consecuentemente, al mismo tiempo que las mercancías presentan de un modo inmediato su doble carácter útil e intercambiable, estos caracteres no dan margen para

¹¹⁷ Cf. Echeverría, *El “valor de uso”: ontología y semiótica*, *op. cit.*

¹¹⁸ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 245.

descubrir por sí mismos las determinaciones que las entrelazan, las articulan y las relacionan bajo la forma específica de la mercancía.

Podríamos decir que, en primera instancia, las mercancías son *realmente* valores de uso, mientras que son *formalmente* valor. Es por ello que, como productos de trabajos concretos, ellas son inmediatamente distintas entre sí, pero resultan mediatamente igualadas a través de un procedimiento de abstracción de sus diferencias, convirtiéndose así en modalidades separadas de una misma sustancia social-formal de valor. Lo cual no significa, por supuesto, que los objetos pasen por un proceso de transustanciación molecular que los convierte en mercancías, sino que más bien resultan atravesados por determinados mecanismos de modificación de sus funciones y coordenadas sociales, pasando así a convertirse en objetos ya no sólo utilizables, sino además intercambiables.

En segunda instancia, las mercancías parecieran ser *realmente* valores y tan sólo *formalmente* valores de uso, ya que, si bien el valor necesita insertarse en un valor de uso, éste puede ser de cualquier índole y, en consecuencia, adoptar cualquier fisionomía concreta, cambiando de piel o de cuerpo tan esquizofrénicamente como se lo permite el propio proceso de intercambio. Por consiguiente, la utilidad de las mercancías tiende a convertirse en una mera condición *formal* de su existencia, mientras que la sustancia de valor se convierte en el componente *real* que hace a los productos devenir-mercancías. De aquí la regular apatía, indiferencia e insensibilidad de la forma-mercancía frente a su propia utilidad, que se convierte para ella en algo que debe ser ocultado salvo en la medida en que, paradójicamente, se muestra como requisito para el cambio. Así, aunque la forma social-abstracta de valor no se haya desprendido de su relación de necesidad y dependencia frente a la forma social-natural del valor de uso, tiende sin embargo a contradecirla y a contraponerse a ella, reduciéndola a un mero formalismo. Por ello, según Marx, “así como para el valor es importante el existir en algún valor de uso, le es indiferente que sea este o aquel valor de uso, como lo demuestra la metamorfosis de las mercancías”.¹¹⁹

En cuanto a la relación valor-valor de uso, sucede algo similar a lo que describe Hegel acerca de la forma abstracta –que sería en este caso la forma de valor– frente a los contenidos concretos –que serían en este caso los valores de uso–, cuando afirma que “la forma, en tanto completamente abstracta, es *indiferente* ante *cualquier contenido* y es, por tanto, capaz de

¹¹⁹ *Ibid.*, p. 245.

recibir a cualquiera de ellos”.¹²⁰ Es precisamente de esta abstracción formal de las cualidades y diferencias reales de las cosas, que las pone como determinabilidades simples o indiferenciadas, que se deriva su carácter universal como cosas de valor, ya que, según sostiene el propio Hegel en su *Filosofía del derecho*: “Su *universalidad*, que deriva de la particularidad de la cosa como simple determinación, a la vez que se abstrae de esta cualidad específica, es el *valor* de la cosa”.¹²¹

Como vemos, los cuerpos concretos de los objetos mercantiles no sólo no impiden la igualdad abstracta de sus almas de valor que se les contraponen, sino que de hecho la vehiculizan, convirtiéndose ellos mismos en meras instancias materiales de la misma sustancia social que es el valor. Es así como el valor se convierte en el alma universal de todos los cuerpos y, a su vez, todos los cuerpos se convierten en medios de cambio, es decir, en potencias para transfigurarse en otros cuerpos que no son todavía ellos mismos.

Ya los productos del trabajo han salido de su capullo como simples valores de uso, para transformarse ahora también –y sobre todo– en objetos de tráfico, en mercancías. En palabras de Marx: “Lo que el producto ofrece no es sólo un objeto útil, sino además y sobre todo un valor venal”.¹²² Por ello, no es lo mismo hablar de la mercancía como valor, es decir, de la mercancía en su forma de existencia abstracta como equivalente de otras, que del valor como producto, es decir, de la existencia del valor como instanciado en un valor de uso particular. El tipo de relaciones e investiduras que se dan, en un caso o en el otro, resultan radicalmente distintas en cuanto a sus disposiciones, sus potencias, sus orientaciones y sus lógicas. De aquí que, según Marx:

Si las mercancías pudieran hablar, lo harían de esta manera: Puede ser que a los hombres les interese nuestro valor de uso. No nos incumbe en cuanto cosas. Lo que nos concierne *en cuanto cosas* es nuestro valor. Nuestro propio movimiento como cosas, mercantiles lo demuestra. Únicamente nos vinculamos entre nosotras en cuanto valores de cambio.¹²³

2.2 Trabajo abstracto y formación de valor

¹²⁰ Hegel, *Enciclopedia de las ciencias filosóficas*, op. cit., §74, p. 178.

¹²¹ Hegel, *Filosofía del derecho*, op. cit., §63, p. 85.

¹²² Marx, *Miseria de la filosofía*, op. cit., p. 21.

¹²³ Marx, *El capital*, op. cit., p. 101.

Aunque se distingan radicalmente en cuanto a sus lógicas, sus modos de operación y sus registros de inscripción, tanto el valor de uso como el valor tienen un elemento formador en común: el trabajo. Por consiguiente, el trabajo constituye la base productiva de toda riqueza material, ya sea que se le considere desde el punto de vista concreto del valor de uso, o bien, desde el punto de vista abstracto del valor.

Marx desarrolla su versión más precisa y acabada de la teoría del valor-trabajo, que retoma a su vez de David Ricardo, hasta *El capital*, habiendo pasado en ese entonces ya por varios apuntes previos, incluidos los *Grundrisse*. Sin embargo, no deja de ser igualmente notable que, desde sus tempranos *Manuscritos* de 1844, mostraba ya un interesante esfuerzo teórico por situar lo que allí llamaba “la esencia subjetiva de la riqueza” en el trabajo y, precisamente, en el trabajo considerado en su generalidad abstracta, enajenada y desligada de sus determinaciones materiales específicas. Revisemos, por ejemplo, el siguiente pasaje:

La esencia subjetiva de la riqueza se traslada, por tanto, al trabajo. [...] Todavía el trabajo no es entendido en su generalidad y abstracción; está ligado aún *como a su materia* a un *elemento natural* especial; sólo es conocido todavía en una especial *forma de existencia naturalmente determinada*. Por eso no es todavía más que una enajenación del hombre determinado, *especial*, lo mismo que su producto es comprendido aún como una riqueza determinada, mas dependiente de la naturaleza del trabajo mismo. [...] Sin embargo, al reducirse el fetichismo de la antigua riqueza exterior, que existía sólo como un objeto, a elemento natural muy simple, y reconocerse su esencia, aunque sea sólo parcialmente, en su existencia subjetiva bajo una forma especial, está ya iniciado necesariamente el siguiente paso de reconocer *la esencia general* de la riqueza y elevar por ello a principio el trabajo en su forma más absoluta, es decir, abstracta. Se le probaría a la fisiocracia que desde el punto de vista económico [...] la *esencia* de la riqueza no es, pues, un trabajo *determinado*, un trabajo ligado a un elemento especial, una determinada exteriorización del trabajo, sino el *trabajo en general*.¹²⁴

Es precisamente mediante esa abstracción y generalidad como Marx propone distinguir al trabajo como productor de valores de uso, del trabajo en cuanto formador de valor, a pesar de que podamos estar hablando de un solo y mismo proceso productivo. Mientras que, desde el punto de vista del valor de uso, el trabajo importa en su concreción, desde el punto de vista del valor sólo importa como abstracción de sí mismo, separado de sus cualidades y depurado de sus determinaciones específicas. Así, mientras que el valor de uso tiende a lo concreto, lo

¹²⁴ Marx, *Manuscritos*, *op. cit.*, p. 138.

singular y lo molecular, el valor tiende más bien a lo abstracto, lo universal y lo “molar”, ya que. A decir de Marx:

Todo trabajo es, por un lado, gasto de fuerza humana de trabajo en un sentido fisiológico, y es en esta condición de trabajo humano igual, o de trabajo abstractamente humano, como constituye el valor de la mercancía. Todo trabajo, por otra parte, es gasto de fuerza humana de trabajo en una forma particular y orientada a un fin, y en esta condición de trabajo útil concreto produce valores de uso.¹²⁵

El carácter esquizofrénico de las mercancías es en realidad la forma objetiva del devenir-esquizofrénico del trabajo que las produce: por un lado, de un modo concreto, llevado a cabo de maneras específicas y según fines útiles determinados; y por otro lado, de un modo abstracto, general y formalmente indiferente a sus propios procedimientos y efectos para el uso. Entonces, si la mercancía es un objeto ambivalente, es precisamente porque el trabajo que en ella se ha solidificado es igualmente ambiguo, ya que se desdobra *simultáneamente* como proceso de producción de valores de uso –acreditándose así como un eslabón efectivo de la división social del trabajo– y como proceso de formación de valor. Tal como explica Marx en *El capital*: “Así como *la mercancía* misma es una unidad de *valor de uso* y *valor*, es necesario que su *proceso de producción* sea una *unidad de proceso laboral* y *proceso de formación de valor*”.¹²⁶ O bien, en los *Grundrisse*:

El tiempo de trabajo determinado es objetivado en una mercancía determinada y particular dotada de cualidades particulares y con particulares relaciones con las necesidades. Pero como valor de cambio el tiempo de trabajo debe ser objetivado en una mercancía que expresa solamente su carácter de cuota o su cantidad, que es indiferente a sus cualidades naturales, y puede por ello ser metamorfoseada en –o sea cambiada por– cualquier otra mercancía que sea objetivación de un mismo tiempo de trabajo.¹²⁷

Dada la naturaleza estrictamente abstracta del valor, éste no lleva nunca tatuada en la frente la marca peculiar de su nacimiento, sino que, por el contrario, tiende a transformar todo proceso y todo producto del trabajo en un complejo garabateo o jeroglífico social. Es por ello que la forma-mercancía resulta capaz de ocultar tan sencillamente su propia genealogía

¹²⁵ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 57.

¹²⁶ *Ibid.*, p. 226.

¹²⁷ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 96.

productiva, así como las relaciones sociales en el seno de las cuales se ha elaborado. Pues, según Marx: “En su figura de valor, la mercancía hace desaparecer todas las huellas de su valor de uso natural y del trabajo útil particular al que debe su origen, para devenir esa crisálida que es sólo concreción material social uniforme de trabajo humano indiferenciado”.¹²⁸ Desde el punto de vista abstracto del valor, realmente no importan demasiado las formas ni las condiciones efectivas bajo las cuales se lleven a cabo los procesos de producción, sino tan sólo que se desdoblén formalmente como procesos de trabajo y procesos de formación de valor. Consecuentemente, resulta cada vez más indiferente, además de incognoscible, si el trabajo que produce mercancías se ha realizado bajo el cruel e impiadoso látigo del capataz de esclavos, bajo los lazos de la libre asociación de trabajadores o bajo la codiciosa hambre canina de ganancia del capitalista.

Lo que distingue los procesos de formación de valor de los procesos de producción de valores de uso, no son propiamente sus componentes, sino más bien las relaciones que se dan entre ellos, las orientaciones ante las cuales responden y las maneras de articular sus flujos y los cortes de esos flujos. Por tanto, la diferencia específica de la producción de mercancías, frente a otras formas de producción de objetos, consiste en su manera de ponerse en movimiento dentro de registros y regímenes específicos, que son en este caso los del intercambio. De aquí que diversos modos de producción no necesariamente mercantiles puedan tener en común incontables elementos con otros modos de producción específicamente mercantiles, pero distinguiéndose entre sí en las respectivas maneras en que los organizan, los reparten y los hacen aparecer en cada ocasión; de tal suerte que, aunque el estado de cosas pueda ser prácticamente indistinguible, cambie el sentido de su lógica, la lógica de su sentido y la relación dinámica entre sus potencias.

Desde el punto de vista del valor de uso, los diversos trabajos se distinguen los unos de otros en sus cualidades concretas, expresándose esa diferencia tanto en los procesos como en los productos. Así, por ejemplo, los trabajos difieren de múltiples maneras según sea el grado de desarrollo técnico con el que cuentan, el fin específico hacia el cual se orienta su actividad, las relaciones sociales que establecen y permiten, los medios que utilizan y las determinadas maneras en que los emplean, etcétera. Desde el punto de vista del valor, en cambio, los diversos trabajos, lejos de distinguirse entre sí según sus singularidades y

¹²⁸ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 133.

especificidades, se equiparan abstractamente como meros momentos simples o partes alícuotas del mismo proceso social global de trabajo abstracto que forma valor. Por consiguiente, cada proceso parcial de trabajo puede y debe ser significado como una mera instanciación del mismo trabajo humano en general,¹²⁹ difuminando así sus caracteres especiales en un formalismo que disuelve sus desigualdades reales para entrar en escena y acreditarse como simple actividad formadora de valor.

Mientras que el trabajo concreto es considerado en sus cualidades útiles y productivas específicas, el trabajo abstracto es considerado de un modo simple, homogéneo e indistinto frente a cualquier proceso productivo en general, en tanto que todos ellos pasan a representar meros momentos de gasto de fuerza humana de trabajo que forma valor. De esta manera, según Marx: “Sobre la base de los valores de cambio, el trabajo es *puesto* como trabajo general sólo mediante el *cambio*”.¹³⁰ Por consiguiente, desde esta segunda consideración abstracta del trabajo, las propiedades sensibles y especiales de los productos, junto con el reconocimiento de que han sido elaborados a través de actividades específicas y de que, además, pueden satisfacer necesidades determinadas, parecieran esfumarse en virtud de su nuevo aspecto espectral, sensorialmente suprasensible, que es el valor. Tal como escribe nuevamente Marx, “la especificidad del producto tiende a desvanecerse, al mismo tiempo que aparece la posibilidad de otra «realización»”.¹³¹ Esta otra realización es la del intercambio, y no ya la del consumo. Así, aunque las mercancías sigan conservando su forma singular y concreta, como valores de uso, sufren al mismo tiempo un proceso de enajenación de sus cuerpos útiles, reorientados ahora como meros medios de cambio, o bien, como simples elementos de absorción de valor y, por ende, como dispositivos de acumulación de trabajo abstracto.

Cuando hablamos de trabajo concreto y trabajo abstracto, no nos referimos a dos tipos distintos de trabajo, sino a dos maneras diferentes de considerar los mismos procesos esquizofrénicos de producción, desde dos puntos de vista disímiles. Por consiguiente, no es

¹²⁹ Cabe aclarar que aquí “trabajo humano en general” no quiere decir ya “trabajo genérico humano”, como sucedía, por ejemplo, en los *Manuscritos*. En este punto, Marx no se refiere a que el trabajo en general sea un elemento abstracto de la esencia genérica humana, sino a que éste ha pasado a representar socialmente un mero gasto de fuerza humana de trabajo cualquiera, independientemente de las formas concretas en que se haya gastado efectivamente.

¹³⁰ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 100.

¹³¹ *Ibid.*, p. 32.

el caso que el trabajo en sí se duplique en la producción de mercancías –primero, como trabajo que elabora valores de uso; después, como trabajo que forma valor–, sino que más bien éste se desdobra para nosotros como simultáneamente útil y creador de valor. Así, lo que se aparece como trabajo concreto desde el punto de vista del valor de uso, se presenta como trabajo abstracto desde el punto de vista del valor, siendo esta segunda perspectiva la que inaugura la posibilidad de equiparar, en proporciones específicas, trabajos y productos más complejos con trabajos y productos más sencillos. Tal como expresa Marx:

A partir de este momento los trabajos privados de los productores adoptan de manera efectiva un doble carácter social. Por una parte, en cuanto trabajos útiles determinados, tienen que satisfacer una necesidad social determinada y con ello probar su eficacia como partes del trabajo global, del sistema natural caracterizado por la división social del trabajo. De otra parte, sólo satisfacen las variadas necesidades de sus propios productores, en la medida en que todo trabajo privado particular, dotado de utilidad, es pasible de intercambio por otra clase de trabajo privado útil, y por tanto le es equivalente.¹³²

El valor de las mercancías no es más que una forma histórica y socialmente vigente de expresar que aquéllas contienen una cierta objetividad espectral y homogénea, que Marx caracteriza jocosamente como “una mera gelatina de trabajo humano indiferenciado, esto es, de gasto de fuerza de trabajo humana sin consideración a la forma en que se gastó la misma”.¹³³ Dicho de otro modo, el valor no es más que la envoltura objetiva o el espejo social del hecho de que las mercancías representan un trabajo pretérito que, de un modo abstractamente productivo, se ha solidificado y acumulado en ellas. Por ende, un valor de uso cualquiera sólo puede convertirse en mercancía porque, según el autor de *El capital*, “en él está *objetivado* o *materializado* trabajo abstractamente humano”.¹³⁴ De aquí que podamos caracterizar a la dimensión del valor, sencillamente, como la forma de igualdad o igualación abstracta de todos los trabajos y de todos sus productos, en tanto que se pone cualitativamente para ellos como denominador común, difuminando así sus diferencias específicas con tal de inscribirlos, sin discriminaciones de género o especie, dentro de las codificaciones del intercambio, esto es, bajo la lógica de la equivalencia. Tal como diría según Jean Claude

¹³² Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 90.

¹³³ *Ibid.*, p. 47.

¹³⁴ *Ídem.*

Girardin, “Si unas cosas dispares [...] pueden ser intercambiadas es porque tienen en común, en cuanto mercancías, un valor de cambio radicalmente distinto de sus valores de uso respectivos”.¹³⁵ En este sentido, podríamos afirmar que la relación de igualdad entre los distintos trabajos, así como entre sus diversos productos, consiste sencillamente en medirse con un mismo rasero, o en compararse bajo una misma unidad de medida.

Para poder comparar e intercambiar, en calidad de equivalentes, mercancías cualitativamente distintas, que no tienen nada que ver entre sí consideradas como valores de uso, primero deben relacionarse cada una con un tercer elemento común a ambas, que es el trabajo abstracto solidificado en su producción. Vale decir, los productos del trabajo tienen que ser en primer lugar equiparados consigo mismos como continentes de una sustancia de valor que permite su cambio y que, en cuanto tal, diverge de su utilidad social-natural. En este sentido, los valores de uso deben comportarse como desiguales consigo mismos, puestos ahora como mercancías. Tal como explica Marx en sus *Grundrisse*:

Apenas un producto (o una actividad) se convierte en valor de cambio, no sólo es transformado en una determinada relación cuantitativa, en una proporción –vale decir, en un número que expresa qué cantidad de otras mercancías le es igual, es su equivalente, o en qué relación él es el equivalente de otras mercancías–, sino que debe al mismo tiempo ser transformado cualitativamente, convertido en otro elemento, a fin de que ambas mercancías se conviertan en magnitudes concretas, es decir, tengan la misma unidad, y se vuelvan por tanto conmensurables.¹³⁶

La necesidad de igualar constantemente las distintas mercancías, de un modo abstracto, manifiesta en todo momento la insistencia de su desigualdad concreta, pues la posibilidad misma de que productos heterogéneos converjan entre sí como cosas de valor se funda, realmente, en su divergencia inmediata como valores de uso. Si se intercambian productos equivalentes, se debe a que sus utilidades son cualitativamente diferentes y satisfacen necesidades desiguales –pues no se cambian valores de uso de un tipo por valores de uso de ese mismo tipo, sino por otros de índole distinta–, pero la *posibilidad* misma de intercambiarlos radica, contradictoriamente, en la abstracción de sus diferentes determinaciones útiles, convirtiéndolos así en valores indiferenciados e indeterminados. En

¹³⁵ Jean Claude Girardin, “Signos para una política: lectura de Baudrillard”, en J. Baudrillard, *La génesis ideológica de las necesidades*, traducción de Joaquín Jordá, Anagrama, Barcelona, 1976, p. 10.

¹³⁶ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 68.

consecuencia, las mercancías son intercambiables gracias a la abstracción de sus especificidades y a su forma de igualdad en cuanto cosas que son valor, pero su intercambio real se debe, por el contrario, a sus diferencias cualitativas, circunscritas a distintos registros de necesidad.

Como valor de uso, un producto no significa mucho más que una cantidad determinada de ese objeto para el uso que, además, representa un trabajo cualitativamente especial y orientado que se ha objetivado en él, así como también una potencial forma específica de satisfacer necesidades determinadas. *Como valor*, por su parte, el mismo producto pasa a figurar socialmente como un mero contenedor de trabajo pretérito acumulado, de modo que el intercambio de productos diversos no es, en realidad, más que la forma objetiva del intercambio entre los distintos trabajos cristalizados y representados en ellos. Por ende, el intercambio de mercancías tiene su base en el intercambio de actividades que participan en la producción, es decir, en la división del trabajo misma. De aquí que, según expone Marx en su *Miseria de la filosofía*: “Admitiendo la división del trabajo, se admite también el intercambio y, en consecuencia, el valor de cambio”.¹³⁷ O bien, ya en los *Grundrisse*:

Cambio y división del trabajo se condicionan recíprocamente. Cuando cada [individuo] trabaja para sí y su producto no representa nada para sus propios fines, debe naturalmente realizar intercambios, no sólo para participar en el patrimonio productivo general, sino también para transformar el propio producto en un medio de vida para sí mismo.¹³⁸

Como continentes de valor, las mercancías son *cualitativamente* equivalentes respecto de todas las demás, en determinadas relaciones *cuantitativas* de intercambio, cuya proporción se establece a propósito del trabajo abstracto encerrado en ellas. Recurriendo nuevamente a los *Grundrisse*, podemos sostener que:

Como valor la mercancía es al mismo tiempo un equivalente de todas las otras mercancías en una determinada relación. Como valor la mercancía es un equivalente; como equivalente, todas sus cualidades naturales están canceladas en ella; la

¹³⁷ Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 12.

¹³⁸ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 85.

mercancía no mantiene ya ninguna relación cualitativa particular con las otras mercancías.¹³⁹

Para que todos los trabajos más disímiles, junto con sus productos más heterogéneos, puedan igualarse cualitativamente y volverse equivalentes e intercambiables entre sí, es necesario que se lleven a cabo diversos procedimientos, socialmente vigentes, mediante los cuales se haga omisión de sus determinaciones específicas y surja, por su parte, un nuevo espectro, común a todos ellos, que los iguale formalmente. Por ello, según Marx: “La *igualdad de trabajos toto cælo* [totalmente] *diversos* sólo puede consistir en *una abstracción de su desigualdad real*, en la reducción al carácter común que poseen en cuanto *gasto de fuerza humana de trabajo, trabajo abstractamente humano*”.¹⁴⁰ Por consiguiente, las relaciones de intercambio, que ponen a las mercancías como cosas recíprocamente equiparables, se fundan en el carácter abstracto del trabajo. No obstante, nadie pone en relación distintas mercancías por concebirlas como meras objetivaciones materiales del mismo trabajo general y homogéneo, sino que, al equiparar entre sí como valores intercambiables productos heterogéneos, equiparamos en ese acto, de un modo regularmente espontáneo e inconsciente, los diferentes trabajos útiles contenidos en ellos. No lo sabemos, pero lo hacemos. De otro modo, el intercambio mercantil sería tan inconcebible como impracticable, ya que no existiría punto de comparación entre las diferentes mercancías.

Dado que el valor es, de hecho y de derecho, un efecto de superficie estrictamente social-formal de determinadas operaciones de abstracción, reducción y simplificación del trabajo, que tiende así a ser depurado de sus determinaciones singulares, con tal de difuminar la perturbadora y desequilibrante interferencia incuantificable de su concreción, resulta claro que las relaciones de intercambio tienden a supeditar lo concreto a lo abstracto. Todo lo sólido, o más bien lo concreto, se desvanezca en el aire de la abstracción. Toda actividad productiva resulta, de esta manera, pasible o susceptible de ser considerada como mero trabajo simple que forma valor. Lo mismo sucede con los productos objetivos del trabajo. Por ello, las mercancías tienden a aparecerse cada vez menos en su determinación de ser productos de trabajos concretos y, por el contrario, se presentan cada vez más en su mera

¹³⁹ *Ibid.*, p. 66.

¹⁴⁰ Marx, *El capital, op. cit.*, p. 90. O bien, según se lee también en el capítulo VI inédito de *El capital*, “La identidad se demuestra dejando de lado la diferencia”. Marx, *El capital, Libro I, Capítulo VI (inédito)*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1975, p. 10.

abstracción de ser formas o modalidades de existencia del valor. Así, las tendencias de simplificación, formalización, cuantificación e indiferenciación del trabajo y sus productos, se convierten en ejes estructurantes cada vez más potentes de la reproducción social. Por ello, según Marx: “El hecho de que sólo sirva de medida del valor la cantidad de trabajo independientemente de su calidad, implica a su vez que el trabajo simple es el eje de la actividad productiva”.¹⁴¹

2.3 Cuantificación del trabajo y magnitud de valor

Dado que la forma de valor, como unidad de medida o espejo de todas las mercancías, iguala *cualitativamente* los más variados trabajos y productos, éstos ya sólo pueden distinguirse *cuantitativamente*, en virtud de sus *magnitudes de valor*, que representan tan sólo un más o un menos de la misma sustancia social formal de valor. Tal como explica Marx: “En cuanto valores todas las mercancías son cualitativamente iguales y sólo cuantitativamente diferentes, en consecuencia, se miden todas recíprocamente y se sustituyen (se cambian, son recíprocamente convertibles) en determinadas proporciones cuantitativas”.¹⁴² A la inversa, el hecho de que podamos distinguir entre sí las mercancías en términos puramente cuantitativos, presupone su puesta en escena social como cualitativamente iguales. Tal como interroga nuevamente el autor de los *Grundrisse*: “¿Qué supone la distinción puramente *cuantitativa* de los objetos? Su identidad *cualitativa*. Así, la medida cuantitativa de los trabajos presupone su igualdad cualitativa, la identidad de su *cualidad*”.¹⁴³ Por tanto, más allá de la concreción especial de los trabajos que producen mercancías y de las potencias útiles de sus productos, lo que interesa aquí, desde el punto de vista abstracto del valor, es el mero *quantum*, o la cuota de valor que se ha formado sobre la base del trabajo simple. De aquí que, según nuestro autor,

[...] si en lo que se refiere al *valor de uso* el trabajo contenido en la mercancía sólo cuenta *cualitativamente*, en lo que tiene que ver con la *magnitud de valor*, cuenta sólo *cuantitativamente*, una vez que ese trabajo se halla reducido a la condición de trabajo humano sin más cualidad que ésta. Allí, se trataba del *cómo* y del *qué* del trabajo; aquí

¹⁴¹ Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 33.

¹⁴² Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, pp. 65-66.

¹⁴³ *Ibid.*, p. 101.

del *cuánto*, de su duración. Como la magnitud de valor de una mercancía sólo representa la cantidad del trabajo en ella contenida, las mercancías, en cierta proporción, serán siempre, necesariamente, valores iguales.¹⁴⁴

Si la magnitud de valor es una simple sustancia de valor cuantitativamente determinada, a ella sencillamente hay que contarla. Pero el valor, evidentemente, no se mide en kilogramos, ni tampoco directamente en pesos y centavos, sino en tiempo. Según Marx: “Dado que el trabajo es movimiento, su medida natural es el tiempo”.¹⁴⁵ Entonces, así como el trabajo es la sustancia de valor, el tiempo es su medida, de modo que el valor se descubre como la forma objetiva de representar el tiempo de trabajo abstracto que se ha consumado, consumido y acumulado en la producción de una mercancía.

Debido a la función social del tiempo como medida del valor, el trabajo de un productor de mercancías ya no se distingue cualitativamente del trabajo de otro productor, o de otro tipo de trabajo productivo, sino tan sólo cuantitativamente, en virtud de la cantidad de tiempo que emplean en sus respectivos procesos indiferenciados de producción. De esta manera, la forma singular-concreta de los valores de uso se omite en la medida universal-abstracta de sus magnitudes de valor, que indica al mismo tiempo la cantidad de trabajo que encierran las mercancías y la cantidad de trabajo que, a su vez, pueden conseguir en su intercambio.

La importancia, cada vez mayor, de cuantificar el trabajo y determinar la magnitud de valor de las mercancías, hace brotar de su seno, como efecto de superficie, la aplastante necesidad de estar permanentemente contando el tiempo. No porque el tiempo, como se dice, sea oro, sino porque el valor es tiempo, tiempo de trabajo. De aquí que el reloj, como máquina técnica, capaz de medir el tiempo de un modo regular y constante, tienda a convertirse cada vez más en máquina social, esto es, en una especie de *socius* que sirve precisamente para asegurar un *continuum* uniforme, homogéneo y vacío que reproduce un tipo de relación cuantificada con el tiempo de trabajo, el tiempo de descanso y, en general, cualquier forma temporal de un devenir fijado, taponado y regulado por el minuterero y el segundero. No resulta extraño que Marx, en su *Miseria de la filosofía*, declare que:

¹⁴⁴ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 56.

¹⁴⁵ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 140.

[...] el péndulo ha pasado a ser la medida exacta de la actividad relativa de dos obreros como lo es de la velocidad de dos locomotoras. Por eso, no hay que decir que una hora de trabajo de un hombre vale tanto como una hora de otro hombre, sino más bien que un hombre en una hora vale tanto como otro hombre en una hora. El tiempo lo es todo, el hombre ya no es nada; es, a lo sumo, la cristalización del tiempo. Ya no se trata de la calidad. La cantidad lo decide todo: hora por hora, jornada por jornada.¹⁴⁶

Para explicar el concepto de máquina social, o *socius*, debemos recurrir a un tipo de filosofía que no es propiamente la de Marx, pero que se puede articular afortunadamente con ella. Se trata, en este caso, del pensamiento de Gilles Deleuze y Félix Guattari, para quienes las máquinas sociales se determinan en términos de extracción, separación, repartición, codificación y organización de los flujos y las producciones. En sus palabras:

[...] extracción de flujo, separación de la cadena, repartición de partes. Codificar los flujos implica todas estas operaciones. Esta es la tarea más importante de la máquina social, [...] que organiza las producciones de producción, las producciones de registro y las producciones de consumo.¹⁴⁷

Deleuze y Guattari utilizan, al igual que Marx, el ejemplo del reloj como máquina social, insistiendo en que no por ello deja de ser, al mismo tiempo, una máquina técnica. Lo que sucede en el caso del reloj como máquina social, frente al reloj como simple máquina técnica, es que cambian los tipos de agenciamientos, las formas de aparición y los registros de inscripción del reloj como máquina técnica frente a su devenir-máquina social. Según explican los autores de *El Anti Edipo*: “Una misma máquina puede ser técnica y social, pero no bajo el mismo aspecto: por ejemplo, el reloj como máquina técnica para medir el tiempo uniforme y como máquina social para reproducir las horas canónicas y asegurar el orden de la ciudad”.¹⁴⁸ Por consiguiente, el devenir-*socius*, en este caso del reloj, se caracteriza por las maneras en que sus intensidades tienden a codificar, descodificar, territorializar y desterritorializar de múltiples maneras las formas de organización o desorganización de los

¹⁴⁶ Marx, *Miseria de la filosofía*, op. cit., p. 34.

¹⁴⁷ Deleuze y Guattari, *El Anti Edipo*, op. cit., p. 147.

¹⁴⁸ *Ídem*. También Michael Löwy, refiriéndose ya de un modo específico a las sociedades capitalistas industriales, habla de cómo, en sus palabras: “La civilización industrial/capitalista es dominada, de manera creciente desde el siglo XIX, por el tiempo del reloj, capaz de una medición exacta y estrictamente cuantitativa. Las páginas de *El capital* están llenas de ejemplos aterradores de la tiranía del reloj sobre la vida de los trabajadores”. Michael Löwy, *Walter Benjamin: Aviso de incendio. Una lectura de las tesis “Sobre el concepto de historia”*, Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2002, p. 145.

objetos, los sujetos y los acontecimientos. Así, podemos hablar del devenir-máquina social del reloj, a propósito de las maneras en que tendemos a relacionarnos, con una frecuencia cada vez mayor, con las cosas y con los otros, a partir de una cierta racionalidad cuidadosamente cronológica, cuantitativa, calculística, axiomática e instrumental, que lo reduce todo al frío paso del tiempo mecánico. Esto con tal de poder contar y conocer, con la mayor exactitud posible, las proporciones de intercambio que se pueden dar entre las diversas actividades y entre los diferentes objetos, es decir, con el afán o el deseo obsesivo de determinar cuánta actividad y producto ajenos se obtendrán a cambio de enajenar la actividad y producto propios.

El tiempo que mide y determina el trabajo formador de valor, no es en realidad el tiempo efectivamente gastado en la producción individual de una mercancía particular, sino el tiempo de trabajo *socialmente necesario* para producir una mercancía *típica*, es decir, un cierto tipo de mercancía. De aquí que las mercancías individuales sean convertidas formalmente en simples partes alícuotas de su especie útil, o bien, en meros ejemplares medios de su clase.

El tiempo de trabajo socialmente necesario no es siempre el mismo para toda formación social, ni en cada momento histórico, ya que depende de las condiciones sociales reales y efectivas del ejercicio de cada proceso de producción; por ejemplo, el grado medio de destreza e intensidad de los trabajadores, los medios de trabajo con que se cuentan, el desarrollo de las técnicas y las tecnologías productivas, las propias condiciones naturales dentro de las cuales se trabaja, las relaciones sociales de producción, el grado de desarrollo de las fuerzas productivas en general, etcétera.

La idea que sugiere que el valor se determina por el tiempo de trabajo socialmente necesario, es desarrollada por Marx, con la mayor precisión y cabalidad hasta *El capital*. Sin embargo, la teoría del valor-trabajo como tal no aparece allí por primera vez. De hecho, ya David Ricardo hacía uso de ella, con una anterioridad notable a Marx. Asimismo, este último, desde su *Miseria de la filosofía*, concebía ya al tiempo como la medida del trabajo, pero sin distinguir todavía entre el tiempo de trabajo *socialmente necesario* y el tiempo de trabajo *efectivamente consumido* en la producción de mercancías, ni tampoco entre categorías como

valor de cambio y valor relativo.¹⁴⁹ En sus palabras: “La medida del trabajo es el tiempo. El valor relativo de los productos es determinado por el tiempo de trabajo necesario para producirlos. [...] Por último, el valor *constituido* de un producto es simplemente el valor que se forma por el tiempo de trabajo plasmado en él”.¹⁵⁰ De igual manera, el joven Marx de la *Miseria de la filosofía* creía que el elemento determinante del valor de las mercancías era, no aún el trabajo socialmente medio requerido en la producción de un tipo de mercancía, sino el tiempo de trabajo *estrictamente necesario* para producirlas, es decir, el *mínimo* de trabajo establecido, según él, por la competencia productiva. En sus palabras, “el valor no es determinado por el tiempo en que una cosa ha sido producida, sino por el *mínimo* de tiempo en que puede ser producida, y este mínimo es establecido por la competencia”.¹⁵¹

Mientras no se entienda que el valor se determina por el tiempo de trabajo socialmente medio que se necesita para producir un tipo determinado de mercancía, no se explicará por qué si la elaboración de una mercancía particular excede dicha media social temporal requerida para la producción de su mismo tipo de mercancía, aquélla no representa ningún valor extraordinario por haber consumido más tiempo en su producción que el resto, sino que, por el contrario, el trabajo realizado durante tal tiempo excedentario se habrá gastado de un modo meramente superfluo en lo que se refiere al proceso de formación de valor.

2.4 El valor como valor de cambio

Desde el punto de vista de la producción, las mercancías son cosas de valor porque contienen una cierta cantidad de trabajo abstracto acumulado. Desde el punto de vista del intercambio, sin embargo, lo que pone de relieve su carácter de valor es su relación de equivalencia con otras mercancías, es decir, su expresión específica como objetos de cambio. Esto no significa, empero, que existan dos tipos de valor, uno que se da en la producción y otro que se da en el intercambio, sino que, si bien es en la producción donde se forma realmente el valor de las mercancías, es tan sólo en el registro del intercambio donde éstas pueden demostrar que en

¹⁴⁹ En *El capital*, en cambio, el autor distingue claramente entre valor de cambio y forma relativa del valor.

¹⁵⁰ Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 24.

¹⁵¹ *Ibid.*, p. 47.

ellas se ha acumulado efectivamente una cuota determinada de trabajo abstracto y, por ende, pueden acreditarse y realizarse socialmente como valores de cambio.

Los productos particulares del trabajo sólo pueden convertirse en esa generalidad abstracta de valor mediante el proceso de intercambio, pues sólo allí pueden realizarse específicamente como mercancías. No obstante, esa misma indeterminación a realizar que es el valor está, a su vez, presupuesta en las mercancías antes de su intercambio efectivo, ya que la posibilidad de su cambio depende de ser previamente consideradas como cosas de valor. Por consiguiente, el código o la determinación de valor de las mercancías no es sólo una premisa ideal del intercambio, sino también un efecto real suyo; pero, a la inversa, tampoco es sólo efecto del intercambio, sino también condición. Así, la sustancia de valor tiene que llegar a realizarse como valor de cambio que, a su vez, presupone al valor.

Para aclarar sus diferencias, podríamos decir que la *sustancia de valor* es la forma social de representar el trabajo simple o abstracto que se ha objetivado en las mercancías; la *magnitud de valor* es, por su parte, la cantidad de esa sustancia social que se ha formado en un tiempo determinado; y el *valor de cambio* es, por último, la expresión de valor que representa la relación de intercambio recíproco entre distintas mercancías mutuamente reemplazables o sustituibles, a través de la cual se ven a sí mismas reflejadas en otras que se les contraponen en proporciones determinadas por sus magnitudes de valor. Por consiguiente, el valor de cambio es una relación estrictamente social-mercantil que expresa de un modo cuantitativo la capacidad metamórfica, o de cambio, de las mercancías. En palabras de Marx, el valor de cambio de las mercancías “no es sino la expresión cuantitativamente especificada de su *capacidad de servir de medio de cambio*”.¹⁵² Entonces, aunque los objetos mercantiles contengan ya en sí una determinada cuota de sustancia de valor, para devenir-valores de cambio necesitan expresarse en otras mercancías que no son ellas mismas, manifestando de esa manera su carácter estrictamente relacional y diferencial. Tal como sugiere nuevamente el autor de los *Grundrisse*:

El valor de cambio de la mercancía expresa el conjunto de las relaciones cuantitativas dentro de las cuales todas las otras mercancías pueden ser intercambiadas por ella,

¹⁵² Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 134.

[relaciones] determinadas por la cantidad desigual de ellas que puedan ser producidas en un mismo tiempo de trabajo.¹⁵³

Dadas las diferencias específicas entre la sustancia de valor, la magnitud de valor y el valor de cambio, resulta posible que, aunque el valor de una misma mercancía encuentre múltiples expresiones de cambio en el mercado –ya que el complejo mosaico de equivalentes que se le contraponen en calidad de equivalentes se prolonga tanto como se extiende la cantidad de mercancías diferenciables–, éste permanezca como una misma cantidad determinada de sustancia social-abstracta, diferenciable de sus diversas expresiones en el cambio. Más todavía, es precisamente *por* tener un solo y mismo valor que una mercancía cualquiera puede adoptar numerosas expresiones de cambio al verse reconocida, citada y confrontada en toda una amplia gama de otras mercancías distintas.

El hecho de que el valor de cambio de una mercancía pueda encontrar para sí múltiples denominaciones en el mercado, en nada contradice el hecho de que su valor y su magnitud de valor se mantengan inalterados, sino que lo presupone. Si la magnitud de valor de las mercancías no cambia a la par que se modifican sus expresiones de cambio, es porque la sustancia de valor no se deriva del intercambio, sino que se forma previamente en el proceso de producción y durante el mismo. Sin embargo, aquél sólo puede realizarse efectivamente *por fuera* de sus procesos de formación, en la esfera del intercambio. De esta manera, podemos afirmar que el valor de cambio corresponde al modo de actualización y despliegue efectivo del valor, mediante el cual se pone adecuadamente en juego en el mundo de las mercancías. Por ello, el valor de cambio representa la forma de existencia más o menos sobresaliente y autónoma del valor respecto del valor de uso, ya que lo circunscribe en un registro distinto y relativamente propio que es el del intercambio. Así, según Marx: “Es sólo en su intercambio donde los productos del trabajo adquieren una objetividad de valor, socialmente uniforme, separada de su objetividad de uso, sensorialmente diversa”.¹⁵⁴

Para que los productos del trabajo puedan salir de su aparente inmovilidad y ponerse efectivamente en movimiento como mercancías, deben encontrar al menos otra mercancía que se les contraponga también como objeto para el cambio. Por ello, resulta absurdo concebir mercancías aisladas y solitarias. Para que exista una mercancía, tienen que existir

¹⁵³ *Ibid.*, p. 121.

¹⁵⁴ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 89.

al menos dos, ya que, según Marx, “*la expresión relativa del valor* de una mercancía es siempre y en general expresión de la *equivalencia entre dos mercancías*”.¹⁵⁵ Consecuentemente, toda mercancía se ve necesitada de la existencia de otras a las que, a su vez, incitan e invitan a intercambiarse. O lo que es lo mismo, todo objeto mercantil parcial precisa encontrar para sí, como medio de cambio disponible, una determinada cantidad de equivalente que se le contraponga. Por ello, la realización de la valencia de cualquier mercancía se revela siempre, en realidad, como una relación de equi-valencia.

Ninguna mercancía es capaz de definirse positivamente por su mero valor formado, objetivado y acumulado, sino tan sólo de un modo diferencial y relativo, a propósito de su valor expresado en el cambio, que pepena equivalentes. De aquí que la tarea fundamental de los poseedores de mercancías sea la de encontrar en el mercado otros productos ajenos en los que puedan ver expresado el valor de los suyos y, por ende, representen para ellos nuevas formas de uso en las que se pueden convertir sus propios productos. Es por ello que Nils Castro, por ejemplo, concibe al mercado –que no es un lugar o una institución, sino una multiplicidad de relaciones sociales de intercambio– como “una articulación orgánica de *diferencias*”.¹⁵⁶ Por su parte, Henri Lefebvre lo considera como “un curioso mundo de reflejos en el que cada ‘cosa’, espejo de todas las demás, las refleja o más bien es una reflexión de ellas”.¹⁵⁷

Todas las mercancías, bajo la forma específica de la equivalencia, o la polivalencia, tienen que poder verse al menos virtualmente confrontadas a todas las demás, en calidad de objetos recíprocamente enajenables e intercambiables. Dicho de otro modo, todas ellas deben poder ser tomadas por otras, ya que, según Lefebvre: “La forma mercantil implica cierta relación de cada objeto con todos los demás objetos que pueden intercambiarse en el mercado”.¹⁵⁸ En este sentido, podríamos decir que las múltiples mercancías están siempre marcadas por una alteridad o iterabilidad *a priori* como condición de posibilidad de su lanzamiento o entrada al mundo de las equivalencias, es decir, al mercado.

¹⁵⁵ *Ibid.*, p. 124.

¹⁵⁶ Nils Castro, “Para el estructuralismo histórico”, en Alberto Sánchez Mascuñán (dir.), *Estructuralismo y marxismo*, Grijalbo, México, 1970, p. 90

¹⁵⁷ H. Lefebvre, “Forma, función y estructura en ‘El capital’”, *op. cit.*, p. 27.

¹⁵⁸ *Ibid.*, p. 25.

Contrario al valor de uso, que corresponde al modo de existencia singularmente restringido de la riqueza, el valor halla por fin en el valor de cambio su forma de expresión universal y, por consiguiente, adecuada para el intercambio. Así, gracias a su carácter universal, el valor de cambio se convierte en la potencia y el lenguaje general de la riqueza material-social, dada su absoluta convertibilidad. Es por ello que el valor de cambio se configura para los poseedores de mercancías, según Marx, en “el grado de su fuerza de atracción sobre todos los elementos de la riqueza material, y por tanto la *riqueza social* de su poseedor”.¹⁵⁹ En consecuencia, ya la riqueza no se determina simplemente por su singularidad útil y por su relación con necesidades determinadas, sino por la abstracción de sí misma bajo la indeterminación universal del valor, que puede adoptar cualquier forma útil que le plazca en tanto que, en sí y para sí, representa la forma enajenada de cualquier valor de uso.

La expresividad creciente del valor como valor de cambio provoca, como efecto de superficie, múltiples modificaciones en las formas en que nos relacionamos con la riqueza material-social, ya que ahora se nos aparece como atravesada por todas partes por los flujos del valor y, por ende, por el deseo del intercambio. De esta manera, la riqueza ya no sólo interesa por sus diferencias útiles, sino sobre todo por su igualdad abstracta como valor en general. Lo que importa es, a fin de cuentas, que el mismo valor, en su misma magnitud, permanezca en las manos de los mismos poseedores, pero revistiendo figuras de uso distintas en cada momento de cambio, con tal de que en todas las metamorfosis mercantiles se conserven los mismos límites y contornos cuantitativos de valor. En el enajenado mundo de las mercancías, todo debe cambiar para permanecer igual.¹⁶⁰

2.5 La forma relativa y la forma de equivalente del valor

¹⁵⁹ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 162.

¹⁶⁰ Esta lógica de operación del valor de cambio, como conservación de la misma magnitud de valor, nos hace aparecer aún como inconcebible la posibilidad de un incremento o de una disminución del valor en su paso por el intercambio, ya que aquí se da tanto como se recibe y, donde hay igualdad, no puede haber ganancia ni pérdida de una parte sobre la otra. Por ello, estas formas más o menos simples de existencia, funcionamiento y distribución del valor, no nos dan todavía cabida para explicar siquiera las formas más antediluvianas del capital usurario y, mucho menos, las formas más complejas del capital productivo, que requerirían ser abordadas en otras investigaciones propias aparte.

Así como las mercancías son inmediatamente bifásicas, por ser al mismo tiempo valor de uso y valor, también el valor de cambio de una misma mercancía es, en sí mismo, ambivalente y esquizofrénico, ya que adopta, por un lado, una forma de expresión *relativa* y, por otro lado, opera también como material *equivalente*.

En su expresión relativa, las mercancías proyectan su propio valor en el cuerpo útil de otras mercancías distintas, que les sirven de espejo. Por consiguiente, en su forma de equivalentes, las mercancías reflejan, en su forma de valor de uso, el valor de cambio de otras mercancías.¹⁶¹ Así, toda relación de intercambio entre dos mercancías distintas se desdobra como una relación del valor consigo mismo, adoptando dos formas simultáneas pero contrapuestas, expresadas en mercancías distintas. Tal como explica Marx:

Por intermedio de la relación de valor, pues, la forma natural de la mercancía B deviene la forma de valor de la mercancía A, o el cuerpo de la mercancía B se convierte, para la mercancía A, en espejo de su valor. Al referirse a la mercancía B como cuerpo del valor, como concreción material del trabajo humano, la mercancía A transforma al valor de uso B en el material de su propia expresión de valor. El valor de la mercancía A, expresado así en el valor de uso de la mercancía B, adopta la forma del valor relativo.¹⁶²

La forma relativa y la forma de equivalente del valor, aunque se excluyen y se contraponen mutuamente, se presuponen entre sí. Son recíprocamente indispensables, inseparables y simultáneas, ya que las mismas mercancías relacionadas reflejan en sí el valor de cambio de la otra y, a su vez, ven proyectado en la otra el suyo. Por ello, una misma mercancía puede mostrarse, en una determinada relación de intercambio, haciendo las veces de forma relativa de valor, mientras que puede aparecer o figurar, en otra relación distinta, separada de la primera en el tiempo y el espacio, en calidad de equivalente. Lo realmente determinante en cada caso es, sencillamente, la posición que ocupa tal o cual mercancía en la relación de valor, cuyo sentido se establece de un modo arbitrario. Dicho de otro modo, si en tal o cual momento una mercancía específica se aparece como aquella que expresa su valor o, por el contrario, se comporta como aquella en la que se expresa el valor de otra, depende

¹⁶¹ No es un detalle menor el que Marx insista en la importancia de la forma de equivalente del valor de las mercancías, pues si sólo prestásemos atención a su forma relativa, nos veríamos irremediablemente forzados a movernos en un círculo vicioso en el que, en sus palabras, tendríamos que “determinar el valor relativo por un valor relativo que, a su vez, necesita ser determinado”. Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 36.

¹⁶² Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 65.

enteramente del punto de vista desde el cual se examina la relación de intercambio. En palabras de Marx:

El que una mercancía adopte la forma relativa de valor o la forma contrapuesta, la de equivalente, depende de manera exclusiva de la *posición que en ese momento ocupe en la expresión del valor*, esto es, de que sea la mercancía cuyo valor se expresa o bien, en cambio, la mercancía en la que se expresa el valor.¹⁶³

La forma de existencia relacional de las mercancías, como valores de cambio, presenta en ellas una nueva transformación doble que, a su vez, desarrolla de maneras novedosas la vieja contradicción valor de uso-valor. Esto porque, por un lado, la expresión relativa del valor de las mercancías deja ver lo que ya sabíamos, esto es, que a su valor de uso se le ha añadido la determinación abstracta y enajenada de convertirse ahora también en portador de valor. Sin embargo, por otro lado, su forma de equivalente manifiesta una contradicción aún mayor, la cual consiste en que la forma natural de las mercancías pasa a prestarse como el material sensible en el que representa objetivamente el valor; es decir, el valor de uso se transforma aquí en espejo del valor. Por consiguiente, en la figura de la equivalencia encontramos que, según Marx, “*el valor de uso se convierte en la forma en que se manifiesta su contrario, el valor*”.¹⁶⁴

En las relaciones de equivalencia entre valores de cambio, el trabajo concreto se convierte en el representante de su exacto opuesto, el trabajo abstracto, ya que el valor de cada mercancía se expresa en el valor de uso de otras. Por consiguiente, la forma social-natural del valor de uso se convierte en un dispositivo tangible que remite a su contraparte abstracta, el valor, dejando ver así una contradicción inherente al intercambio, que hace aparecer al valor como valor de uso y, a la inversa, al valor de uso como algo que de suyo es inmediatamente valor.

2.6 La mercancía como no-valor de uso

¹⁶³ *Ibid.*, p. 60.

¹⁶⁴ *Ibid.*, p. 69.

Bajo ciertas formas de la división social del trabajo, la actividad productiva de un mismo sujeto particular resulta ser tan unilateral como multilaterales son sus necesidades. Por ello, los agentes parciales se ven constantemente empujados a extraer del mercado los valores de uso que necesitan y no producen. Al mismo tiempo, sus propios productos no les sirven siempre, ni necesariamente, como valores de uso directos, sino que pueden adoptar para ellos una segunda utilidad derivada de su condición de ser también portadores de valor y, por ende, medios de cambio o equivalentes formales de otros productos que sí representen para ellos un valor de uso. Tal como expresa Marx, acerca del productor parcial y cercenado de mercancía:

*Su propia mercancía no tiene para él ningún valor de uso directo: caso contrario no la llevaría al mercado. Posee valor de uso para otros. Para él, sólo tiene directamente el valor de uso de ser portadora de valor de cambio y, de tal modo, medio de cambio. De ahí que quiera enajenarla por una mercancía cuyo valor de uso lo satisfaga.*¹⁶⁵

Lo anterior equivale a decir que los distintos productores particulares enajenan su trabajo, representado en sus mercancías, con tal de apropiarse de otros trabajos, representados en otras mercancías, que personifican para sí alguna utilidad especial. En palabras de Marx: “El producto de una modalidad útil de trabajo reemplaza al de otra”.¹⁶⁶ De esta manera, el proceso de intercambio, que transfiere o desplaza mercancías de manos en las que representan no-valores de uso a manos en las que se recomponen como valores de uso, configura un metabolismo social inmediatamente enajenado.

Si los productos del trabajo pueden convertirse en mercancías, es precisamente porque en su elaboración no está inmediatamente presupuesta su realización útil como objetos de la necesidad y el consumo directo de sus productores, sino que pasan a representar para ellos un valor de uso enajenado, un no-valor de uso, o un valor de uso para otro. Por ello, según Marx: “Para convertirse en mercancía, el producto no ha de ser producido *como medio directo de subsistencia* para el productor mismo”.¹⁶⁷ Los valores de uso se convierten en mercancías porque sus poseedores se comportan frente a ellos, contradictoriamente, como ante no-valores de uso para sí. Citando nuevamente al autor de *El capital*: “Todas las

¹⁶⁵ *Ibid.*, pp. 104-105.

¹⁶⁶ *Ibid.*, p. 127.

¹⁶⁷ *Ibid.*, p. 206.

mercancías son *no-valores-de-uso para sus poseedores, valores de uso para sus no-poseedores*. Por eso tienen todas que cambiar de dueño”.¹⁶⁸ O bien: “El primer modo en que un objeto para el uso, potencialmente, llega a ser valor de cambio es su existencia como *no-valor-de-uso*”.¹⁶⁹ Entonces, si los objetos mercantiles pueden ser formalmente enajenados, se debe a que ellos, en cuanto objetos, nos son en sí y para sí ajenos. A decir de Marx: “Las cosas, en sí y para sí, son ajenas al hombre y por ende *enajenables*”.¹⁷⁰ Sin embargo, el intercambio *real* de los productos del trabajo se debe, según nuestro autor, al “acto de voluntad por el que sus poseedores resuelven *enajenarlas* recíprocamente”.¹⁷¹

Como valor, una mercancía es, en términos virtuales, absolutamente intercambiable. Como mercancía, al contrario, el valor sólo pueda cambiar realmente de manos en la medida en que represente un valor de uso efectivo para un tercero, pudiendo así satisfacer determinadas necesidades o deseos suyos. Por ende, las mercancías ingresan y trajinan en el proceso de intercambio, necesariamente, mostrándose en su forma de valores de uso, pero la posibilidad misma de ese movimiento reside, contradictoriamente, en su enajenación como valores de cambio y, en consecuencia, en su modo de existencia como no-valores de uso.

El proceso de intercambio tiene su base en el reemplazo de unos productos del trabajo, con ciertas modalidades y potencias útiles, por otros, donde ambas partes comienzan siendo para sus poseedores originales no-valores de uso y, tan sólo después de haber cambiado de manos a través del mercado, se reconvierten en valores de uso para sus nuevos poseedores, que los retiran finalmente de la escena del intercambio para inscribirlos en la del consumo. De esta manera, el momento o el registro del consumo evita que los procesos de intercambio se prolonguen virtualmente hasta el infinito; pues la mercancía, según Marx: “Tan pronto como llega al lugar en que sirve como valor de uso, pasa de la esfera del intercambio mercantil a la del consumo”.¹⁷²

Para completar su peligrosa odisea en el proceso de intercambio y llegar finalmente a su destino consuntivo, las mercancías tienen que convertirse primero en no-valores de uso,

¹⁶⁸ *Ibid.*, p. 105.

¹⁶⁹ *Ibid.*, p. 107.

¹⁷⁰ *Ídem*. Esta idea Marx la retoma de Hegel, quien afirma que: “Puedo *despojarme* de mi propiedad; ya que es mía únicamente en cuanto pongo mi voluntad en ella —de suerte que Yo abandono (derelinquo) a la cosa, como sin dueño, o la abandono en posesión a la voluntad de otros—, pero sólo en cuanto la cosa por *su naturaleza es algo exterior*”. Hegel, *Filosofía del derecho*, *op. cit.*, §65, p. 86.

¹⁷¹ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 107.

¹⁷² Marx, *Capítulo VI (inédito)*, *op. cit.*, p. 127.

con tal de alcanzar las manos que las realizarán como valores de uso. Vemos, en este movimiento, una contradicción inmediata e irremediamente ligada a la existencia de las mercancías, la cual consiste, según Marx, en que “tienen primero que *realizarse como valores* antes que *puedan realizarse como valores de uso*”.¹⁷³ Entonces, aunque el valor de uso sea siempre una condición de existencia necesaria del valor, sucede ahora, a la inversa, que la forma abstracta del valor se convierte socialmente, según Marx, en la “forma necesaria del producto, y de ahí la enajenación del producto como forma necesaria de su apropiación”.¹⁷⁴ En otras palabras, ya no sólo el valor depende del valor de uso para existir, sino que el valor de uso ha pasado a depender igualmente del valor para realizarse. Sus potencias se han invertido.

No obstante lo anterior, la operatividad de las mercancías como no-valores de uso sigue dependiendo de su composición real como valores de uso, es decir, para que un producto del trabajo cualquiera pueda convertirse formalmente en no-valor de uso, tiene que seguir siendo realmente un valor de uso. De esta manera, si bien la enajenabilidad e intercambiabilidad de las mercancías se debe a su no-consumo inmediato, la posibilidad misma de que sean intercambiadas sigue radicando en su carácter consumible, por fantástico que éste pueda llegar a ser. En caso contrario, nadie las querría. Por ello, para que algo sea intercambiado, tiene que ser deseado o necesitado para alguien, demostrando así que toda mercancía tiene que ser un valor de uso más o menos capaz de satisfacer tales o cuales deseos y necesidades. Esto equivale a decir que el carácter intercambiable de las mercancías depende todavía de sus cualidades y cantidades útiles, comunicables con las formas de subjetividad de quienes cambian. En consecuencia, aún en su forma enajenada como no-valor de uso, toda mercancía sigue conteniendo en sí la posibilidad de realizarse de un modo útil; modo que, empero, sólo podrá llevarse a término después del intercambio.

Considerando lo dicho hasta aquí, podemos observar cómo el desarrollo social del intercambio mercantil viene acompañado de su propia necesidad, que se reproduce con una fuerza cada vez mayor en la medida en que la composición de la división social del trabajo pasa más y más por la producción de objetos ya específicamente mercantiles, esto es, para uso ajeno. Dicho de otra manera, cuanto más depende la reproducción social de la producción

¹⁷³ Marx, *El capital*, op. cit., p. 105.

¹⁷⁴ Marx, *Capítulo VI (inédito)*, op. cit., p. 111.

y el intercambio de no-valores de uso, o bien, de “la escisión entre la utilidad de las cosas para las necesidades inmediatas y su utilidad con vistas al intercambio”,¹⁷⁵ tanto más necesario se volverá el campo de inmanencia del comercio y, por ende, la forma mercantilmente enajenada de producir de objetos. En resumen, la creciente potencia social del intercambio mercantil muestra la igualmente creciente relación de dependencia entre los distintos poseedores de mercancías, mediante la cual cada uno pasa a representar para los otros, por un lado, tan sólo la manifestación subjetiva o encarnación personificada de su producto y, por otro lado, una mera figura necesitada de otros productos de los que carecen. Esta mutua relación de dependencia entre poseedores de mercancía se funda, según Marx, en que “ninguno de ellos tiene en sus manos el objeto de su propia necesidad, y cada uno de ellos el objeto de la necesidad ajena”.¹⁷⁶

2.7 Del valor de uso al valor y del consumo al intercambio

Las mercancías, consideradas como valores de uso, son inmediatamente útiles, es decir, capaces de satisfacer necesidades y deseos específicos mediante su consumo, acreditándose así como objetos aptos para la reproducción concreta de la vida social. Sin embargo, en su consideración abstracta como portadoras de valor, éstas se convierten en meros dispositivos de cambio, con lo cual su esfera de realización pasa de ser la del consumo útil a la del intercambio de equivalentes. De esta manera, el intercambio tiende a convertirse para las mercancías en el registro predominante de su vigencia social, reduciendo al consumo a un mero momento residual de su propio movimiento, tal y como el valor tiende a hacer del valor de uso una mera mediación necesaria de su propia existencia.

Toda cosa de valor tiene que acreditarse socialmente como valor de uso para poder ser intercambiada. Sin embargo, también sucede ahora, a la inversa, que todo valor de uso tiene que acreditarse como cosa de valor para poder llegar a las manos de quienes habrán de consumirlos, tan sólo después de una peligrosa travesía en el mundo de las mercancías. Por ello, todos los productos del trabajo tienen que pasar aquí por el flujo del cambio, que compone un momento efectivo de su no-consumo por defecto. Así, el acceso a la dimensión

¹⁷⁵ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 108.

¹⁷⁶ *Ibid.*, p. 195.

concreta del valor de uso queda cada vez más restringido y supeditado a la mediación de las relaciones de intercambio. Es decir, aunque no pueda haber valor sin valor de uso, ahora también el segundo se mostrará incapaz de realizarse si no es mediante un previo rodeo que ha de pasar por el registro y los dominios del primero. Por ende, la existencia social de los valores de uso pasa a depender cada vez más de su asociación y articulación efectivas con la forma de valor. Tal y como la materia precias formarse y la forma requiere materializarse, ahora no sólo el valor necesitará acuerpar en un valor de uso, sino que también el valor de uso pasará a depender de representar en sí un valor abstracto, para poder seguir operando.

El fenómeno de que las mercancías se realicen antes como valores que como valores de uso es válido sólo si lo consideramos desde el punto de vista de la relación intercambio-consumo. Sin embargo, desde el punto de vista de la relación producción-intercambio, éstas todavía tienen que acreditarse, en primer lugar, como valores de uso, como productos de trabajos útiles concretos, para que puedan ser después introducidas en el mercado, realizándose allí como valores de cambio. Dicho en otros términos, sólo después de haber sido producidas útilmente pueden las mercancías realizarse como valores de cambio, pero ahora parece que sólo después de haberse intercambiado pueden, a su vez, reconvertirse en valores de uso consumibles. Es así como la forma de valor tiende a interrumpir, suspender y desarticular a la forma de valor de uso, para finalmente retomarla, renovarla y rearticularla en el momento de su consumo.

Así como el agenciamiento propio del valor de uso es el de la producción-consumo, el del valor es el de la producción-intercambio. Por ello, no bien los productos del trabajo se convierten en mercancías, la esfera de su realización y el registro de su operatividad se modifican, desplazándose de un lado al otro. Así, aunque el momento de la producción sea un común denominador en ambos tipos de agenciamientos, el consumo tiende a ser relegado por la forma de valor, que hace del intercambio su registro privilegiado. En consecuencia, el intercambio marca y demarca una cierta escisión en la relación producción-consumo, introduciéndose entre ella como una suerte de interrupción, suspensión y mediación furtiva o fugitiva suya. Sucede que, no bien la producción tiende a orientarse cada vez más con vistas al intercambio, la primera pasa a trabajar para el consumo tan sólo de un modo mediato, ya que entre los procesos de producción y los de consumo se inserta una espesa capa mercantil, o un grueso estrato comercial que demanda y comanda que todo pase por ahí.

El consumo, que desde el punto de vista del valor de uso aparece como una condición interna, reaparece desde el punto de vista del valor como un fenómeno externo y extraño. El tipo de relación útil que establecemos con los productos del trabajo resulta cada vez más externo e indiferente a la relación puramente comercial que establecemos con ellos en cuanto cosas de valor. Sin embargo, la externalidad del consumo respecto del valor y del mercado es sólo una apariencia restringida. Si bien el momento del consumo destituye a los productos del trabajo de su forma mercantil y, en consecuencia, los hace perder su vigencia comercial al restituir su actualidad como valores de uso, también tiende a convertirse, cada vez más, en un momento interno del intercambio de mercancías. Incluso el consumo parece ponerse a disposición del intercambio y a su servicio, al mismo tiempo que el intercambio se pone para él como necesidad suya. A fin de cuentas, el intercambio necesita del consumo del mismo modo que un señor necesita que sus siervos coman, con tal de que puedan seguir reproduciéndose y, así, puedan seguir poniéndose a su servicio. Es decir, el tipo de relación que se da aquí entre intercambio y consumo, al igual que entre valor y valor de uso, es parasitaria y señorial, ya que valor de uso y consumo se convierten en meros momentos tácticos y parciales del campo estratégico del valor y el intercambio, cuya inteligencia radica especialmente en invitar e incitar a los primeros a sumergirse e inscribirse en sus propios registros.

2.8 El devenir-*socius* de la mercancía: hacia una mercantilización generalizada de la reproducción social

Así como el desarrollo de la producción útil tiende a traer consigo, junto con una cierta división del trabajo, la necesidad social de intercambiar trabajos y productos de distinta índole, resulta también que, a propósito de la generalización y potenciamiento del intercambio, sucede ahora que su propia necesidad tiende a precisar e inducir, como por derivación o accidente suyo, la perpetuación e innovación de diversos procesos de producción de valores de uso. Dicho de otra manera, ya no es solamente el valor de uso el que permite la existencia en sí del valor, sino que es ahora el valor el que solicita la insistencia para sí del valor de uso. La situación y la relación entre sus potencias se han invertido de un modo contradictorio. La intensidad de la necesidad de cada cual se ha modificado, al igual

que la necesidad de sus intensidades. Lo que antes era supeditante es ahora supeditado, y viceversa. Por consiguiente, ya no es simplemente el valor de uso el que determina la posibilidad de la existencia del valor, que acuerpa en él, sino que es ahora el valor el que, a la inversa, determina de múltiples maneras los modos de existencia posibles del valor de uso en los que se inserta para tener un refugio y un modo de concreción adecuado. En resumen, aunque el valor depende siempre de instalarse sobre un valor de uso, el desarrollo de esa relación parasitaria provoca que sea ahora el valor de uso el que dependa de incubarse en sí un valor, con tal de seguir siendo un artículo socialmente necesario y deseable.

Todo proceso de producción mercantil es siempre un proceso de trabajo útil concreto. Sin embargo, dada su creciente orientación con vistas al valor, su organización tiende a ser cada vez más dirigida por el deseo, el interés y la necesidad de que los productos trajinen en el mercado a través y a propósito de los canales y flujos del valor, y no ya de que sirvan como bienes de consumo específicos. Por ello, la diferencia fundamental entre la producción mercantil, frente a otros modos de producción de objetos que no necesariamente pasan por devenir-mercancías, no radica propiamente en los componentes o los materiales de los procesos productivos, sino especialmente en sus relaciones, lógicas y tipos de orientación, organización y distribución de sus estados de cosas. De aquí que la sola existencia social de objetos mercantiles no sea, por sí misma, suficiente para admitir que la reproducción social se basa de un modo predominante, o mayoritario, en la forma-mercancía. Sin embargo, al contrario, la mera existencia social de objetos para el uso que no se realicen mercantilmente, tampoco supone de suyo que la reproducción social en su conjunto no tienda a responder a los códigos del valor, ni a introducirse en sus formas de regir el mundo social-natural. En otras palabras, no en toda forma de existencia del mercado o del intercambio mercantil el valor ha adquirido una forma de expansión y profundización tales que los valores de uso tienden a estar generalmente subsumidos en la forma de valor; pero, a la inversa, no en toda forma de existencia de objetos no mercantiles podemos decir lo contrario.

Ni siquiera en las sociedades mayoritariamente productoras de mercancías todos los productos del trabajo se realizan mercantilmente, ni tienen necesariamente esa pre-intencionalidad. Siempre pueden existir productos consumibles que no entren de un modo forzoso en la mediación del mercado, aunque sea de un modo puramente minoritario y subalterno. Esto equivale a decir que, incluso allí donde la mercantilización acelerada y

violenta de los valores de uso pareciera ocurrir de un modo universal, comiéndose todo a su paso, pueden emerger siempre valores de uso que no nazcan con el estigma o la condena prematuras del tráfico venal. Sin embargo, esto no basta para contradecir o descartar por completo el poderío predominante, mayoritario y determinante de la orientación mercantil de ciertas formaciones sociales. Por más que se sigan produciendo, en diversas latitudes y en distintos momentos, valores de uso que no pasen necesariamente por el flujo del comercio, la reproducción social en su conjunto puede seguir estando supeditada al despliegue del intercambio mercantil, demostrando así el carácter puramente minoritario de sus excepciones que, en cuanto tales, continúan confirmando y conformando la regla, es decir, la actualidad y la vigencia del régimen del valor como tendencia general de la reproducción social. Por tanto, si bien podemos encontrar múltiples excepciones puntuales, esporádicas e intermitentes al mandato del valor, éstas no están situadas por fuera o al margen de su operatividad aplastante, sino que son excepciones precisamente porque están dentro de su potencia y norma.

La transformación de los valores de uso en mercancías puede acontecer de maneras casuales, ocasionales o episódicas, donde su forma-mercantil desaparece tan accidental y puntualmente como aparece. No obstante, también puede ocurrir de maneras sobreabundantes y sobrecodificadas. En ambos casos, la relación valor de uso-valor es completamente distinta. Mientras que, en el primero, su relación es más o menos inmediata y, por consiguiente, su contradicción inherente no se haya todavía tan desarrollada, en el segundo caso la potencia del valor tiende a superar la del valor de uso, motivando así un complejo haz de efectos de superficie de lo más contradictorios. Consecuentemente, la contradicción valor de uso-valor adquiere nuevas formas y potencias allí donde los modos de aparición y repartición de los objetos tienden ya a ser circunscritos en registros específicamente mercantiles.

Tan sólo allí donde la necesidad social de intercambiar objetos para uso ajeno se ha desarrollado con tales grados intensidad, que su repetición y reproducción se vuelven procesos y relaciones constantes, regulares o usuales, podemos llegar a plantear la pregunta acerca de qué tanto la figura mercantil ha adquirido en la vida social una fuerza suficiente como para que su ampliación o expansión generalizadas la conviertan en la forma prácticamente universal de los productos del trabajo. De esta manera, en los lugares y

momentos en que las relaciones mercantiles se instalan, cada vez más, dentro de la reproducción social más cotidiana, parasitándola y modificándola según sus propios códigos, dinamismo y ordenamiento –inclusive, según su ontología, su ética y su lógica–, podemos advertir el advenimiento de la forma-mercancía, ya no sólo como un aparato de cambio, sino también –y cada vez más– como un poderoso dispositivo de socialización, esto es, como *socius*.

Hablar del devenir-*socius* de la mercancía equivale a hablar del devenir-mercantil de la reproducción social, esto es, de la enajenación generalizada de la reproducción social como reproducción mercantil. La mercancía-*socius* no es más que la forma objetivamente enajenada de la sociedad puesta en una versión mercantilmente enajenada de sí misma, donde, según Stefan Gandler, “el valor (de cambio) domina el acontecer de la 'socialización', no el valor de uso que está igualmente en juego”.¹⁷⁷ Es en este sentido que podemos comenzar a ver cómo, al convertirse las relaciones mercantiles en el *locus* privilegiado de las relaciones sociales, o en el principio de socialización mayoritario, sucede cada vez más lo que advertía Echeverría, esto es, que

[...] la *objetividad* básica o presencia real de las cosas del mundo, su valor de uso, depende de su vigencia como valor económico. El hecho de ser cristalizaciones de trabajo social tiene en ellas preeminencia sobre el de ser *transformaciones* dentro de la naturaleza. Toda la diversidad cualitativa de los bienes que constituyen el mundo objetivo de la vida social, su riqueza concreta, se presenta allí como dependiente del funcionamiento de la infinidad de actos de intercambio por equi-valencia que tienen lugar en la esfera de la circulación mercantil. La actividad que cristaliza como valor y que se realiza como valor de cambio aparece como la actividad humana por excelencia. El hombre que objetiva, posee y realiza los valores de las mercancías resulta ser por lo mismo el sujeto que pone la realidad de los cuerpos concretos de las mismas. La concreción misma de la vida social, que se define de acuerdo con lo que ella produce y consume, trabaja y disfruta, parece así girar en torno al hecho de la formación y la realización del valor.¹⁷⁸

Cuanto más se convierte la forma social-abstracta del valor en una relación social recurrente, normal e incluso necesaria, tanto más tiende a reducirse la forma social-concreta del valor de uso a una suerte de accesorio, fachada o satélite de su contrario, el valor. Lo cual no quiere

¹⁷⁷ S. Gandler, *Marxismo crítico en México*, op. cit., p. 278.

¹⁷⁸ Echeverría, “Posmodernidad y cinismo”, en *Las ilusiones de la modernidad*, UNAM/El equilibrista, México, 1995, p. 43.

decir que el valor simplemente se desinterese por el valor de uso, sino que adopta un tipo de interés específico en él, en tanto que le sirve como mera mediación o vehículo suyo, refuncionalizado así como instrumento o apéndice de sí mismo. Baudrillard se equivoca, por tanto, al afirmar que “en ninguna parte aparece ya el valor de uso, sino por doquier la lógica determinante del valor de cambio”.¹⁷⁹ Muy por el contrario, el valor de uso no desaparece jamás en los altares del valor, sino que más bien adquiere nuevas formas de existencia y operación; sigue apareciendo por todos lados, pero de maneras radicalmente modificadas, desplazadas e incluso atrofiadas, carcomidas y cortadas por el valor, que lo adapta, absorbe e integra a sus propias claves, códigos y organizaciones. Tal como advierte nuevamente Echeverría, “el valor económico de la cosa disfrutada viene no sólo a distorsionar sino a dañar el valor de uso de la misma”.¹⁸⁰

Ni siquiera en las formas de existencia más desarrolladas del valor se vuelve posible, o siquiera deseable para él, la aniquilación del valor de uso, ya que se traduciría contradictoriamente como su propia aniquilación. El valor no puede nunca emanciparse, desligarse o suprimir por completo al valor de uso, por más que tienda e incluso logre subsumirlo y retraducirlo según su propia lógica de operación y reproducción, forzándolo así a definirse en razón suya, como una especie de nuevo elemento minoritario al que debe ahora responder.¹⁸¹ Dicho de otro modo, el valor no anula al valor de uso, sino que lo reutiliza, logrando mediante él conquistar y controlar para sí nuevos espacios o territorios de operación, distribución y reproducción.

No bien los productos del trabajo tienden a convertirse, en general y de un modo previsto desde sus procesos productivos, en cosas de valor, la forma-mercancía se convierte cada vez más en mercancía-*socius*. A su vez, cuanto más adopta la mercancía la forma propia de un dispositivo de socialización, tanto más se refuerza la dimensión abstracta del valor

¹⁷⁹ Baudrillard, *La génesis ideológica de las necesidades*, *op. cit.*, p. 77.

¹⁸⁰ Echeverría, *Deambular: El “flâneur” y el “valor de uso”*, *op. cit.*, p. 57.

¹⁸¹ El problema de lo mayoritario y lo minoritario, según advierten Deleuze y Guattari, no consiste en un asunto de cantidades, sino de potencias, tensiones, modos de ser, tipos de devenires y formas de ordenamiento u organización. Lo mayoritario no es simplemente lo que sucede con mayor frecuencia, sino que se trata de un tipo de lógica o tendencia que hace aparecer los cuerpos y estados de cosas bajo el signo de las estructuras totales, los procedimientos de totalización y las relaciones de dominación. Por su parte, lo minoritario no señala simplemente una posición subordinada, sino más bien la posibilidad de trazar líneas de fuga frente a lo mayoritario, a propósito de diversas singularidades desorganizadas. En sus palabras: “Por mayoría nosotros no entendemos una cantidad relativa más grande, sino la determinación de un estado o de un patrón con relación al cual tanto las cantidades más grandes como las más pequeñas se considerarán minoritarias [...] Mayoría supone un estado de dominación, no a la inversa”. Deleuze y Guattari, *Mil mesetas*, *op. cit.*, p. 291.

como régimen del sentido, los modos de aparición y las formas de comportarnos y relacionarnos con las cosas. Así, en la misma medida en que los productos del trabajo tienden a ser concebidos y elaborados con la pre-intencionalidad de volcarlos al intercambio, según sus potencias comerciales y de tráfico, la figura mercantil se desarrolla y expande con una fuerza social cada vez mayor. A la inversa, cuanto más deja de ser la mercancía una simple figura de cambio, para convertirse en un principio de estructuración y organización de los más diversos flujos y procesos sociales, tanto más necesario y frecuente resulta el desdoblamiento de los procesos de producción de valores de uso en procesos de formación de valor.

La transformación generalizada de los productos del trabajo en cosas de valor, y de sus productores en poseedores de mercancías, desarrolla de un modo cada vez más extenso –es decir, alcanzando más dominios de los cuales ya comprende– e intenso –es decir, profundizando y arraigando su fuerza en los dominios que ya comprende– la necesidad de producir objetos con vistas al cambio y, por consiguiente, de transformar la producción social en producción mercantil. Muestra de ello son el aumento en el número absoluto y en la variedad relativa de productos que comienzan a convertirse en mercancías. No sólo se produce una masa mayor de las mismas mercancías preexistentes, sino que también más valores de uso, que antes no eran mercancías, se transforman en tales. De esta manera, la potencia social de la forma-mercancía crece, según Marx, “a la par del número y variedad crecientes de las mercancías que entran al proceso de intercambio”.¹⁸² En consecuencia, la escala cuantitativamente ampliada de mercancías que se producen, así como la inédita aparición de nuevos registros útiles que son ahora mercantilizados, se nos muestran como signos, síntomas y efectos de una agresiva mercantilización generalizada de la (re)producción social, o bien, de una acelerada generalización de la (re)producción mercantil.

La conversión generalizada de los valores de uso en mercancías es un claro ejemplo de ese salto mortal que dan las transformaciones cuantitativas en modificaciones cualitativas, pues el incremento en la cuota de productos convertidos y convertibles en mercancías provoca, a su vez, metamorfosis en las maneras en que las mercancías tienden a ser producidas, intercambiadas y consumidas, evocando igualmente nuevas modalidades de trabajo, así como formas inéditas de relacionarnos con el mundo social-material. Una de las

¹⁸² Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 108.

modificaciones cualitativas más inmediatas de la producción específicamente mercantil, que es al mismo tiempo condición y efecto de su desarrollo, es la independización relativa de las diversas ramas productivas. Aquí, las distintas mercancías tienden ya a ser producidas por trabajos parciales, cada vez más aparentemente autónomos de los demás, que se especializan en producir *ese* tipo particular de producto o valor de uso. Por consiguiente, la producción propiamente mercantil tiende a segregar los procesos productivos y a disgregar a los productores, convirtiéndolos en poco más que fragmentos productivos de sí mismos, tan contemplativos como funcionales, que pasan a formar parte de una compleja maquinaria social de elaboración de mercancías particularizadas. Las diversas actividades laborales tiendan, así, a desprenderse de sus antiguas relaciones de dependencia directa, adoptando ahora una autonomía relativa que les permite enviar al mercado sus propios productos parciales en calidad de mercancías aparentemente autónomas.¹⁸³ De aquí que la industrialización de la producción, que según Marx pretende “satisfacer una necesidad recién surgida o crear, por propia iniciativa, una nueva”,¹⁸⁴ representa un ejemplo excelente del devenir-mercantil de la (re)producción social. Entonces, así como la especialización de la producción se convierte en una necesidad social cada vez más fuerte y recurrente, debido al grado de generalización de la producción mercantil, también sucede que la producción mercantil, a la inversa, adquiere la solidez propia de la necesidad social, gracias a la especialización de los procesos productivos.

La producción social, que se especializa y organiza cada vez más bajo la consigna específica de formar valor, demuestra el carácter de *socius* de la mercancía, que se ha estirado lo bastante como para alcanzar, según Marx, “la extensión y relevancia suficientes como para que se produzcan cosas útiles destinadas al intercambio, con lo cual, pues, ya en su producción misma se tiene en cuenta el carácter de valor de las cosas”.¹⁸⁵ Por tanto, el principio y el destino de los valores de uso, desde la cuna hasta la tumba, es ahora el de reproducir, en su seno y desde sus orígenes, la forma abstracta del valor. Su marca de nacimiento, al igual que su epitafio, es el mismo: *aquí se formó valor*. Por ello, para poder

¹⁸³ Dicha autonomía es tan sólo aparente porque, según Marx, la independencia de los trabajadores en relación con los demás no es más que “una forma de consideración hacia ella, y por lo tanto un modo de su dependencia”. *Ibid.*, p. 170.

¹⁸⁴ *Ibid.*, p. 130.

¹⁸⁵ *Ibid.*, p. 90.

seguir produciendo valores de uso en general, se vuelve cada vez más necesario que éstos sean de antemano producidos con miras al tráfico y al comercio. Todos los productos del trabajo tienen que desdoblarse y acreditarse socialmente como encarnaciones inmediatas del valor.

El régimen del valor ha adquirido ya, en este punto, una granítica solidez que lo convierte en uno de los principales ejes directivos de los procesos productivos y reproductivos de la vida social. Es por ello que, si el trabajo no formara valor, los objetos útiles no serían producidos de las mismas maneras, ni en las mismas proporciones, ni con las mismas intensidades, como son producidos en las sociedades mercantiles, donde la consideración y el registro del valor pasan a ser preocupaciones sociales prioritarias. Ya lo decía Marx: “Si aquí se producen valores de uso es únicamente porque son *sustrato material, portadores del valor de cambio*, y en la medida en que lo son”.¹⁸⁶

El tipo de racionalidad que orchestra, orienta, y dirige los procesos de trabajo, así como de muchos otros territorios de la reproducción social, no es ya el del valor de uso, sino el del valor, que tiende a apoderarse cada vez más de la vida social y sus múltiples manifestaciones vitales, a las que rearma de las maneras más astutas, insospechadas e incluso improbables. Ya no sólo el mundo de los objetos, sino también otras esferas de la cotidianidad social, se ven afectadas por el aumento de la potencia del valor, que ha pasado a influir decisivamente, como diría Lukács, “en la forma de la objetividad tanto de los objetos cuanto de los sujetos de la sociedad así nacida”.¹⁸⁷

¹⁸⁶ *Ibid.*, p. 226.

¹⁸⁷ Lukács, “La cosificación y la consciencia del proletariado”, *op. cit.*, pp. 94-95.

CAPÍTULO III

DINERO, CIRCULACIÓN Y MERCANTILIZACIÓN GENERALIZADA DE LA REPRODUCCIÓN SOCIAL

La moneda y el mercado es la verdadera policía del capitalismo.
Gilles Deleuze y Félix Guattari

Hasta aquí, hemos repasado los rasgos más generales de la contradicción valor de uso-valor, exponiendo especialmente el plan de consistencia de este último, fundado en la lógica de la equivalencia, la enajenación y la sustitución de mercancías. Vimos cómo la forma singular-concreta del valor de uso pareciera tender a convertirse en un mero medio supeditado al fin del intercambio, o bien, en un simple momento interno de la reproducción de la forma de valor, cuyo principio de operación social-abstracto apuesta por la universalidad de lo indistinto. En este capítulo, analizaremos las condiciones de formación de la mercancía específicamente dineraria, por un lado, como aparato mercantil y, por otro, como principio de socialización o dispositivo de socialidad, es decir, como *socius*. Examinaremos, por consiguiente, cómo es que el dinero, que no es sino una función o un modo de operatividad mercantil específicamente desarrollado, tiende a convertirse en eje estructurante del proceso de reproducción social, pasando así a conducir sus flujos y movimientos según sus propios códigos, orientados siempre por el hambre canina de sí mismo y de su obtención. Lo que queremos mostrar son, a fin de cuentas, algunas de las maneras en que el surgimiento y desarrollo de la figura y la función social del dinero expanden y generalizan la vieja relación contradictoria, antagónica e incluso agónica entre la forma social-natural del valor de uso y la forma social-abstracta del valor, además de que la despliegan también de maneras anteriormente inéditas e insospechadas, con nuevas tonalidades, relieves e intensidades. Pues el dinero, como mercancía especialmente enajenada y enajenante, posibilita por primera vez la adecuada conversión de todas las cosas en objetos de tráfico, gracias a su capacidad de absorción de las más variadas gamas de estados y de estratos sociales dentro de su propia realidad expandible. Es por ello que la mercancía dineraria, en su devenir-*socius*, tiende a convertirse cada vez más en una especie de cuerpo lleno que, no obstante, debe continuar llenándose, transformando a todo lo demás en sí mismo y a sí mismo en todo lo demás.¹⁸⁸

3.1 Emergencia y operatividad social del dinero

188 Debemos aclarar que el proceso de absorción o subsunción generalizada de la reproducción social en el dinero no puede acontecer jamás bajo la forma específica de la *totalidad*, sino que ocurre tan sólo como *tendencia*, es decir, como latencia que no logra nunca realizar plenamente su potencia ni su patencia. De aquí la imposibilidad de que el cuerpo lleno del dinero no deje realmente nada por fuera suyo, por más que su tendencia expansiva sea cada vez más elástica y adaptable.

El intercambio mercantil puede darse de un modo directo e inmediato, donde las mercancías operan como medios de cambio de sí mismos para sus poseedores y como equivalentes para sus no-poseedores, o de un modo indirecto y mediato, donde existe un dispositivo-puente que escinde y al mismo tiempo articula el momento de cambio entre las distintas mercancías. En la primera forma, las mercancías no adquieren todavía, en palabras de Marx, “una forma de valor independiente de su propio valor de uso o de la necesidad individual que experimentan los sujetos del intercambio”.¹⁸⁹ En la segunda forma, en cambio, surge ya una mercancía específica cuyo valor de uso social consiste en figurar como equivalente general del valor de todas las mercancías y, por consiguiente, como el medio de cambio *par excellence* entre todas ellas. Es así como una mercancía apartada se convierte socialmente en dinero.

El dinero expresa y manifiesta, en su propia figura, la forma socialmente vigente del valor. Esto equivale a decir que su función social es, según Marx, la de “representar los valores mercantiles como magnitudes de igual denominación, cualitativamente iguales y cuantitativamente comparables”;¹⁹⁰ o bien, la de adquirir “la forma en la cual todas las mercancías se igualan, se compran, se miden; a la cual todas las mercancías se reducen y que a su vez se reduce a todas las mercancías; el equivalente general”.¹⁹¹ La mercancía que hace las veces de dinero, cualquiera que ésta sea, se convierte en un medio de cambio particular que, no obstante, se despliega simultáneamente como medio y potencia de cambio universal, es decir, como la forma de existencia objetiva y adecuada de la capacidad general de cambiar en cuanto tal, o bien, como la forma solidificada y cristalizada de los flujos y las relaciones de intercambio. Asimismo, la mercancía dineraria tiene que ser un medio efectivo aunque evanescente del intercambio mercantil, ya que su consumación consiste en su propia desaparición ante las formas particulares de las mercancías no dinerarias, a las que contribuye a ligar y por las cuales se cambia. Consiguientemente, el objetivo del dinero consiste en desvanecerse en su propio resultado y en ir a otra parte después de haber relacionado entre sí mercancías distintas, sin dejar tras de sí huella alguna, pero efectivizando en su movimiento el cambio de manos real entre objetos distintos que deben llegar a regocijarse, como valores de uso, siempre en los brazos de sujetos o agentes distintos a los que los llevaron a enajenar

189 Marx, *El capital*, *op. cit.* p. 108.

190 *Ibid.*, p. 115.

191 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 67.

al mercado. Por ello, según Marx: “Esta forma de equivalente general brota y se desvanece con el contacto social momentáneo que le dio vida”.¹⁹²

El valor de uso del dinero, como medio de cambio, consiste en su enajenación, es decir, en ponerse como ser para otro, en perderse continuamente en su cambio por otras mercancías particulares que, a su vez, han de perderse finalmente como mercancías en el consumo, para reconvertirse de nuevo en valores de uso. En palabras de Marx, “el dinero se presenta sólo como algo que desaparece, [...] su sustancia consiste únicamente en presentarse siempre como algo que desaparece, como soporte de la mediación”.¹⁹³

El dinero, como representante material de la riqueza general, o abstracta, se realiza como riqueza concreta tan sólo en el momento en el que cambia de manos y se aleja de su poseedor original. Por consiguiente, su forma universal se pierde en cada metamorfosis particular a través de la cual se cambia por mercancías no dinerarias. De aquí que su propio movimiento aniquile su universalidad en reposo. Es por ello que su realidad es, según Marx, “solamente una realidad que desaparece, una realidad constantemente destinada a desaparecer, a ser suprimida, a no valer como realización definitiva, sino única y permanentemente como intermediaria, mediadora”.¹⁹⁴ Asimismo:

La disolución [...] en goces particulares constituye su realización. [...] Yo puedo poner realmente su ser para mí sólo en la medida en que lo dejo ir como ser para otro. Si decido retenerlo se me escurrirá de entre las manos hasta convertirse en un simple fantasma de la riqueza real.¹⁹⁵

En tanto que el dinero no es más que una figura mercantil específicamente desarrollada, la dificultad teórica que representa examinarlo, según Marx, “no estriba en comprender que el dinero es mercancía, sino en cómo, por qué, por intermedio de qué una mercancía es dinero”.¹⁹⁶ Tenemos, pues, que el dinero es una mercancía como cualquier otra, pero al mismo tiempo no lo es, ya que sus determinaciones como equivalente mercantil son en realidad comunes entre todas las mercancías. Su *differentia specifica* radica tan sólo en que, en el dinero, tales determinaciones mercantiles se hallan por fin generalizadas. No sucede,

192 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 108.

193 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 144.

194 *Ibid.*, p. 147.

195 *Ibid.*, pp. 169-170.

196 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 112.

entonces, que una mercancía particular simplemente se convierte en dinero en razón de su valor de uso especial, sino que más bien recibe su valor de uso específicamente dinerario por el hecho de servir socialmente como dispositivo de cambio general. Esto equivale a decir que la función dineraria de una mercancía no deriva directamente del valor de uso especial o del tipo de mercancía específica de que se trate, sino que más bien corresponde a su determinación puramente social como valor de cambio. Esto equivale a decir que el contenido útil de la mercancía dineraria está realmente determinado por su propia forma y función social en el proceso de intercambio, a la vez como equivalente general de todas las mercancías y como medio de cambio universal efectivo. Por ello, según Marx: “El valor de cambio constituye la sustancia del dinero”.¹⁹⁷ No obstante, ciertas cualidades materiales de una mercancía, como su fácil transportabilidad, la poca cantidad de valor de uso que pueda prestar para representar un máximo de valor, o incluso su durabilidad, contribuyen a hacerla más o menos convertible en dinero. En este sentido, resulta realmente importante recalcar que el dinero, en palabras de Marx: “Se conserva como riqueza en todo tiempo. Posee una duración específica. Es el tesoro que no roen las polillas ni el orín. Todas las mercancías son únicamente dinero perecedero; el dinero es la mercancía imperecedera”.¹⁹⁸

La utilidad social-formal del dinero consiste, por un lado, en ser la medida universal del valor, es decir, en ponerse a sí mismo, cualitativamente, como el término de comparación o la unidad de medida común de todas las mercancías. Por otro lado, también es el medio ecuménico de cambio, es decir, aquella mercancía que, apartándose del resto en su especificidad cualitativa, puede ser realmente cambiada por todas ellas en determinadas proporciones cuantitativas. Ahora bien, la vigencia dineraria de cualquier mercancía no es más que una determinación estrictamente histórica-social, pues ninguna de ellas tiene más derecho de existir dinerariamente que su propio hecho y que nuestro reconocimiento generalizado, habituado y reproducido de tal hecho, o mejor, de tal relación social que se representa de un modo objetivo en el dinero. Es por ello que, en el dinero, mucho más que en las mercancías corrientes o no dinerarias, el valor ha llegado a desarrollarse hasta asumir, según Marx, “esa forma que es propia de una cosa y ajena al concepto, pero, también, simplemente social”.¹⁹⁹

197 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 155.

198 *Ibid.*, p. 167.

199 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 123.

La función dineraria de una mercancía es algo por entero exterior a sí misma, ya que, en palabras del autor de *El capital*, “sólo un *acto social* puede convertir a una *mercancía determinada* en equivalente general”.²⁰⁰ De esta suerte, las características cósmicas que adopta el dinero no sustituyen su determinación de ser una relación estrictamente social, pero sus características puramente sociales tampoco pueden dejar de lado que, a fin de cuentas, el dinero es también una cosa. En resumen, el dinero es simultáneamente cuerpo, concepto, función y relación social, y no un mero objeto, ni tampoco un simple significante o signo ideal, imaginario o simbólico, ni siquiera de sí mismo.²⁰¹

El dinero es realmente una forma social-objetiva de la riqueza material universal, es decir, una forma de existencia específicamente social de la riqueza objetiva en general, puesta en su determinación de valor dinerariamente enajenada. Esto equivale a decir que la mercancía dineraria es la figura universalmente enajenada del trabajo puesto en su abstracción universal, o bien, que es la forma objetiva del trabajo general puesto como otro. Por consiguiente, el dinero no sólo representa la forma socialmente generalizada del valor de cambio, sino que él mismo *es* valor y, por ende, puede contraponerse de un modo efectivo a otras mercancías concretas, en calidad de equivalente suyo. En consecuencia, el dinero es la figura universal de la riqueza que, no obstante, se desdobla de un modo particular como mercancía individualizada, tangible y concreta, logrando coexistir al lado de las demás como otra mercancía aparte. Dicho de otra manera, el dinero es simultáneamente mercancía y representante general de todas las mercancías, aunque en sentidos y registros diferentes; o bien, es al mismo tiempo la forma universal del valor y una forma particular de mercancía, que aparece junto a las demás como un tercer elemento separado de ellas y por el cual pueden, en su contraposición, trocarse. De esta manera, el valor de todos los objetos mercantiles se hace patente en el dinero como mercancía universal, al mismo tiempo que el valor se pone en él como mercancía particular- Tal como explica Marx:

Dado que la mercancía deviene valor de cambio general, de aquí resulta que el valor de cambio deviene una mercancía particular: esto debido únicamente al hecho de que

200 *Ibid.*, p. 106.

201 De aquí, por ejemplo, la insuficiencia teórica de Jean Baudrillard, al tratar de representar al dinero como un mero efecto de ciertos sistemas de símbolos. En todo caso, existen múltiples procedimientos sociales que atraviesan los sistemas simbólicos a la vez que los utilizan y se sirven de ellos. Cf. Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, *op. cit.*

una mercancía particular frente a todas las otras recibe el privilegio de representar, de simbolizar el valor de cambio de éstas, vale decir, el privilegio de convertirse en *dinero*.²⁰²

En el dinero, la forma general-abstracta del valor adquiere una existencia material particularizada, concreta y relativamente independiente, que opera separada de las demás mercancías y junto a ellas, contraponiéndose a aquéllas como reflejo suyo y, simultáneamente, como medio efectivo de cambio. De esta manera, la figura mercantil, convertida en dinero, se transforma en valor universal, al mismo tiempo que el valor universal acuerpa en una mercancía particular. Así, gracias a que el dinero no sólo representa el valor en general, sino que él mismo es, al mismo tiempo, un valor particular, éste se torna efectivamente apropiable, enajenable y utilizable como medio adecuado para el cambio, ya que en él el concepto de la riqueza, según Marx, “es por así decirlo realizado, *individualizado* en un objeto particular. [...] El dinero es por ello, además, la forma corporizada de la riqueza”.²⁰³

En el intercambio directo de mercancías, su enajenabilidad real depende directamente de la necesidad inmediata que alguien más tiene de ellas. En el intercambio mercantil mediado por el dispositivo dinerario, al contrario, la inmediatez de la necesidad deja de ser condición y límite del intercambio, ya que el dinero, como medio particular y capacidad universal de cambio, resulta capaz de retenerse en su forma de objetividad relativamente autónoma, arrancada de sus barreras locales e individuales. Gracias a que el dinero no sólo es en sí portador de valor, sino que además se erige como la forma socialmente vigente y objetiva del valor de cambio en general, su existencia cumple la función social de ser la forma corporificada del valor, o bien, el cuerpo que es directamente valor, logrando así encarnar en su particularidad todo el trabajo social abstracto. Por tanto, el dinero se convierte en la forma de existencia *cuasi* emancipada, autónoma y automática del valor de cambio, que logra materializarse en un dispositivo específico, relativamente independiente de los demás productos mercantiles. Es así como la sombra del valor se separa de los cuerpos de las mercancías. En palabras de Marx: “Sólo la mercancía puesta como dinero es la mercancía como puro valor de cambio, o también la mercancía como puro valor de cambio es dinero”.²⁰⁴

202 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 95.

203 *Ibid.*, p. 155.

204 *Ibid.*, p. 121.

O bien: “El dinero por consiguiente es ahora el valor de cambio vuelto autónomo [...] en su forma universal”.²⁰⁵ De esta manera, la relación de las mercancías con el dinero no es en realidad más que una auto-relación de éstas con su propio valor de cambio, que ha pasado a existir, sin embargo, por fuera de ellas y junto a ellas.

3.2 Del intercambio mercantil a la circulación rizomática

En el capítulo anterior vimos cómo la división social del trabajo presupone y, al mismo tiempo, vuelve necesaria la mercantilización de los productos del trabajo; por ende, pone como necesidad el desarrollo del valor como valor de cambio. Asimismo, la multiplicación y profundización de tales procesos de mercantilización producen la necesidad de que el valor pueda encontrar una forma de existencia social-objetiva que le permita expresarse adecuadamente como medio directo de cambio, es decir, de que surja una mercancía específica que haga las veces de dinero.

El dinero, considerado en sus condiciones lógico-formales de emergencia, operación y desarrollo, no es solamente un facilitador secundario del intercambio mercantil, sino una necesidad social relativa a determinadas solicitudes, exigencias y demandas del intercambio mercantil. La mercancía dineraria nace, pues, del intercambio real, como un nuevo producto suyo. De aquí que, según Marx: “Esa cristalización que es el dinero constituye un producto *necesario* del proceso de intercambio, en el cual se equiparan de manera efectiva y recíproca los diversos productos del trabajo y por consiguiente se transforman realmente en mercancías”.²⁰⁶ O bien: “La división del trabajo convierte en mercancía el producto del trabajo, y con ello torna en necesaria la transformación del mismo en dinero”.²⁰⁷ Es así como la posibilidad efectiva del intercambio generalizado de mercancías se ve necesitada de un mediador universal que, por su parte, ha de fungir como la encarnación adecuada del valor abstracto. Este mediador, según el autor de los *Grundrisse*, “debe ante todo asumir una forma objetiva distinta de sí mismo para conseguir esta cambiabilidad universal”.²⁰⁸

205 *Ibid.*, p. 154.

206 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 106.

207 *Ibid.*, p. 132.

208 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 99.

Así como el desarrollo del intercambio mercantil tiende a hacer surgir, como necesidad, la aparición de un medio de cambio universal específico, también el despliegue del dispositivo dinerario tiende a acentuar y expandir nuevas formas de existencia contradictorias de la figura mercantil y, por consiguiente, del inherente antagonismo entre su forma social-natural de valor de uso y su forma social-abstracta de valor. Asimismo, hace aparecer las viejas formas de dicha contradicción bajo intensidades y alcances hasta ahora desconocidos. El dinero, como la contraparte universal de las nuevas metamorfosis mercantiles, es en sí y para sí una nueva forma de existencia objetiva de tal contradicción. En palabras de Marx:

La antítesis inmanente a la mercancía –valor de uso y valor, trabajo privado que a la vez tiene que presentarse como trabajo directamente social, trabajo específico y concreto que al mismo tiempo cuenta únicamente como general y abstracto, personificación de la cosa y cosificación de las personas–, esa contradicción inmanente, adopta sus *formas* más evolucionadas de *movimiento* en las antítesis de la metamorfosis mercantil.²⁰⁹

Cuanto mayor sea el grado de desarrollo del dinero, tanto más parecerá desligarse el valor del valor de uso y de las necesidades que aquél contribuye a articular, aglutinar y catalizar. A la inversa, cuanto más se emancipa el valor de las mercancías respecto de su valor de uso, tanto mayor podrá llegar a ser la potencia del dinero como medio universal de cambio, como agencia objetiva del valor y como centro de atracción gravitacional sobre el cual giran y se aproximan todas las cosas. En palabras de Marx: “El valor de cambio escindido de las mercancías mismas y existente él mismo como una mercancía junto a ellas, es: *dinero*”.²¹⁰ O bien:

La expansión y profundización históricas del intercambio desarrollan la antítesis, latente en la naturaleza de la mercancía, entre valor de uso y valor. La necesidad de dar una expresión exterior a esa antítesis, con vistas al intercambio, contribuye a que se establezca una forma autónoma del valor mercantil, y no reposa ni cesa hasta que se alcanza definitivamente la misma mediante el *desdoblamiento* de la *mercancía en mercancía y dinero*. Por consiguiente, en la misma medida en que se consuma la

209 Marx, *El capital*, *op. cit.*, pp. 138-139.

210 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 70.

transformación de los *productos del trabajo en mercancías*, se lleva a cabo la transformación de la *mercancía en dinero*.²¹¹

Resulta verdaderamente notable la manera en que Marx llega a pensar la relación mercancía-dinero desde una cierta lógica de la diferencia y no de la identidad; diferencia que, además, se desdobra directamente como contradicción o antagonismo de la mercancía consigo misma, frente a su existencia dineraria. En términos del autor de los *Grundrisse*: “La cambiabilidad de la mercancía existe como una cosa exterior a ella bajo la forma de dinero, como algo distinto de ella, no ya inmediatamente idéntico”.²¹² O bien: “En el dinero, el valor de las cosas está separado de su sustancia”.²¹³

No bien el dinero aparece y comienza a operar como medio, agente y dispositivo mercantil regular dentro de la reproducción social, el viejo intercambio adopta ahora la forma específica de la *circulación*, la cual, según Marx, “difiere no sólo formal, sino esencialmente, del intercambio directo de productos”.²¹⁴ En su *Introducción general a la crítica de la economía política*, nuestro autor todavía no distingue cualitativamente entre el intercambio y la circulación propiamente dicha, sino que sostiene que esta última no es, en sus palabras, “más que un momento determinado del cambio, o también es el cambio considerado en su totalidad”.²¹⁵ Sin embargo, en el cuaderno primero de los *Grundrisse* elabora, por el contrario, un concepto de la circulación mucho más afín al que trabaja, expone y desarrolla en *El capital*. Tal como se lee ahí, “la circulación [...] es simultáneamente un cambio elevado a más alta potencia y una forma *particular* del cambio mismo”.²¹⁶ O bien:

Cualquier tipo de cambio de mercancías [...] no constituye todavía la circulación. Para la circulación son necesarias ante todo dos cosas: *primero*, el supuesto de las mercancías en cuanto precios; *segundo*, no actos aislados, sino un circuito de cambio, una totalidad de ellos, en flujo constante, y extendidos en mayor o en menor medida en toda el área de la sociedad; un sistema de actos de cambio.²¹⁷

211 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 106.

212 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 73.

213 *Ibid.*, p. 75.

214 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 136.

215 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 19.

216 *Ibid.*, p. 153.

217 *Ibid.*, p. 120.

La presencia de la figura dineraria no sólo resulta indispensable para que el intercambio se desarrolle propiamente como circulación, sino que además constituye su *differentia specifica* en cuanto tal, es decir, su especificidad frente a otras formas no circulatorias de intercambio. Es por ello que, así como la circulación mercantil exuda constantemente dinero, también el dinero produce constantemente circulación de mercancías, que se aparece como resultado de su propio movimiento. De esta manera, el dispositivo dinerario es simultáneamente un presupuesto y un efecto del movimiento circulatorio de las mercancías. A decir de Marx: “En tanto el dinero medie el cambio de las mercancías, o sea, en nuestro caso su circulación, y sea por tanto medio de cambio, pasa a ser *instrumento de circulación*, la *rueda de la circulación*”.²¹⁸ Ahora bien, es claro que el curso del dinero no puede nunca ser realmente autónomo, sino que constituye tan sólo una forma enajenada de representar el movimiento real de las mercancías que, en sus múltiples intercambios, le permiten circular. En palabras de nuestro autor:

El dinero, por lo tanto, circula en una dirección opuesta a la de las mercancías. Él se presenta como el mediador del cambio de las mercancías, como el medio de cambio. Es polea, instrumento de circulación para la circulación de mercancías; pero en cuanto tal posee al mismo tiempo su propia circulación: *la circulación del dinero*.²¹⁹

No obstante, cuanto más tiende a dinamizarse el curso del dinero, tanto más parece invertir el movimiento objetivo de las mercancías –que no es en realidad más que el movimiento social de sus poseedores– como una forma enajenada del suyo, como si se tratase de un mero efecto residual o de un resultado accidental de su aparente automatismo. Tal como expresa nuevamente Marx en su *Grundrisse*:

La circulación o curso del dinero corresponde a una *circulación o curso de las mercancías* en sentido inverso. [...] Una cosa es clara desde el comienzo: que si el dinero es rueda de la circulación para la mercancía, la mercancía lo es igualmente para el dinero. Si el dinero hace circular las mercancías, las mercancías hacen circular el dinero. [...] La circulación de las mercancías es el supuesto originario de la circulación del dinero.²²⁰

218 *Ibid.*, p. 119.

219 *Ibid.*, p. 127.

220 *Ibid.*, pp. 118-119.

O bien, ya en *El capital*:

El resultado de la circulación de mercancías —la sustitución de una mercancía por otra— se presenta mediado, pues, no por el propio cambio de forma experimentado por aquéllas, sino por la *función* del dinero como *medio de circulación*; éste hace circular las mercancías, en sí y para sí carentes de movimiento, transfiriéndolas, siempre en sentido contrario al de su propio curso, de manos de aquel para quien son no-valores de uso, a manos de quien las considera valores de uso. [...] Por consiguiente, aunque el movimiento del dinero no sea más que una expresión de la circulación de mercancías, ésta se presenta, a la inversa, como mero resultado del movimiento dinerario.²²¹

Dada la naturaleza específicamente dineraria de la circulación mercantil, por un lado, y la naturaleza específicamente circulatoria de la mercancía dineraria, por el otro, vemos que, si bien las mercancías ordinarias tienden a escapar del registro del intercambio al ser consumidas y consumadas como valores de uso —aun cuando puedan reingresar después al mercado, de nueva cuenta, en calidad de no-valores de uso—, es el propio valor de uso del dinero el que, como medio de circulación o instrumento comercial, lo condena siempre a instalarse y trajinar en el mercado sin parar. Dicho de otro modo, es propio del dinero el no dejar jamás de ser mercancía en su uso. Más todavía, es precisamente su valor de uso el que lo convierte en la mercancía absolutamente enajenada y absolutamente enajenable. Por ello, para consolidarse y realizarse efectivamente como valor de uso, el dinero debe permanecer siempre vivo y palpitante en esos espacios que las demás mercancías dejan muertos y libres, al salir y retirarse de la circulación para entrar finalmente en escena como valores de uso dentro del registro del consumo, o incluso otra vez como parte de nuevos procesos productivos. Por consiguiente, el dinero se ve forzado a operar socialmente como un *perpetuum mobile*, en cuyo curso cambia siempre de manos y se aleja más y más de su punto de partida inicial. En palabras de Marx:

La mercancía es expulsada de la circulación en un determinado punto y cumple con su determinación definitiva no bien es sustraída definitivamente y es consumida, sea en el acto de la producción o en el del consumo propiamente dicho. La determinación del dinero, por el contrario, consiste en permanecer en la circulación como rueda de

221 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 141.

ésta, o sea consiste en recomenzar siempre desde el principio su circulación como *perpetuum mobile*.²²²

A fin de cuentas, la circulación es rizomática. En un rizoma, según Deleuze y Guattari, “no hay puntos o posiciones, [...] sólo hay líneas”.²²³ Esto es exactamente lo que sucede con la circulación, ya que no parte nunca de un único sitio ni retorna tampoco a un único centro, sino que brota de muchos puntos no necesariamente localizables y retorna también a múltiples lugares distintos. Tal como expresa Marx en sus *Grundrisse*: “La circulación del dinero, como de la mercancía, parte de puntos infinitamente distintos y retorna a puntos infinitamente distintos”.²²⁴ O bien, “la circulación del dinero no parte de un único centro ni retorna a un único centro [...] Parte, en cambio, de infinitos puntos y retorna a infinitos puntos [...] La circulación tiene su punto de partida en una masa de muchos puntos simultáneamente”.²²⁵ Como vemos, la caracterización marxiana de la circulación se asemeja, o al menos puede hacer alianza, con el concepto deleuzeiano-guattariano del rizoma, ya que tanto en la primera como en el segundo, como dirían los filósofos franceses, “cualquier punto [...] puede ser conectado con cualquier otro, y debe serlo”.²²⁶ En última instancia, la circulación rizomática, o el rizoma circulatorio, opera de maneras infinitamente complejas y diversas en toda una red incalculable de sitios, líneas y mercancías, teniendo y tejiendo múltiples entradas y salidas indefinidas que, por más que se busquen ordenar y organizar, no responden a estructuras fijas, ni pueden delimitarse o determinarse por completo.

Según Deleuze y Guattari: “Un rizoma puede ser roto, interrumpido en cualquier parte, pero siempre recomienza según ésta o aquella de sus líneas, y según otras”.²²⁷ Esto sucede igualmente con la circulación, en tanto que admite la posibilidad de ciertas fugas o suspensiones. De aquí que, para nosotros, la circulación no responda en lo absoluto a la forma de organización de las estructuras totales, sino de los procesos y tendencias que se reproducen constantemente y que, por ende, no están plenamente garantizadas de ningún modo. En consecuencia, las diversas detenciones del movimiento circulatorio de las mercancías y del dinero no acaban de tajo con ellos, sino que estos últimos pueden emerger nuevamente en

222 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 136.

223 Deleuze y Guattari, *Mil mesetas*, *op. cit.*, p. 14.

224 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 118.

225 *Ibid.*, p. 129.

226 Deleuze y Guattari, *Mil mesetas*, *op. cit.*, p. 13.

227 *Ibid.*, p. 15.

otros lados de un modo simultáneo, o en los mismos lugares de un modo sucesivo. Es por ello que la circulación, comprendida como rizoma, resulta siempre alargable, prolongable, y alternable, por más que se pueda dislocar, bloquear o retrasar. En otras palabras, el proceso de circulación puede seguir reproduciéndose incluso en los puntos en los que ha sido interrumpido. Éste, al igual que todo rizoma,

[...] comprende líneas de segmentaridad según las cuales está estratificado, territorializado, organizado, significado, atribuido, etc.; pero también líneas de desterritorialización según las cuales se escapa sin cesar. Hay ruptura en el rizoma cada vez que de las líneas segmentarias surge bruscamente una línea de fuga, que también forma parte del rizoma. Esas líneas remiten constantemente unas a otras. [...] Se produce una ruptura, se traza una línea de fuga, pero siempre existe el riesgo de que reaparezcan en ella organizaciones que reestratifican el conjunto.²²⁸

La circulación puede desmontarse en muchos puntos y volverse a montar en muchos otros. Es adaptable y susceptible de modificarse constantemente. Puede romperse o alterarse en algunos sitios y volver a formarse por otros lugares y en diferentes momentos. Tiene múltiples entradas y salidas indefinidas. A fin de cuentas, el proceso de circulación resulta siempre capaz de expandirse a nuevas territorialidades, al mismo tiempo que puede ser constantemente desterritorializado, en la medida en que se cruza todo el tiempo con otro tipo de procesos no necesariamente circulatorios con los cuales puede, a su vez, hacer-rizoma. Sin embargo, su capacidad de expansión y absorción de otros procesos no acontece simplemente como si se tratase de una operación de imitación o semejanza, sino que transcurre como un perpetuo resurgimiento o una insistente reproducción de sus líneas y sus códigos, a partir de otros que le son inmediatamente heterogéneos.

3.3 El desdoblamiento de las mercancías en mercancía y dinero

La emergencia del dispositivo dinerario se funda en la necesidad social de dar al valor de las mercancías una forma de existencia cualitativamente distinguible y separable de ellas mismas. De aquí que, en el dinero, la forma de equivalente de las mercancías entra en contradicción material con su forma natural, en tanto que las hace adquirir un nuevo pliegue

²²⁸ *Idem.*

o determinación, al desdoblarlas comercialmente como mercancía y dinero. En palabras de Marx: “Todas las propiedades de la mercancía en cuanto valor de cambio se presentan en el dinero como un objeto distinto de ella, como una forma de existencia social escindida de su forma de existencia natural”.²²⁹

En su nueva forma de existencia doble, las mercancías logran trascender su simple particularidad para convertirse, por así decirlo, en meras instanciaciones de la riqueza universal, socialmente vigente, que es en este caso el dinero. En toda mercancía deben asomarse, por tanto, ambas determinaciones. Dicho de otro modo, toda mercancía debe ser ahora mercancía y dinero, o bien, valor particularizado y valor en su forma de existencia social-general.

Si la forma mercantil en cuanto tal, sin ser dineraria, es de suyo esquizofrénica, por ser unión inmediata valor de uso-valor, el desdoblamiento dinerario de las mercancías las pone ahora en un aprieto todavía mayor, por ser unión inmediata mercancía-dinero. De por sí el dinero, al ser mercancía, es inmediatamente valor de uso y valor. No obstante, lo más interesante no es, en su caso, dicha composición anfibia, ni tampoco su forma abstracta de valor, sino al contrario, su valor de uso, que consiste en representar en sí, de un modo social-general, el valor relativo de todas las demás mercancías, o bien, en reflejar todas las relaciones de intercambio posibles entre aquéllas. El valor de uso del dinero consiste, por tanto, en ser directamente la encarnación sensible de todas las relaciones de valor. Tal como sostiene el Marx, “*la forma de dinero no es más que el reflejo, adherido a una mercancía, de las relaciones entre todas las demás mercancías*”.²³⁰

Si las mercancías pueden adquirir un modo de existencia doble, como mercancía y dinero, es gracias a su forma de *precio*. El precio de las mercancías no es más que la expresión o denominación dineraria de cuenta de la cantidad de trabajo abstracto, o magnitud de valor, de cualquier mercancía. Por consiguiente, el precio indica y determina las proporciones cuantitativas en que pueden equipararse, enajenarse e intercambiarse recíprocamente las dos formas contrapuestas actuales de la mercancía, mercancía y dinero. Dicho de otro modo, el precio es el valor de cambio puesto en el carácter determinado del dinero. En palabras de

229 Marx, *Elementos fundamentales...*, op. cit., p. 70.

230 Marx, *El capital*, op. cit., p. 110.

Marx: “El valor de cambio expresado en dinero, o sea equiparado al dinero, es el *precio*”.²³¹

O bien, explicado de un modo mucho más desarrollado:

*El valor de cambio puesto en el carácter determinado del dinero es el precio. En el precio, el valor de cambio se expresa como un cuanto determinado de dinero. En el precio el dinero se presenta en primer lugar como la *unidad* de todos los valores de cambio; en segundo lugar como la unidad de la que ellos contienen una determinada suma, de manera tal que de la equiparación con el dinero resulta su carácter determinado cuantitativo, su relación cuantitativa mutua. El dinero, por consiguiente, es puesto aquí como la *medida* de los valores de cambio, y los precios como los valores de cambio medidos en dinero. [...] Pero lo más importante a los fines de nuestro desarrollo es que en el precio *el valor de cambio es equiparado al dinero*. Una vez que el dinero ha sido puesto como el valor de cambio autónomo, separado de las mercancías, la mercancía particular, el valor de cambio particular es de nuevo *equiparado* al dinero, vale decir, es igualado a un determinado cuanto de dinero, es expresado como dinero, traducido en dinero. Por el hecho de haber sido equiparados al dinero, los valores de cambio son puestos nuevamente en relación recíproca tal como, de acuerdo con el concepto, estaban relacionados en cuanto valores de cambio: se corresponden y se equiparan ente sí en determinadas relaciones. El valor de cambio particular, la mercancía, es expresada, subsumida, puesta bajo el carácter determinado del valor de cambio devenido autónomo, o sea el dinero.*²³²

El precio es para el dinero el *quantum* o la cuota de sí mismo que debe enajenarse para cambiar de piel con las mercancías, mientras que es para ellas el indicador de su grado de atracción frente al dinero, o bien, de la cantidad de dinero en que son convertibles. Esto equivale a decir que el dinero, como medida del valor, se identifica idealmente con la mercancía como precio, en tanto que se presta como término común de comparación entre todas las mercancías. Tal como explica el autor de los *Grundrisse*: “El precio de la mercancía misma expresa en ella, idealmente, el hecho de que ella es la cantidad de una cierta unidad [...] de la materia en la que se corporiza el dinero”.²³³

En el precio, el dinero se presta como la materia y el representante en que ha de expresarse y realizarse universalmente el valor de cambio, dentro de los límites de su vigencia social, en la medida en que las mercancías deben cambiar continuamente su puesto con él mediante el proceso de circulación. Por consiguiente, el dinero funciona como una especie de materia o sustancia general en la cual las diversas mercancías deben ser inmersas para

231 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 121.

232 *Ibid.*, pp. 122-123.

233 *Ibid.*, p. 146.

alcanzar su libre existencia como valores de cambio. Dicho de otra manera, el valor encuentra en el dinero su traducción adecuadamente universal.

El precio representa a las mercancías, de un modo externo, como dinero ideal o figurado, que puede a su vez cambiarse por dinero real. Lo cual no quiere decir, sin embargo, que sea la aparición social del dinero la que vuelve conmensurables a las mercancías como cosas que son valor, sino al contrario. En palabras de Marx: “Por ser *todas* las mercancías, en cuanto valores, *trabajo humano objetivado*, y por tanto conmensurables en sí y para sí, pueden medir colectivamente sus valores en la misma mercancía específica y ésta convertirse en su medida colectiva de valor, esto es, en dinero”.²³⁴ Todo el abanico social de mercancías puede medirse, compararse y comprarse ahora con dinero, que hace del precio el *leitmotiv* de las primeras, que pasan a girar en torno suyo. Por ello, así como antes veíamos que sólo la mercancía podía ser dinero, ahora pareciera que toda mercancía debe llegar a serlo, por lo menos de un modo ideal, mediante la adopción de un precio. Sucede así que, según el autor de los *Grundrisse*: “La medida general de los valores de cambio se convierte entonces en la medida [de la relación] entre cada valor de cambio y el dinero con el que *es equiparado*”.²³⁵ En consecuencia, el dinero se aparece ahora para las mercancías como el verdadero sujeto o agente frente al cual deben responder. O bien, tal como expone nuevamente nuestro autor:

El dinero deviene el denominador común de los valores de cambio, de las mercancías en cuanto valores de cambio. [...] Una vez que el dinero ha sido puesto como elemento autónomo respecto de los valores de cambio, los valores de cambio son puestos en el carácter determinado del dinero que se contraponen a ellos como sujeto.²³⁶

Para que las mercancías puedan efectivamente expresar su valor de cambio como precio, tienen que hacerlo primero *ideal* o *simbólicamente*, equiparándose con una determinada cantidad *figurada* de dinero. Por tanto, el procedimiento de tasar los precios de las mercancías no requiere realmente de la presencia del material dinerario, sino tan sólo el uso del dinero

234 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 115. Esto quiere decir que la función social del dinero nace del movimiento formal de la propia composición bifásica de la mercancía, aunque su expansión, cada vez más desarrollada, tiende a encubrir este hecho y a hacer aparecer al dinero como una entidad mística. Pues el movimiento efectivo de la circulación no nos dice mucho acerca de su lógica de funcionamiento. Tan sólo nos muestra el fenómeno sensible.

235 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, pp. 121-122.

236 *Ibid.*, p. 121.

como categoría social-mercantil. Esto equivale a decir que no se necesita un solo ápice de mercancía dineraria para tasar el precio de múltiples de mercancías. Sin embargo, esto sólo es válido desde el punto de vista de la función del dinero como medida ideal del valor. En cuanto a su función como medio real de cambio o de circulación, por otra parte, sí que se requiere de su presencia práctica. Aunque para fijar los precios de las mercancías basta con equipararlas con dinero figurado, para reemplazarlas efectivamente por dinero es preciso que éste se aparezca en el intercambio de un modo objetivo, con tal de que pueda prestar realmente sus servicios como la forma sensible del valor en que las mercancías se quieren convertir. A la inversa, para que las mercancías puedan ser efectivamente intercambiadas por dinero, éstas deben haber sido previamente convertidas en precio de un modo ideal. Tal como explica Marx:

Las mercancías son cambiadas realmente por dinero, transformadas en dinero real, sólo después de haber sido transformadas previamente de modo ideal en dinero, vale decir, después de haber recibido *la determinación del precio*, [y son cambiadas entonces] como *precios*. Los precios son por consiguiente el *supuesto* de la circulación del dinero.²³⁷

Aunque los precios de las mercancías pueden estar muy bien examinados a los ojos del mercado, si los compradores no llevan dinero contante y sonante acuñado en sus bolsillos, ninguna de ellas cambiará de dueño. Pues la compra-venta, según Marx, “sólo será efectiva a condición de tener a su disposición medios de cambio”.²³⁸ En otras palabras, el dinero ideal *mide*, pero sólo el dinero real *cambia*, logrando así convertirse en el motor real de la circulación, cumpliendo efectivamente su movimiento o curso y dejando de existir de un modo puramente figurado, como mera semilla insípida e insensible de sí mismo. Por tal motivo, cuando se cuenta realmente con él y se le convierte en medio objetivo de compra, el dinero dota a la forma de precio de una contundente realidad. Tal como vuelve a explicar el autor de los *Grundrisse*:

Si, en los precios, los valores de cambio son transformados *idealmente* en dinero, en el cambio, en la compraventa, ellos son *realmente* transformados en dinero, cambiados por dinero, para cambiarse luego nuevamente, como dinero, por

237 *Ibid.*, p. 127.

238 Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 21

mercancías. El valor de cambio particular debe ser ante todo cambiado por el *universal*, para poder luego cambiarse de nuevo por el particular. [...] El precio de la mercancía se realiza solamente en el cambio de ella por dinero real, o en su cambio real por dinero.²³⁹

La posesión material o efectiva del dinero lo corresponde con su propio concepto, esto es, con su determinación universal como medio real de cambio, confirmando a sus ostentadores un poder material social tan grande como lo es su propia capacidad de metamorfosis. En el dinero se posee, por tanto, la forma universal-abstracta de la riqueza social y, en consecuencia, la forma objetivamente enajenada de la capacidad de cambio en cuanto tal, o bien, su modo de existencia materialmente encarnado, cuya vigencia social queda idealmente asegurada en los precios de las mercancías, pero que sólo puede realizarse efectivamente en su transmutación real por aquéllas.

Cuanto más se generaliza la tasación de precios de las mercancías, o la expresión dineraria de su valor de cambio, el dinero pueda verse reflejado en más mercancías, al mismo tiempo que el espectro de equivalentes de aquéllas tiende a verse formalmente reducido a una sola mercancía específica, que es la dineraria. De esta manera, las mercancías se convierten cada vez más en meras figuras de uso posibles y sensibles del dinero, en tanto que éste, leyendo al revés sus precios, puede reconocerse en ellas de maneras específicamente útiles. Dicho de otra forma, por ser el dinero la forma de equivalente general de todas las mercancías corrientes, la expresión relativa desplegada del valor del dinero se corresponde con toda la serie incalculable de mercancías que se le contraponen como figuras de uso posibles, disponibles y convertibles en él. En palabras de Marx:

Por ser la figura enajenada de todas las demás mercancías o el producto de su enajenación general, el dinero es la *mercancía absolutamente enajenable*. Lee al revés todos los precios y de ese modo se refleja en todos los cuerpos de las mercancías, que son así el material que se sacrifica para que el dinero llegue a ser mercancía.²⁴⁰

Dada la absoluta convertibilidad del dinero en mercancía, éste se convierte en una especie de *précis de toutes les choses*, o compendio de todas las cosas, por representar la forma

239 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 127.

240 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 134.

universalmente enajenada de todos los objetos comerciables. De aquí que en su propio concepto, o en su existencia misma, esté contenida en potencia toda la riqueza material del mundo de las mercancías. A decir de Marx:

Por un lado se lo posee como valor de cambio de éstas; por otro, las mercancías figuran como otras tantas sustancias particulares de ese valor de cambio, de modo tal que éste puede ser transformado igualmente en cada una de estas sustancias mediante el cambio, en cuanto es indiferente y está por encima del carácter determinado y la particularidad de ellas.²⁴¹

En la relación de intercambio entre mercancía-dinero, el primer término se presenta para el segundo realmente como valor de uso, apareciendo su valor tan sólo idealmente, como precio. Por su parte, el dinero, como la forma universal abstracta de la riqueza, se presenta para las mercancías realmente como valor de cambio, o como la figura social real del valor, apareciendo su valor de uso tan sólo idealmente, dentro de la serie indeterminable de sus expresiones relativas de valor, o bien, dentro del inmenso abanico de mercancías que se le contraponen como un cúmulo de figuras de uso posibles, esto es, como una multiplicidad de formas particularizadas de la riqueza concreta. Por consiguiente, el valor de uso del dinero se muestra virtualmente, dado que no es sino el valor de uso de las mercancías en las que puede convertirse, mientras que su valor se muestra realmente. Entonces, si las mercancías se muestran para el dinero como sus figuras ideales de uso, mientras que éste se pone para ellas como su expresión figurada de valor, o como la figura de valor efectivamente transmutada de sí mismas, podemos identificar, dentro del registro de la circulación, el polo de las mercancías como la parte que es en sí valor de uso y, a la inversa, el polo del dinero como la parte que es en sí valor. Vemos, por tanto, que la antítesis existente en la relación mercancía-dinero se revela como una forma especialmente desarrollada de la vieja contradicción general valor de uso-valor, donde el dinero tiende a contraponerse y a imponerse frente a las mercancías del mismo modo que el valor lo hace ante el valor de uso.

3.4 El dinero como mercancía absolutamente enajenada y enajenable

241 Marx, *Elementos fundamentales...*, op. cit., p. 154.

El dinero es siempre el resultado objetivo de ciertos procesos de enajenación de mercancías que se han enajenado, o vendido, para transmutarse en él. Sin embargo, funge también como condición material de su propia enajenabilidad, es decir, como premisa de otros procesos de enajenación de sí mismo a cambio de apropiarse de otras mercancías que se puedan comprar con él. Por ello, opera al mismo tiempo como mercancía vendida y mercancía comprable.

Debido a su carácter absolutamente enajenado e inmediatamente enajenable –dado que puede circular con la seguridad de ser cambiado por cualquier otra mercancía en cualquier momento–, el dinero no da pie para descubrir la especificidad de los productos que se han convertido en él, ni anuncia tampoco en qué otros se convertirá. Hace desaparecer constantemente sus rastros y sus rostros genealógicos, borrando tras de sí su procedencia y convirtiendo al mundo de las mercancías en un gran jeroglífico social, indiferente e indiferenciado, cuyas especificidades útiles tienden a desdibujarse al igualarse bajo el mismo signo social-abstracto del dinero. Por ello, según Marx: “El aspecto exterior del dinero, pues, no da margen para descubrir de qué tipo era la mercancía convertida en él”.²⁴² Así, desde el punto de vista de la circulación mercantil-dineraria, importan realmente poco los modos en que se han producido las mercancías y bajo qué condiciones, así como también los modos en que irán a consumirse y bajo qué intenciones. Lo único que importa es que el dinero sea simultáneamente valor mercantil realizado como dinero y valor dinerario realizable como mercancía.

Desde el punto de vista de la *producción*, resulta relativamente indiferente e incognoscible el destino consuntivo o comercial de las mercancías, es decir, si están orientadas hacia el consumo o, más bien, hacia la circulación. Desde el punto de vista del *consumo*, por su parte, resulta igualmente indiferente e incognoscible el modo en que los valores de uso han llegado a las manos de quienes los utilizan. Poco importa si los han producido ellos mismos o si, por el contrario, los han adquirido mediante la circulación. Finalmente, desde el punto de vista de la *circulación*, resultan cada vez más insensibles los modos en que las mercancías han sido producidas y los modos en que habrán de ser, a su vez, consumidas.

No bien el valor de cambio de las mercancías se expresa cada vez más bajo la forma específica del precio, todas ellas pasan a verse exactamente igual. Ya no representan, dentro

242 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 133.

de la circulación, más que cantidades figuradas de dinero que se requieren para convertirse en ellas, o bien, para obtenerlas. Cualitativamente, todas las mercancías adoptan la misma apariencia, que es la del dinero. Por consiguiente, el carácter polivalente del dinero, que representa al mismo tiempo los precios mercantiles realizados y las figuras de uso mercantiles posibles, constituye una perpetua indecisión e incertidumbre acerca de las formas útiles concretas que ha adoptado y adoptará, o bien, acerca de las figuras de uso en que se ha realizado y en que, a su vez, tomará cuerpo después. A decir de Marx: “Como la mercancía desaparece al llegar a ser dinero, es imposible distinguir en éste la manera en que ha llegado a manos de su poseedor, o qué mercancía se ha transformado en él. *Non olet* [no tiene olor], sea cual fuere su origen”.²⁴³ En otras palabras, la circulación del dinero, o el movimiento de su curso, torna indiscernibles sus orígenes, así como las especificidades útiles de todas sus metamorfosis.

Dada la absoluta enajenabilidad del dinero en relación con las demás mercancías posibles, todo se vuelve sustituible por él y, a la inversa, él se torna convertible en todo. He ahí el secreto de su facilidad para mutar de piel: por un lado, gracias a su propia insensibilidad frente a las figuras de uso que adopta formalmente cada vez que se convierte en mercancía; por otro lado, gracias a su gran poder de seducción, que lo muestra como inmediatamente atractivo para todas las mercancías, dada su absoluta convertibilidad y transferibilidad. Si el dinero puede adoptar incontables figuras de uso concretas, es porque incontables valores de uso pueden enajenarse socialmente como dinero. Se trata, pues, de una transmutación del mundo de los productos en dinero y, a la inversa, de una encarnación del dinero en todos los productos disponibles para sí. En este sentido, podríamos decir que los valores de uso son ahora algo así como el cuerpo del espíritu universalmente inmanente del dinero, que recorre mucho más que sólo Europa. Por ello, la mercancía dineraria, cínica y carente de sensibilidad desde la cuna, esté siempre pronta y ansiosa para intercambiar, según Marx, “no sólo el alma sino también el cuerpo por cualquier otra mercancía, aunque ésta sea más repulsiva que Maritornes”.²⁴⁴ Dicho de otro modo, la inmediata intercambiabilidad de cualquier mercancía por dinero manifiesta, por un lado, su carácter indistintamente enajenable y, por el otro, su carácter absolutamente enajenado. En palabras de Marx:

243 *Ibid.*, p. 134.

244 *Ibid.*, p. 104.

Como el dinero no deja traslucir qué es lo que se ha convertido en él, todo, mercancía o no mercancía, se convierte en dinero. [...] Así como en el dinero se ha extinguido toda diferencia cualitativa de las mercancías, él a su vez, en su condición de nivelador radical, extingue todas las diferencias.²⁴⁵

La absoluta enajenación del dinero, así como su inmediata enajenabilidad, responden a su cualidad de ser una mercancía inútil para el consumo directo y para la satisfacción de necesidades inmediatas, pero que responde de un modo completamente adecuado a las necesidades del cambio en cuanto tal y, por ende, opera como un valor de uso fundado, paradójicamente, en el valor de cambio. Por lo tanto, la conversión de las mercancías en mercancía y dinero, o mercancías con precio, según Marx,

[...] es posible sólo en la medida en que una mercancía particular deviene por así decirlo la forma universal de los valores de cambio, o en cuanto el valor de cambio de las mercancías es identificado con una sustancia particular, como una mercancía particular distinta de todas las otras. Es decir que la mercancía debe ser ante todo canjeada por una mercancía *universal*, producto simbólico universal u objetivación del tiempo de trabajo, para ser luego valor de cambio intercambiable a voluntad e indiferentemente por todas las otras mercancías y para poder metamorfosearse convirtiéndose en cualquiera de ellas.²⁴⁶

En resumen, para que todo el trabajo social se vea a sí mismo representado objetivamente en el dinero como su figura modificada y abstracta, se requiere de todo un proceso social de enajenación generalizada de las mercancías que responde, en este caso, a la forma específica de la circulación. Por consiguiente, nos encontramos en este punto frente al dinero como ante una especie de mercancía social universal, o mejor, como ante la forma de existencia objetiva de la enajenación universal de las mercancías. El dinero se ha convertido, según Marx, en “la figura enajenada de todas las demás mercancías o el producto de su enajenación general”.²⁴⁷

3.5 La circulación como intercambio escindido en compra-venta

245 *Ibid.*, p. 161.

246 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 97.

247 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 134.

La circulación, por ser la versión dinerariamente desarrollada y enajenada de las relaciones de intercambio, es también su versión mediatamente escindida. El modo de operación del dinero, como medio de cambio, divide el proceso en dos momentos contrapuestos, que son la compra y la venta. En el momento de la compra, la circulación se pone como enajenación del dinero a cambio de una mercancía que sirve como valor de uso para su respectivo comprador. Consiguientemente, aquí el dinero egresa al mercado como una figura absolutamente enajenable de sí misma, que debe retirarse de las manos de su poseedor original para reconvertirse en una mercancía distinta. Por otro lado, en el momento de la venta, la circulación se muestra como adquisición de dinero a través de la enajenación de otra mercancía puesta como como no-valor de uso, o bien, como valor de uso para otro. Así, el dinero ingresa ahora a los bolsillos de los vendedores como la figura enajenada de la mercancía que han vendido.

Cada acto del proceso circulatorio —es decir, la compra y la venta— se despliega bajo la forma específica de una doble metamorfosis mercantil. En palabras de Marx, “en el acto de la circulación las mercancías son transformadas constantemente en dinero, así como el dinero es transformado constantemente en mercancías”.²⁴⁸ De esta suerte, ambos momentos ocurren de un modo simultáneo, aunque inverso, en cada proceso de metamorfosis mercantil-dinera. Dicho de otro modo, toda compra es al mismo tiempo venta y presupone una venta y, al revés, toda venta es al mismo tiempo compra y supone una compra. Sin embargo, esto no implica que los vendedores lleven directamente al mercado a sus compradores y que, por tanto, baste con poner algo a la venta para que sea efectivamente comprado, como en una sucesión inmediata. Más bien, significa que toda compra debe realizarse al mismo tiempo como venta y, al contrario, toda venta se realiza al mismo tiempo como compra. Dicho de otro modo, si bien ambas categorías no se identifican, sino que se distinguen, las dos tienen en común el tipo de relación mutua, simultánea y recíproca que se da entre sí, de manera que podemos caracterizarlos como términos contradictorios, pero mutuamente dependientes.

Cada acto de compra, al igual que todo acto de venta, puede ser puesto en su determinación doble y opuesta, como compra-venta. Nadie puede comprar nada sin que alguien más venda y, viceversa, nadie puede vender sin que alguien más compre. Por consiguiente, en toda transustanciación de dinero en mercancía, o de mercancía en dinero,

248 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, pp. 136-137.

coexisten ambos procesos, al igual que sus respectivos agentes, pero ubicados en polos opuestos y puestos en determinaciones contrarias. En otras palabras, cada término se relaciona inmediatamente con aquel que se le contrapone, de manera que la compra y la venta constituyen o componen, según Marx, “un *acto idéntico* en cuanto relación recíproca *entre dos personas polarmente contrapuestas*: el poseedor de mercancías y el de dinero”.²⁴⁹

En el movimiento circulatorio de las mercancías encontramos, de un lado, agentes que desean o necesitan comprar y, del otro, agentes que desean o necesitan vender. Esto no quiere decir, empero, que la sociedad esté partida o separada entre sujetos-compradores específicos y sujetos-vendedores igualmente localizables, sino que ambos términos se refieren a funciones sociales que cambian de personas del mismo modo que las personas cambian de función. En otras palabras, una misma persona puede adoptar aquí el papel de compradora y allá el de vendedora, aunque no al mismo tiempo, ni en el mismo sentido, ni en la misma relación de intercambio, sino en transacciones distintas, separadas espaciotemporalmente. El papel que desempeña un mismo sujeto en cada caso depende tan sólo de la posición relativa que ocupa en el mercado en un momento determinado, ya sea como poseedor de mercancía que se enfrenta a poseedores de dinero, o bien, como poseedor de dinero enfrentado a poseedores de mercancía. Por consiguiente, la compra y la venta constituyen actos parciales y cambiantes de una misma relación mercantil, en la cual se hallan articuladas de un modo recíprocamente indispensable. Tal como explica Marx:

Así como la misma mercancía discurre sucesivamente por las dos mutaciones inversas —de mercancía a dinero y de dinero a mercancía—, el mismo poseedor de mercancías desempeña alternativamente los papeles de vendedor y comprador. No se trata pues de papeles fijos, sino que, en el marco de la circulación de mercancías, los mismos constantemente cambian de personas.²⁵⁰

En el acto de compra-venta, podemos distinguir entre la *relación* y los *agentes* que ella articula y pone en conexión. Esto nos permite observar que, en la circulación, solamente interesan las determinaciones formales que hacen a sus respectivos sujetos aparecer, en tal o cual momento, en calidad de compradores o vendedores, independientemente del contenido y volumen específico de cada acto de compra-venta. Lo que importa es, pues, la pura relación

249 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 138.

250 *Ibid.*, p. 135.

comercial social-formal mediada, por un lado, por el polo de las mercancías y, por el otro, por el polo del dinero. Tal como explica Marx: “La conexión entre vendedores y compradores no sólo se *expresa* en el curso del medio de circulación: la conexión misma surge en el curso del dinero y con él”.²⁵¹ A fin de cuentas, las relaciones de compra-venta se pueden descomponer como actos en los cuales una misma magnitud de valor se relaciona consigo misma de un modo desdoblado, adoptando dos formas contrapuestas que son las de mercancía y dinero.

En la venta, o transmutación de mercancía en dinero (M-D), al igual que en la compra, o conversión de dinero en mercancía (D-M), vemos una relación del valor consigo mismo, pero adquiriendo en cada caso distintas formas útiles. Las mercancías pasan de unas manos a otras en el mismo movimiento en que el dinero corre de unos bolsillos a otros. Por ello, tanto la compra como la venta pueden leerse al revés de sí mismas, dejando ver que, según Marx, “la *realización del precio*, o de la forma de valor sólo ideal de la mercancía, es a la vez, y a la inversa, realización del valor de uso sólo ideal del dinero; la transformación de la mercancía en dinero es, a la vez, la transformación simultánea del dinero en mercancía”.²⁵² En última instancia, la circulación, como esa serie compleja de múltiples procesos de compra-venta, es a la vez el realizarse como figura útil del dinero y el realizarse como precios de las mercancías, o bien, el devenir-dinerario de los productos mercantizados. Dicho de otra manera, el proceso de circulación es la realización dinerariamente enajenada del valor de cambio de las mercancías y la realización mercantil del valor de cambio del dinero, que deja de ser mera medida ideal de valor para convertirse, de un modo real, en medio de circulación.

3.6 El atesoramiento como posibilidad interna de la circulación

La posibilidad de la circulación depende, por un lado, del grado de retención social de las mercancías en su forma dineraria o de precio y, por el otro, de la conversión efectiva de sus precios en dinero real. Ahora bien, dado que todo proceso circulatorio está escindido en dos momentos contrapuestos, que son la compra y la venta, tenemos que el dinero permite y al mismo tiempo produce una separación fundamental en el cambio directo de mercancías.

²⁵¹ *Ibid.*, p. 167.

²⁵² *Ibid.*, p. 132.

La circulación mercantil-dineraria, a diferencia del intercambio directo de productos, abre la posibilidad de derribar y arrasar las barreras locales y temporales a las cuales este último se halla más o menos sujetado y sometido. En otras palabras, la circulación inaugura la posibilidad inédita de comprar sin vender, así como de vender sin comprar. Por fin, resulta posible no sólo acaparar mercancías, sino además atesorar dinero.

El atesoramiento dinerario, que resulta inmediatamente contradictorio con la función del dinero como medio de cambio, se funda en su operatividad como la forma de existencia social-objetiva del valor, que no depende de su movimiento real, sino que puede ejercerla aun estando quieto. Por consiguiente, el atesoramiento tiene sus bases lógico-formales en una contradicción interna del dinero, que consiste en la separación de su valor de uso como medio efectivo de circulación y su valor de uso como medida ideal de valor. En el atesoramiento, el dinero es sacado de la circulación. Por consiguiente, el curso de sus metamorfosis mercantiles, o su realización útil como mercancía, se ve interrumpida. La lógica que rige este tipo de relacionamiento con el dinero no es ya, por tanto, la que pasa por su conversión en medios de vida, sino la que pretende hacer de él un eterno tesoro o una crisálida en suspensión.

El fenómeno del atesoramiento se funda en el deseo de conservar al dinero en su pura capacidad abstracta, o bien, en su mera potencia desactualizada como riqueza universal, pero virtual, que no llega nunca a concretarse en ningún otro valor de uso específico. Entonces, si bien el atesoramiento es una de las posibilidades más internas del dinero, considerado en su valor de uso como medida ideal del valor, es también una de sus contradicciones más internas, en cuanto a su valor de uso como medio real de cambio, ya que se opone directamente a él.

El atesoramiento no sólo representa, en sí mismo, una contradicción directa del dinero respecto de su doble utilidad esquizofrénica, sino que además presupone otra contradicción relativa a la virtualidad cualitativamente ilimitada del dinero, confrontada a su propia materialidad cuantitativamente restringida. Si bien el dinero abstracto tiene la cualidad de convertirse indiferentemente en cualquier mercancía que le plazca, el dinero concreto se ve siempre enfrentado a sus límites objetivos, que demarcan cuantitativamente sus capacidades transformativas. Dicho de otra manera, la virtual, universal e incondicionada convertibilidad del dinero se ve inmediatamente contradicha por sus propias formas particulares y

determinadas de existencia. De aquí que, según Marx, “lo absolutamente seguro, es, al mismo tiempo, lo absolutamente inseguro”.²⁵³ Los precios de las mercancías, al mismo tiempo que lanzan tiernas miradas de amor al dinero, también frenan su ímpetu por conquistarlas, en la medida en que le indican los límites, términos y condiciones cuantitativas de sus posibilidades metamórficas. O bien, nuevamente en palabras del autor de *El capital*: “Al propio tiempo, los precios, los ojos con los que las mercancías le lanzan tiernas miradas de amor, le indican al dinero los límites de su capacidad de transformación, o sea su propia *cantidad*”.²⁵⁴

Mientras que el dinero abstracto, o ideal, tiene tantas formas posibles como existan mercancías con precio en el mercado, el dinero real sólo puede convertirse en cada caso en un determinado *quantum* de mercancías específicas, dados sus propios límites cuantitativos y espaciotemporales. Entonces, dada la radical contradicción entre la absoluta cambiabilidad abstracta del dinero y sus restricciones metamórficas concretas en el cambio, o bien, dado el antagonismo entre la naturaleza cualitativa del dinero y sus límites cuantitativos, surge frecuentemente entre sus poseedores un desenfrenado deseo atesorado de conservarlo, así como también una obsesiva avidez acumuladora de obtener cada vez más material dinerario. Revisemos, por ejemplo, el siguiente pasaje de *El capital*, en el cual se clarifica la contradicción entre las potencias cualitativas del dinero y sus impotencias cuantitativas, en relación con el fenómeno del atesoramiento:

El afán de atesoramiento es ilimitado por naturaleza. *Cualitativamente*, o por su forma, el dinero carece de límites, vale decir, es el representante general de la riqueza social porque se lo puede convertir de manera directa en cualquier mercancía. Pero, a la vez, toda suma real de dinero está limitada *cuantitativamente*, y por consiguiente no es más que un medio de compra de eficacia limitada. Esta contradicción entre los límites cuantitativos y la condición cualitativamente ilimitada del dinero, incita una y otra vez al atesorador a reemprender ese trabajo de Sísifo que es la *acumulación*. Le ocurre como al conquistador del mundo, que con cada nuevo país no hace más que conquistar una nueva frontera.²⁵⁵

La posesión de dinero se aparece, de un modo abstracto, como posesión de la forma general de toda la riqueza social-material. Por ello, en la medida en que el dinero es la forma

253 *Ibid.*, p. 170.

254 *Ibid.*, p. 134.

255 *Ibid.*, p. 162.

particularizada de la riqueza social en general, poseer más dinero supone poseer, de un modo abstracto y enajenado, más riqueza potencial, es decir, más poder de riqueza. Sin embargo, dadas sus limitaciones cuantitativas particulares, el dinero sólo puede ser la forma universal de la riqueza de un modo inadecuado, por lo cual anhela constantemente superarse a sí mismo. En consecuencia, la mercancía dineraria no constituye solamente el objeto del deseo del acaudalado y del acumulador, sino también la fuente de su sed canina. De aquí que el dinero produzca, por su propia naturaleza enajenada y enajenante, deseo de sí mismo, esto es, de dinero y más dinero. Dicho de otra manera, dado su carácter cualitativo-formal de operar como la forma socialmente vigente de la riqueza general-abstracta, el dispositivo dinerario tiende a producir locura de sí mismo. Por tanto, el deseo de enriquecimiento de los poseedores de mercancía se traduce, en realidad, en deseo de poseer dinero, o bien, de realizar dinerariamente sus mercancías, de convertirlas en dinero. En palabras de Marx: “La sed de enriquecimiento como impulso generalizado por el cual todos quieren producir dinero, la crea solamente la riqueza universal. Sólo así la sed universal de enriquecimiento puede convertirse en la fuente de la riqueza universal, siempre renovadamente creada”.²⁵⁶ O bien:

El dinero es, por lo tanto, no sólo *un* objeto, sino *el* objeto, de la sed de enriquecimiento. [...] La sed de enriquecimiento en cuanto tal, como forma particular de apetito, es decir como forma diferente del deseo de una riqueza particular [...], es posible únicamente cuando la riqueza universal, la riqueza como tal, es individualizada en un objeto particular [...] El dinero por lo tanto no es solamente el objeto, sino al mismo tiempo la fuente de la sed de enriquecimiento. La sed de tener es posible también sin dinero. La sed de enriquecimiento es en cambio ya el producto de un determinado desarrollo social [...] La sed de placeres en su forma universal y la avaricia son las dos formas particulares de la avidez de dinero. La sed abstracta de placeres presupone un objeto que contenga la posibilidad de todos los placeres. La sed abstracta de placeres efectiviza al dinero en su determinación de *representante material de la riqueza*; y la avaricia, solamente en cuanto él es la forma universal de la riqueza respecto de las mercancías como sustancias particulares suyas. Para retener el dinero como tal, la avaricia debe sacrificar y renunciar a toda relación con los objetos de las necesidades particulares, y así satisfacer la necesidad propia de la avidez de dinero como tal.²⁵⁷

256 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, pp. 158-159.

257 *Ibid.*, p. 157.

El deseo, el espíritu o el conato del atesorador y del acumulador, resultan ser unas de las tendencias más próximas que acompañan al surgimiento y al desarrollo social del dinero. Se trata, por así decirlo, de una suerte de efecto subjetivo que acompaña el desarrollo del fenómeno objetivo. De esta suerte, el propio Marx llega a ejemplificar la relación que se da entre tal fenómeno económico y sus efectos éticos al hablar, por ejemplo, del evangelio de la abstinencia del atesorador, cuya alma brama por dinero como el ciervo brama por agua, llegando incluso a sacrificar sus apetitos carnales por mor de su tesoro. En sus palabras: “Laboriosidad, ahorro y avaricia son por consiguiente sus virtudes cardinales; vender mucho, comprar poco, la suma de su economía política”.²⁵⁸ O bien:

El culto del dinero tiene su ascetismo, sus renunciaciones, sus sacrificios: la frugalidad y la parsimonia, el desprecio por los placeres mundanos, temporales y fugaces, la búsqueda del tesoro *eterno*. De aquí deriva la conexión del puritanismo inglés o también del protestantismo holandés con la tendencia a acumular dinero.²⁵⁹

Como vemos, el dispositivo dinerario no produce solamente nuevas formas de objetividad de las mercancías, sino también nuevas formas de subjetividad y nuevos mecanismos de subjetivación de los agentes que se articulan y hacen alianza con él bajo la forma específica del deseo de atesorarlo. En pocas palabras, el dinero opera también como una especie de máquina abstracta que produce deseo de sí mismo y, por consiguiente, sujetos que braman por él.

3.7 La deuda y el crédito como posibilidades internas de la circulación

Así como el atesoramiento dinerario es una de las consecuencias sociales relativas al surgimiento y al desarrollo de la circulación, proveniente a su vez de la separación del intercambio en los momentos de compra y de venta, también el proceso de compra-venta mismo puede, por su parte, ser igualmente escindido en otros dos momentos diferenciables, que son el de compra-venta propiamente dicha y el de el pago-cobro efectivo. De esta manera,

²⁵⁸ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 163.

²⁵⁹ Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 168. Resulta sumamente notable la manera en que Marx desarrolla este problema antes de que Max Weber teorizara el tipo de “afinidad electiva” que se da entre cierto espíritu del capitalismo temprano y el ascetismo intramundano de la ética protestante. Cf. Max Weber, *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Diez, Buenos Aires, 1974.

se torna ahora posible la emergencia del dispositivo de la *deuda*, donde se compra antes de que se pague y se vende antes de que se cobre.

En la medida en que el dinero dota socialmente en sí al valor de una realidad *cuasi* definitiva, su forma de existencia depende cada vez menos de su realización efectiva, aunque evanescente, en el intercambio inmediato. Dicho de otro modo, la existencia social del dinero depende cada vez menos, según Marx, de “la *identidad directa* existente aquí entre enajenar el producto del trabajo propio y adquirir el producto del trabajo ajeno”.²⁶⁰ Como medio de circulación, el dispositivo dinerario puede escindir y desplazar la coincidencia inmediata entre el acto de enajenar el producto del trabajo propio y el de apropiarse del producto de un trabajo ajeno. Por tanto, se puede vender ahora antes o después de enajenar la mercancía, y se puede comprar antes o después de apropiársela.

El dinero tiende a desarrollarse socialmente hasta que su título y su sustancia, su contenido nominal y su contenido real, puedan llegar a dissociarse y divorciarse al punto de posibilitar, facilitar y exigir, por ejemplo, la emergencia de la forma crediticia del dinero puramente figurado o ideal. Dado que a la forma dineraria le resulta prácticamente indiferente cuál sea su forma real de existencia, mientras tenga una forma nominal o representativa convencional y funcional, arrastra como tendencia inmanente y espontánea el proceso de conversión de sí mismo en apariencia ficticia, es decir, de sustitución de sí mismo por sus meros signos, o bien, de simbolización de sí mismo. Así, el dinero es capaz de convertirse, cada vez más, en un mero signo dinerario socialmente vigente y objetivo. Ejemplos de ello son la conversión del dinero ponderal en dinero monetario y de este último en crédito, que no es otra cosa que una forma más abstracta y desarrollada del dinero como función y relación social. Esto equivale a decir que el crédito es, según escribe Marx en sus *Cuadernos de París*, “el *dinero* mismo, elevado a su forma completamente *ideal*”.²⁶¹ O bien, ya en los *Grundrisse*, el crédito será caracterizado como una especie de dinero simbólico que puede “sustituir al dinero real porque el dinero material como simple medio de cambio es él también simbólico”.²⁶²

²⁶⁰ Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 138.

²⁶¹ Marx, *Cuadernos de París (Notas de lectura de 1844)*, traducción de Bolívar Echeverría, Era, México, 1974, Del cuaderno IV, [14], p. 133.

²⁶² Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 148.

La contradicción entre el contenido real y el contenido nominal del dinero no es más que una forma específicamente desarrollada de la original contradicción valor de uso-valor, latente en toda mercancía, pero por fin generalizada en el dinero. Por ello, la existencia puramente funcional del dinero tiende a independizarse de su existencia material, tal como el valor tiende a emanciparse del valor de uso. Sin embargo, esto no resulta en modo alguno una anomalía del uso normal del dinero, sino que representa, al contrario, la forma de existencia más adecuada de sí mismo respecto de su propio concepto.

Debido a que las funciones del dinero concreto, como medio de compra y como medio de pago, se cercenan y se dividen por partes, se torna posible la aparición del dinero abstracto como medio puramente ideal o virtual de compra. En otras palabras, aunque el dispositivo dinerario no exista aún, de un modo real, en los bolsillos de los compradores, sino tan sólo en su promesa, el dinero figurado o hipotético se vuelve capaz de lubricar, aceitar y dinamizar efectivamente el cambio de ubicación de las mercancías, pasándolas de manos de sus poseedores originales a las manos de sus nuevos poseedores, a pesar de que ningún dinero real haya entrado todavía en escena en la circulación, sino que lo hará tan sólo después de que la mercancía en cuestión ya haya salido de ella para convertirse antes en un valor de uso que en dinero. De esta suerte, los vendedores pueden pasar a enajenar en el acto sus mercancías existentes, mientras que los compradores pueden, a su vez, pasar a convertirse en meros representantes de dinero futuro, todavía no existente, para pagar su deuda naciente. En este sentido, el precio de la mercancía que se compra, y que debe ahora pagarse, pasa a determinar el grado de compromiso y el tipo de relación misma entre el comprador-deudor con el vendedor-acreedor.

El mecanismo o dispositivo de la deuda puede, ciertamente, llegar a tener ciertas potencias benéficas, en tanto que permite a los deudores conseguir valores de uso ante los cuales no cuentan aún con equivalentes intercambiables. No obstante, resulta igualmente evidente que a las bondades posibles de la deuda tienden a sobreponerse sus propias contrapartes perversas, que consisten en la conversión de un polo de la relación en parte-acreedora, mientras que la otra se convierte en parte-deudora. Este solo acto formal pasa a modificar la relación misma entre los sujetos o agentes involucrados, e incluso los propios modos en que se aparecen mutuamente para sí. Sucede, según Deleuze y Guattari, que “la

deuda se convierte en *deuda de existencia*".²⁶³ Por ello, tal como expresa Marx en sus *Cuadernos de París* –aunque sin distinguir todavía entre el modo de existencia del dinero como crédito y el modo de existencia del dinero como capital–,

[...] nada puede ser peor para quien concede el crédito que la muerte del pobre: es la muerte de su capital y de los intereses. [...] En el crédito, en 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. Así, pues, es cierto que el *medium* del intercambio ha retornado de su figura material y se ha reincorporado en el hombre, pero esto ha sucedido sólo porque el propio hombre se ha desalojado de sí y se ha vuelto para sí mismo una figura material. Lo que acontece en la relación crediticia no es una abolición del dinero y su superación en el hombre, sino la transmutación del hombre en *dinero*, la *encarnación* del dinero en el hombre. La *individualidad humana*, la *moral* humana se ha vuelto, por un lado, un artículo de comercio y, por otro, el *material* en el que existe el dinero. La materia, el cuerpo del *espíritu del dinero* no es ya el dinero, o sus representaciones en papel, sino mi propia existencia personal, mi carne y mi sangre, mi virtud y mi valía sociales. Carne y corazón humanos son la moneda en que el crédito calcula sus valores.²⁶⁴

A fin de cuentas, tanto las contradicciones del dinero-tesoro como sus contradicciones como dinero-deuda, o dinero-crédito, provienen de la propia naturaleza escindida, esquizofrénica y enajenada de la circulación mercantil-dineraria en cuanto tal. Es por ello que, por más que podamos exponer analíticamente dichos antagonismos de un modo especulativo, tal comprensión no hará mucho más que añadir un cierto pavor teórico al mucho más radical pánico práctico de su realidad, cuyo misterio ni siquiera se revela siempre para los agentes involucrados en ella, dada la propia dinámica enigmática y silenciosa de las operaciones, relaciones y agenciamientos del movimiento social del dinero.

3.8 La contradicción valor-precio: hacia una mercantilización universal del mundo social-material

Según Marx, el dinero es capaz de resolver las viejas contradicciones inherentes a la forma mercantil sólo en la medida en que, paradójicamente, las generaliza y las actualiza con una vigencia propia. En este sentido, el desdoblamiento de las mercancías en mercancía y dinero,

263 Deleuze y Guattari, *El Anti Edipo*, op. cit., p. 204.

264 Marx, *Cuadernos de París*, op. cit., Del cuaderno IV, [14], pp. 133-134.

o la forma propiamente circulatoria del intercambio, trae irremediabilmente consigo nuevas y más desarrolladas formas de la vieja contradicción mercantil entre la forma socia-natural del valor de uso y la forma social-abstracta del valor. Éste es, por ejemplo, el caso del naciente antagonismo entre la forma de valor y la forma de precio de las mercancías, donde el valor tiende a ocupar el antiguo espacio del valor de uso, mientras que el precio adopta el que pertenecía al valor.

La contradicción valor-precio tiene, por un lado, un aspecto *cuantitativo* y, por otro, un carácter *cualitativo*, que habría igualmente que señalar y distinguir. Ahora bien, tanto en su forma cuantitativa como en su forma cualitativa, el antagonismo entre la forma de valor y la forma de precio de las mercancías se funda en el hecho de que ellas no *son*, realmente, precio, tal y como sí son, *abstractamente*, valor. El precio de las mercancías no es más que una determinación que éstas adoptan de un modo *mediato*, tan sólo en la medida en que se miden, comparan e intercambian en términos dinerarios. Entonces, dado que el dinero adquiere una forma de existencia exterior y relativamente autónoma a la de las mercancías, según Marx,

[...] el precio de la mercancía se presenta como una relación *externa* de los valores de cambio o mercancías con el dinero: la mercancía *no es* precio, así como era valor de cambio desde el punto de vista de su sustancia social; este carácter determinado no coincide *inmediatamente* con ella y más aún, es mediada por su equiparación con el dinero; la mercancía *es* valor de cambio, pero *tiene* un precio. El valor de cambio está directamente unido a ella, era su carácter determinado inmediato con el que también divergía directamente [...] El precio ya no es un carácter determinado inmediato, sino un carácter determinado reflejo de la mercancía.²⁶⁵

La forma *cuantitativa* de la nueva contradicción valor-precio consiste en que, si bien el segundo término es ciertamente la expresión dineraria del valor de las mercancías, no por ello resulta en sí y para sí una expresión *adecuada* de su magnitud de valor. Es decir, el valor y el precio de una misma mercancía pueden resultar cuantitativamente *incongruentes* entre sí. Incluso si se planificara socialmente, de un modo constante, un movimiento de igualación de ambos términos, esto no haría más que presuponer y demostrar en sí su no igualdad inmediata, o bien, su perpetua relación de *desigualdad*. Por tanto, la reconciliación

265 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 123.

consonante entre el valor y el precio de las mercancías sólo puede llegar a ser mediatamente alcanzada a través del camino de sus propias disonancias inmediatas.

Dadas las posibles incongruencias cuantitativas entre el valor y el precio de las mercancías, éstas pueden adoptar precios por debajo o por encima de su valor, sin que por ello este último se modifique en lo más mínimo. Las diversas fluctuaciones en la relación oferta-demanda, por ejemplo, que influyen de múltiples maneras en la determinación social de los precios de las mercancías, en nada tienen que ver con sus valores, que permanecen inalterados aun en estos casos. Por ejemplo, allí donde el aumento de la demanda, en relación con la oferta, se traduce en un alza en los precios de las mercancías, esto no nos remite en lo absoluto a la determinación de sus valores, sino que nos habla solamente de la tendencia comercial que entorpece el acceso general a mercancías determinadas justamente cuando aquéllas resultan socialmente más necesarias. Ahora bien, incluso en los momentos de evidente inadecuación cuantitativa entre valor y precio, el segundo término sigue sin ser otra cosa que la expresión dineraria del primero, o bien, el índice de su relación de intercambiabilidad recíproca con la mercancía dineraria. Tal como expresa Marx en el capítulo VI inédito de *El capital*:

Todo *precio* ha de ser reducible a un *valor* ya que el precio en y para sí es tan sólo la expresión monetaria del valor, y la circunstancia de que precios reales estén *encima* o *debajo* del precio correspondiente al valor, en nada afecta el hecho de que son expresiones cuantitativamente incongruentes del valor de la mercancía, aun cuando en el caso presupuesto anteriormente sean también *cuantitativamente* demasiado altos o demasiado bajos.²⁶⁶

El desfase cuantitativo real entre el valor y el precio de las mercancías no se debe simplemente a una aplicación fallida o a una anomalía en la función social del dinero, sino que constituye una de sus posibilidades más internas, sin la cual no podría siquiera tener un funcionamiento llamado normal. Tal como vuelve a explicar Marx,

[...] en *la forma misma del precio* está implícita la *posibilidad de una incongruencia cuantitativa*, de una divergencia, entre el precio y la magnitud del valor. No se trata, en modo alguno, de un defecto de esa forma, sino que al contrario es eso lo que la

266 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 148.

adecua a un modo de producción en el cual la norma sólo puede imponerse como ley promedial que, en medio de la carencia de normas, actúa ciegamente.²⁶⁷

Como hemos dicho más arriba, el aspecto cuantitativo de la contradicción valor-precio no la agota por completo. La forma *cualitativa* de este antagonismo se revela incluso mucho más severa, ya que en ella el precio, sin dejar de ser una forma de expresión específica del valor, tiende sin embargo a emanciparse de aquél, tal y como el valor pugna por emanciparse del valor de uso. En otras palabras, el precio tiende a abandonar su rol meramente *expresivo* para adoptar uno, por así decirlo, *formativo, regulativo y estructurante*, ya que se convierte en el principio mercantil por excelencia, o bien, en aquello por lo cual las mercancías deben pasar para acreditarse socialmente como tales. Esto implica, por un lado, que una mercancía sin precio parece ser aquí una quimera y, por otro, que ahora también ciertas cosas que no encierran *realmente* valor pueden adquirir *formalmente* un precio figurado que las convierta en tales. Entonces, así como siempre pueden producirse valores de uso que no se conviertan necesariamente en cosas de valor, o en mercancías, surge ahora, como astucia del dinero, la posibilidad inversa, de que se conviertan en mercancías cosas que no son realmente productos del trabajo y, por consiguiente, no son valor de uso ni valor. Ya el propio Marx advertía que “cosas que conforme a su naturaleza no son *mercancías* –y que por tanto en este sentido son ajenas al comercio de los hombres (*extra commercium hominum*)– se convierten en mercancías gracias a su intercambio por dinero”.²⁶⁸ O bien:

La *forma del precio*, sin embargo, no sólo admite la posibilidad de una incongruencia *cuantitativa* entre magnitud del valor y precio, o sea entre la magnitud del valor y su propia expresión dineraria, sino que además puede albergar una contradicción *cualitativa*, de tal modo que, aunque el dinero sólo sea la *forma de valor* que revisten las mercancías, el precio deje de ser en general la expresión del *valor*. Cosas que en sí y para sí no son mercancías, como por ejemplo la conciencia, el honor, etc., pueden ser puestas en venta por sus poseedores, adoptando así, merced a su precio, la *forma mercantil*. Es posible, pues, que una cosa tenga formalmente *precio* sin tener *valor*.²⁶⁹

Gracias a la función social del dinero como medida del valor, que lo vuelve capaz de añadir a la circulación toda clase de cosas que de otro modo no podrían convertirse en mercancías,

267 *Ibid*, p. 125.

268 Marx, *Capítulo VI (inédito)*, *op. cit.*, p. 149.

269 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 125.

el mercado se convierte para él en un cuerpo que debe ser cada vez más llenado, aun cuando no logre jamás estar plenamente saturado ni suturado, ya que siempre habrá nuevas mercancías por añadir. Muestra de ello son, por un lado, la cantidad creciente de valores de uso que se convierten formalmente en mercancías y, por otro, la cualidad específica de los mismos, que bajo otras formas de reproducción social serían imposibles e inconcebibles como mercancías. Incluso lo impensable puede ahora ser integrado al campo de inmanencia del mercado, siempre y cuando se le grabe un precio en la frente. Aun aquello que, bajo otras formas de reproducción social, podría ser considerado como inalienable, puede convertirse aquí, por el dinero y para el dinero, en cosa venal, puesta a la venta; en resumen, en objeto de cambio y tráfico. En palabras del autor de *El capital*:

Todo se vuelve venal y adquirible. La circulación se transforma en la gran retorta social a la que todo se arroja para que salga de allí convertido en cristal de dinero. No resisten a esta alquimia ni siquiera los huesos de los santos y *res sacrosanctae, extra commercium hominum* [cosas sacrosantas, excluidas del comercio humano], mucho menos toscas.²⁷⁰

La creciente inscripción dineraria de las mercancías, o su creciente absorción en el registro de la circulación, formaliza el apoderamiento cada vez mayor del dinero sobre el proceso de reproducción social, al mismo tiempo que la reproducción social dineraria precisa que cada vez más mercancías sean dinerariamente significadas para poder circular. El dinero se convierte, por tanto, en aquello ante lo cual las mercancías deben ser en primer lugar equiparadas. De esta manera, según Marx: “A medida que se expande la circulación mercantil se acrecienta el poder del dinero, la forma siempre pronta, absolutamente social de la riqueza”.²⁷¹

Cuanto más se expande el poderío o la potencia del dinero dentro de la reproducción social, tanto más se universaliza su aparición y más se corresponde con el carácter universal de su concepto. Dicho de otra manera, el desarrollo cada vez más universal del dinero lo convierte en el modo de existencia general de la riqueza, capaz de conservar perpetuamente su carácter de valor en vez de perderlo en su consumo efectivo, tal como sucede con las demás mercancías. Nos encontramos, por tanto, ante una nueva clase de mercantilización

270 *Ibid.*, p. 161.

271 *Ibid.*, p. 160.

desenfrenada y descontrolada de todas las cosas. La inscripción dineraria de lo sensible permite que la totalidad de lo que *es*, pueda ser tasado en su justo o injusto precio. Estamos, pues, ante nuevos mecanismos de mercantilización del mundo social-natural, que hacen de él algo cada vez más sustituible, apropiable y enajenable por dinero.

Cada vez resulta más usual que las cosas tiendan a contar tan sólo en cuanto tienden a *costar*, y a costar *tanto*. El dinero se convierte, así, en algo entregable a cambio de todo, al mismo tiempo que todo, a su vez, se vuelve entregable a cambio suyo. En la misma medida en que todo se torna dinerariamente enajenable, también todo es ahora adquirible por él. De esta manera, el registro entero de lo óntico tiende a convertirse en dinero efímero, a la vez que el dinero tiende a convertirse en el régimen ontológico por excelencia. Ya no queda para él nada situado plenamente presente al margen de su potencia. No parece quedar nada que el dinero no pueda convertir formalmente en mercancía. Es por ello que, según Marx, nos encontramos en el tiempo del dinero, que es “el tiempo de la corrupción general, de la venalidad universal [...], el tiempo en que cada cosa, moral o física, convertida en valor venal, es llevada al mercado para ser apreciada en su más justo valor”.²⁷²

El mundo entero tiende a encadenarse cada vez más dentro de la realidad sublime del dinero y a rendirse ante sus brillantes pies, siempre y cuando se aparezca en la cantidad adecuada. Incluso la Tierra misma pareciera rotar sobre el eje del dinero como nuevo centro gravitacional, que se ha erigido como el sol hacia el cual todos los valores de uso, cual girasoles –si se nos permite la analogía benjamineana–, deben tornar sus corolas bajo un secreto heliotropismo. Todo puede convertirse en dinero y éste, a su vez, puede convertirse en todo, gracias a su capacidad o potencia de universalizarse como la forma abstracta y enajenada de cualquier cosa.

El dispositivo dinerario se ha convertido, por así decirlo, en juez y verdugo universal. Ya no es simplemente el hombre el que, según Protágoras, se erige como la medida de todas las cosas. Ahora también el dinero, cuya potencia intensiva y extensiva crecen cada vez más, junto con la cantidad de cosas convertidas o convertibles socialmente en mercancías

272 Marx, *Miseria de la filosofía*, *op. cit.*, p. 14. Esta idea será a su vez retomada en los *Grundrisse*, donde Marx escribe que “La cambiabilidad de todos los productos, actividades y relaciones por un tercer elemento, por *algo que sea una cosa* que pueda a su vez ser intercambiada *indistintamente* por todo, es decir, el desarrollo de los valores de cambio [...], se identifica con la venalidad y corrupción generales”. Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.* p. 90.

apreciadas o apreciables, se convierte en criterio absoluto de lo ente. De aquí, según Marx, el carácter del dinero “como carnicero de todas las cosas, como Moloch al cual todo es sacrificado, como déspota de las mercancías”.²⁷³ Así, el dinero pareciera ser incluso la señal de la bestia, el nombre de su señal y el número de su nombre, en tanto que se ha convertido en la ley universal de las relaciones sociales de intercambio y circulación. Dicho de otra manera, el dinero ha pasado a convertirse en esa mercancía que, según Lefebvre, “suministra la forma, el lenguaje, el espejo de la sociedad”.²⁷⁴

El dinero, debido al mecanismo social interno que lo posibilita y le da vigencia, tiende a contradecir cada vez más su propia composición y funcionamiento dentro de la reproducción social, pasando a operar cada vez menos como una mera medida y un simple medio para la circulación, para convertirse en el fin de la reproducción social entera. Entonces, aunque el dinero sea realmente un representante de todos los valores mercantiles, su desarrollo invierte esta relación misma, haciendo que sean ahora más bien los diversos productos y trabajos concretos los que pasan a convertirse en meros representantes especiales del dinero, o bien, en modos de existencia particulares suyos. En palabras de Marx, “ya no es más el dinero el que representa la mercancía, sino que es la mercancía la que representa al dinero”.²⁷⁵ O bien: “El dinero es la mercancía omnipresente; la mercancía es sólo dinero local”.²⁷⁶ De esta suerte —o de esta mala suerte—, pareciera que nada pudiera moverse ya si no es por medio de relaciones dinerarias. Así, el dinero ha pasado de ser esclavo del comercio a ser su amo y su tirano. Incluso las mercancías parecieran perder interés social no bien se muestran separadas de su existencia dineraria, esto es, de su relación con el dinero, que originalmente se aparecía como poco más que un dispositivo mediador de su intercambio. En consecuencia, el dispositivo dinerario se ha trastocado, según el autor de los *Grundrisse*,

[...] *primero* como fin absoluto, al servicio de cuya mera realización están el cambio y el comercio de mercancías. *Segundo*: esto implica ya que el dinero no vale ni sólo como medida, ni como medio de cambio, ni como una y otra cosa solamente sino que posee también una tercera determinación. Él aparece aquí *ante todo* como fin en sí mismo, y el mercado y el cambio sirven para su simple realización.²⁷⁷

273 *Ibid.*, p. 133.

274 Lefebvre, *Forma, función y estructura en “El capital”*, *op. cit.*, p. 27.

275 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 133.

276 *Ibid.*, p. 167.

277 *Ibid.*, p. 137.

3.9 El valor y el dinero como brújulas de la (re)producción social

La circulación mercantil, como proceso de intercambio o enajenación-apropiación de productos y trabajos distintos, puede ocurrir de maneras no necesariamente predominantes u hostiles frente a los agentes involucrados. De hecho, es capaz de facilitar enormemente el proceso de reproducción social, operando como un mecanismo deseable de socialización. Por ejemplo, dado que ciertas formas de desarrollo de la división social del trabajo presuponen, permiten y al mismo tiempo solicitan que las necesidades individuales se vuelvan tan multilaterales como unilaterales se tornan los procesos de trabajo, la circulación se aparece ahí como un movimiento necesario para la obtención de medios de vida, o valores de uso. En otras palabras, la división social del trabajo permite y exige que los distintos productores-consumidores produzcan valores de uso para otros y consuman objetos útiles elaborados por otros que, a su vez, producen y consumen cosas distintas que aquéllos con quienes intercambian. Asimismo, en la medida en que el dinero se puede fragmentar con más facilidad que otros objetos, para intercambiarse por mercancías proporcionalmente equivalentes, éste resulta capaz de llevar a cabo el proceso de intercambio de un modo mucho más afortunado que si no se contase con él. El propio Marx reconoce explícitamente las bondades reales y virtuales del intercambio y la circulación de mercancías. Sin embargo, si lo hace es únicamente en la medida en que toma el registro del valor de uso como punto de partida, y no el del valor de cambio, cuya lógica comercial tiende a imponerse de un modo más sutil o más violento sobre otras lógicas de reproducción social, logrando así refuncionalizarlas como mecanismos de reproducción de sí mismo. Revisemos, por ejemplo, el siguiente pasaje de *El capital*:

En la medida en que se trata del *valor de uso*, es obvio que los dos sujetos del intercambio pueden *resultar gananciosos*. Ambos se desprenden de mercancías que en cuanto valores de uso les son inútiles, y adquieren otras de cuyo uso necesitan. Y esta utilidad bien puede no ser la única. A, que vende vino y compra trigo, produce quizás más vino que el que podría producir el cerealero B *en el mismo* tiempo de trabajo, y éste más cereal que el que podría producir A, como viticultor, *en igual tiempo de trabajo*. De modo que A, por el mismo valor de cambio obtiene más cereal y B más vino que si cada uno de los dos, sin intercambio, tuviera que producir vino y trigo para sí mismo. Respecto al *valor de uso*, entonces, puede decirse que ‘el

intercambio es una transacción en la cual *ganan* ambas partes'. No ocurre lo mismo con el *valor de cambio*.²⁷⁸

O bien, según se lee en los *Grundrisse*,

[...] en la circulación simple como tal (en el valor de cambio en su movimiento) la acción recíproca de los individuos es, desde el punto de vista del contenido, sólo una mutua e interesada satisfacción de sus necesidades, y desde el punto de vista de la forma es un intercambio, un poner como iguales (equivalentes). De tal modo la propiedad también es puesta aquí únicamente como apropiación del producto del propio trabajo, en cuanto el producto del trabajo propio es comprado mediante el trabajo ajeno. La propiedad del trabajo ajeno es mediada por el equivalente del propio trabajo. Esta forma de propiedad [...] está puesta en esta simple relación.²⁷⁹

Por último:

El valor de cambio era la medida del cambio de las mercancías; pero su finalidad era la posesión de la mercancía cambiada, su consumo [...] La finalidad del comercio no es directamente el consumo, sino la adquisición de dinero, de valores de cambio. Mediante esta duplicación del cambio –del cambio en función del consumo y del cambio en función del cambio– nace una nueva desproporción.²⁸⁰

El cambio y la circulación pueden, bajo ciertas formas de su desarrollo, orientación y organización, resultar favorables al proceso de reproducción social de diversas maneras, siempre y cuando tomemos por punto de arranque la prevalencia de la forma de valor de uso por encima de la forma de valor. No obstante, bajo otras formas de despliegue, que tienden a generalizar la lógica del valor, el intercambio y la circulación social de mercancías pueden llegar a invertir el estado de cosas y las potencias útiles que permitirían un desenvolvimiento más o menos afortunado de sí mismos. Por tanto, mientras que en ciertas formaciones sociales el mercado puede hacer las veces de un simple mediador evanescente, supeditado a la reproducción social útil, en otras formas de socialidad llega a invertirse la relación que supedita una parte a la otra, haciendo así que sea más bien el proceso de reproducción social el que se pone como medio o vehículo favorable para la expansión, diversificación y emancipación del mundo de las mercancías, puesto como principio y fin de las relaciones

278 Marx, *El capital*, *op. cit.*, pp. 191-192.

279 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 174.

280 *Ibid.*, p. 74.

sociales más heterogéneas. Entonces, si bien las relaciones de cambio pueden estar efectivamente orientadas al uso, también puede suceder que, a la inversa, sea la producción útil la que esté orientada con vistas al cambio.

En un primer momento, el dinero surge como una necesidad social desprendida de ciertas formas de desarrollo de la división del trabajo. No obstante, bajo ciertas formas de desarrollo del dispositivo dinerario, llega también a suceder que, a la inversa, pareciera ser ahora la división del trabajo la que pasa a vehicular y mediatizar la reproducción del dinero, que debe, a su vez, volverse capaz de encontrar en sí mismo los medios de su propia reiteración, convirtiéndose de este modo en una especie de dispositivo auto-repetitivo o auto-reproductivo. Para ello, según Marx, el dinero debe hacerse “no solamente un supuesto, sino también un resultado de la circulación, y como supuesto, ser también un momento de la misma, algo que es puesto por ella”.²⁸¹

El dispositivo dinerario tiende a producir múltiples mecanismos de subsunción de la reproducción social en la reproducción de sí mismo. Mediante aquéllos, incluso los registros del trabajo tienden a orientarse y organizarse cada vez más según las formas y los códigos del dinero. Es por ello que, en algunas formaciones sociales específicas, la circulación mercantil-dineraria tiende a convertirse en una necesidad o exigencia cada vez más usual, potente y prioritaria dentro de la reproducción social. Entonces, cuanto más se desarrolla la esfera social de la circulación, tanto más tiende a subsumir para sí el registro de la producción como una especie de momento interno de su propia realización. En consecuencia, resulta cada vez más forzoso que se produzcan objetos con la previa intención de ser volcados en la circulación, cuyo devenir-omnipresente, al ser suscitada en todos lados, hace del dinero un elemento cada vez más ineludible e imprescindible.

Al desplegarse y generalizarse el dinero como mercancía universal y, por consiguiente, como la prenda social usual que todos los poseedores de mercancía deben tener a la mano, ya no sólo la circulación, sino también la producción tiende a orientarse cada vez más con vistas a la dimensión abstracta del valor, especialmente en su forma de expresión dineraria. Consecuentemente, nos enfrentamos ahora a una nueva forma de reproducción social, atravesada y orientada, con una fuerza cada vez mayor, por el flujo-dinero, que

281 *Ibid.*, p. 158.

supone, según Marx, “el pleno desarrollo del valor de cambio y por lo tanto una organización de la sociedad correspondiente a ellos”.²⁸²

Los valores de uso tienden a verse, en general, cada vez más forzados a tener que representarse y entrar en escena de antemano, en la reproducción social, como cosas que encierran valor; y este último, a su vez, debe ser representado con una anticipación cada vez mayor como una forma de existencia del dinero, mediante su conversión en precio. Tal como explica Marx en sus *Grundrisse*:

Si en un comienzo el dinero expresa el valor de cambio, ahora la mercancía como precio, como valor de cambio idealmente puesto, mentalmente realizado, expresa una suma de dinero: dinero en una proporción determinada. Como precios, todas las mercancías son en distintas formas representantes del dinero, mientras que antes el dinero, como valor de cambio vuelto autónomo, era el representante de todas las mercancías. Después que el dinero ha sido puesto realmente como mercancía, la mercancía es puesta idealmente como dinero.²⁸³

Es así como incluso la producción de valores de uso tiene que pasar a organizarse cada vez más en términos mercantiles, con vistas al intercambio, al mismo tiempo que este último debe, por su parte, orientarse cada vez más en términos dinerarios, es decir, como circulación, en cuyo concepto mismo se asoma la vista previa del dinero. Por consiguiente, si bien antes resultaba impensable que los valores de uso pudieran convertirse en mercancías antes del intercambio, ahora parece impensable que en su producción no esté fichada ni fechada su mercantilización prematura, que responde a su vez al llamado del dinero. Dicho de otra manera, la forma social-natural del valor de uso ha pasado a depender socialmente de su propia abstracción y enajenación bajo la forma social-abstracta del valor; y ésta, a su vez, ha pasado a depender de su forma dineraria de expresión. En consecuencia, la utilidad de los productos del trabajo resulta cada vez más pensada para ser puesta para otros, de modo que, en el movimiento de la circulación, según Marx, “la enajenación general se presenta como apropiación general y la apropiación general como enajenación general”.²⁸⁴ O bien:

La condición de la circulación de las mercancías es la de que ellas sean producidas como *valores de cambio*, no como *valores de uso inmediatos*, sino como valores de

282 *Ibid.*, p. 157.

283 *Ibid.*, p. 124.

284 *Ibid.*, pp. 130-131.

uso mediados por el valor de cambio. La apropiación a través y mediante la enajenación y la venta es un supuesto fundamental. La circulación como realización de los valores de cambio implica: 1) que mi producto es tal sólo en cuanto es para otro; [...] 2) que es un producto para mí sólo en la medida en que ha sido enajenado y se ha convertido en un producto para otro; 3) que es un producto para otro sólo en la medida en que este último enajena su producto.²⁸⁵

Estas formas de producción y circulación presuponen que los productores directos no orientan ya su actividad de un modo inmediatamente útil para sí, sino para otros, bajo la forma específica del valor de cambio. En consecuencia, es ahora mediante todo un proceso y un rodeo social-mercantil que sus productos habrán de convertirse, finalmente, en medios de vida para sí, revistiendo la forma de otros valores de uso, producidos por otros trabajos, o por el trabajo de otros, que han obtenido a cambio de enajenar el propio, objetivado en sus productos. En este punto, los valores de uso parecieran tener que estar signados de antemano con el estigma y el presupuesto del valor, que debe arrojarse a la circulación, por su parte, con la marca o el signo del dinero. En consecuencia, se torna cada vez más socialmente necesario, para conseguir medios de vida, hacerlo a través de su conversión dineraria en el mercado, tan sólo para que éste pueda, al final, reconvertirse en ellos. De esta manera, los valores de uso se convierten en instanciaciones del dinero que, por su parte, los dinamiza como valores de cambio, así como el dinero se convierte en la forma universalmente enajenada de todas las relaciones sociales de intercambio y de todos los medios de vida.

Los productos del trabajo, no bien se producen de un modo generalizado como mercancías para otros, pasan a depender cada vez más de los flujos mercantiles de la circulación y de la circulación de sus flujos mercantiles, para poder llegar a las manos de los agentes que los consumirán como valores de uso determinados. En este sentido, los valores de uso deben ahora convertirse primero en dinero, para después reaparecer, al final de su movimiento circulatorio, en su forma social-natural, tras haber sido compradas y sacadas del mercado para inscribirse, finalmente, en el registro del consumo útil concreto. Entonces, aunque las mercancías sigan siendo todavía objetos útiles, ahora dependen de la circulación para llegar a realizarse efectivamente como tales, ya que su valor de uso ha sido producido para otros, para sujetos distintos de los agentes productores que les han dado forma. Sucede, pues, que el mecanismo general de repartición y distribución de lo útil es ahora el mercado,

285 *Ibid.*, p. 130.

mediado a su vez por el dinero. Entonces, aunque sea la conversión efectiva de las mercancías en dinero la que las realiza en su forma de precio, su forma social-natural solamente puede realizarse en el consumo, satisfaciendo necesidades específicas. Sin embargo, sucede ahora que la reconversión de las mercancías en valores de uso sólo puede darse de un modo mediato y tardío, una vez que el intercambio se ha efectuado y las mercancías y el dinero han circulado.

Mientras circulan, la utilidad de las mercancías es meramente virtual, debido a su enajenación en la forma de valor y de éste en la forma de dinero. Esto significa, desde el punto de vista de los productores-consumidores, que la manera en que regularmente consumen los productos de su trabajo es de un modo absolutamente enajenado y transustancializado, dado que pasa primero por la forma de valor, luego por la forma de dinero y, finalmente, por la forma del producto de un trabajo ajeno. Por consiguiente, ya no hablamos tan sólo de una demanda social de convertir regularmente productos en mercancías, sino también de transformar universalmente mercancías en dinero. Dicho de otro modo, nos vemos ahora enfrentados a una constante y habitual enajenación general de lo sensible en dinero. De aquí, por ejemplo, que Marx plantee como problema esa necesidad y dependencia de los productores de mercancía que han de convertirse, a su vez, en vendedores. En sus palabras:

Cuanto más se desarrolla la producción en general como producción de mercancías, tanto más cada uno quiere y debe convertirse en *vendedor de mercancías*, hacer dinero sea con su producto, sea con sus *servicios* –cuando su producto, debido a su naturaleza, sólo existe bajo la forma de servicio–, y ese *hacer dinero* aparece como el objetivo último de todo género de actividad.²⁸⁶

Ya no sólo el dinero es apto de convertirse en mercancías, sino que ahora también todas las mercancías se ven obligadas a tener que pasar por un devenir-dinero regular y usual. De esta manera, resalta el privilegio del dinero sobre el resto de mercancías, en la medida en que se pone para ellas como la forma determinante a la que deben aspirar, mientras que él se muestra capaz de transformarse en cualquiera de ellas, en cualquier instante, según le plazca y le convenga.

286 Marx, *Capítulo VI (inédito)*, *op. cit.*, pp. 80-81

El intercambio mercantil puede llegar a darse de maneras más o menos fortuitas. Sin embargo, a lo que nos enfrentamos a estas alturas es a la tendencial conversión generalizada de todas las cosas en mercancía, y de todas las mercancías en dinero. Todo puede ser ahora socialmente intercambiado, gracias al dinero y a su funcionamiento como medio general de cambio y realizador universal de los precios y del valor. El dinero no es, entonces, simplemente el *objeto* social por excelencia, sino también el *objetivo* social excelente. Por tal motivo, los productos del trabajo, así como la actividad productiva en general, deben ponerse recurrentemente en la determinación general del dinero, que pasa a existir como esos mismos trabajos y esos mismos productos, al mismo tiempo que se aparece junto a ellos como un dispositivo realmente contrapuesto.

El proceso de reproducción social ya no se orienta solamente sobre la base, la determinación o el flujo útil de los procesos productivos y consuntivos, sino que ahora también –y cada vez más– sobre la base de la determinación o el flujo abstracto de la producción-intercambio de valor, que absorbe, refuncionaliza y subsume a la reproducción social como una especie de pretexto indispensable de su propio movimiento, o bien, como una simple mediación suya. El consumo útil ha dejado de ser, por tanto, el motivo o impulso predominante de la producción de objetos. Ahora la circulación mercantil-dineraria se ha convertido en el *leitmotiv* de la reproducción social considerada en su conjunto, dejando atrás su posición meramente subordinada y adoptando así una nueva postura subordinante. Por tanto, nos encontramos aquí frente a un radical proceso de subsunción del proceso de reproducción social en el proceso de formación y circulación del valor que, a su vez, ha sido subsumido en su forma de existencia dineraria.

Los productos del trabajo ya no se nos aparecen simplemente como necesarios, deseados o deseables, en virtud de su forma social-natural, sino además por ser representantes materiales del valor que, por su parte, figura como un modo de ser del dinero. Este último ha dejado de ser un mero mediador evanescente del cambio y ha llegado a adoptar la elevada forma de principio y fin vital –aunque muerto– de la reproducción social. Por tanto, los tipos de operación y las formas de devenir del dinero han cambiado. Tal como expresa Marx en sus *Grundrisse*: “En tanto medio de cambio, el dinero se presenta como mediador necesario entre producción y consumo. En el sistema monetario desarrollado se produce solamente para

cambiar, o se produce solamente en cuanto se cambia”.²⁸⁷ O bien, en *El capital*: “La figura de valor característica de la mercancía, el dinero, se convierte ahora, obedeciendo a una necesidad social derivada de las circunstancias del proceso mismo de circulación, *en fin último de la venta*”.²⁸⁸ No es ya simplemente el cambio de materia de los valores de uso el que rige y dirige la circulación mercantil-dineraria, sino que lo es ahora el puro cambio de forma del valor, que transita de ser mercancía a dinero, y viceversa. De esta manera, y a propósito de su universalidad, el dinero se transforma ya no sólo en la forma específica de la circulación, sino también en su contenido mismo.

La circulación mercantil-dineraria tiende a convertirse cada vez más en premisa, intención y principio rector del proceso de reproducción social entero. Por ello, el tipo de relaciones que se dan aquí entre las potencias de la producción y las de la circulación se ven profundamente modificadas, siendo ahora la segunda la que se convierte en tendencia estructurante, predominante y determinante de la primera, y no ya al revés. Sus relaciones de influencia e importancia se ven trastornadas y trastocadas, de modo tal, que pasamos a producir cada vez más para el mercado, según su lógica y sus modos de operación. Entonces, en razón de este desfase e inversión de los flujos útiles y comerciales de la reproducción social, se vuelve cada vez más impracticable e inconcebible producir y consumir valores de uso que no deban convertirse, o que no hayan pasado ya por convertirse, en mercancía. A su vez, se vuelve cada vez más quimérica la idea de una mercancía que no deba transformarse, o no se haya transformado ya, en dinero. En este sentido, los procesos de compra-venta se convierten cada vez más, de un modo real, en necesidades sociales generalizadas, sin las cuales se vuelve prácticamente imposible acceder a nuestros medios de vida, que han pasado a ser determinados en términos mercantiles y dinerarios. En resumen, hemos pasado a depender de producir para intercambiar, y de intercambiar para consumir. A decir de Marx:

Cuanto más la producción se configura de manera tal que cada productor pasa a depender del valor de cambio de su mercancía, vale decir, cuanto más el producto se convierte realmente en valor de cambio y el valor de cambio deviene objeto inmediato en la producción, tanto más deben desarrollarse las *relaciones de dinero* y las contradicciones que son inmanentes a la *relación de dinero*, o sea a la relación del producto consigo mismo en cuanto dinero.²⁸⁹

287 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 150.

288 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 166.

289 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 71.

La transformación de los productos del trabajo en valores de uso efectivamente consumibles y consumidos, queda aquí anudada a toda una red de dependencias comerciales generalizadas que se expresan en la creciente necesidad social del cambio y del dinero. Por ello, los objetos útiles tienen que transformarse con una mayor aceleración en dinero; ya no sólo para realizarse como valores de cambio abstractos en la circulación, sino incluso para que, tras haber dejado ahí su huella o su espectro, pueden re-efectivizarse en el consumo como valores de uso reales y no meramente virtuales. Entonces, aunque el valor de uso sea siempre premisa de la circulación, ahora también los procesos de formación y realización del valor se ponen como premisas de la producción y el consumo. De aquí que, según Marco Aurelio García Barros: “Ahora serán las 'señales' de los precios las que definirán cómo producir y cómo consumir”.²⁹⁰ Sin embargo, esto no excluye ni contradice el hecho de que las condiciones de circulación estén siempre atravesadas y orientadas, en mayor o menor grado y con una mayor o menor potencia, por las condiciones de producción y consumo. Es decir, aunque hemos pasado a depender de producir para vender y comprar para consumir, no deja de ser cierto que los modos en que vendemos y compramos dependen, a su vez, de los modos en que producimos y consumimos.

En la medida en que la producción de mercancías se organiza inmediatamente en función de los registros del valor y el dinero, y sólo mediatamente en función de los registros de uso, el cambio mismo ya no se orienta tampoco en torno al consumo, sino directamente en torno a sí mismo como proceso de dinamización del valor y el dinero. Entonces, junto con la creciente emancipación del valor de cambio en el dinero, ocurre también un proceso tendencial de autonomización y automatización de la circulación como función *cuasi* desvinculada, incluso, de los agentes que participan en ella. De aquí que el mercado –que no es en realidad más que una multiplicidad de relaciones sociales de intercambio– parezca adoptar cada vez más la determinación de un sujeto automático y enajenado de sus propias condiciones de emergencia y funcionamiento. De aquí también que el dinero, que podría operar como un simple medio de circulación, se convierta cada vez más en un poderoso *socius*, o bien, en una potente máquina social, propiamente hablando. En palabras de Marx:

290 Marco Aurelio García Barros, “Forma natural y forma enajenada de la polis”, en Diana Fuentes, Isaac García Venegas y Carlos Oliva Mendoza (compiladores), *Bolívar Echeverría. Crítica e interpretación*, Itaca-UNAM, México, 2012, p. 205.

Lo que originariamente se presentaba como medio para promover la producción, se convierte en una relación extraña a los productores. En la misma proporción en que los productores se convierten en dependientes del cambio, éste parece devenir independiente de ellos, y parece crecer el abismo entre producto como tal y producto como valor de cambio.²⁹¹

En vez de ser el mercado y el dinero simples medios de cambio, orientados según necesidades y deseos sociales concretos, parecieran ser más bien las necesidades y los deseos los que se convierten en meros medios instrumentales abstractos, entregados al servicio de la expansión del valor y del dinero, puestos en movimiento según los códigos de su propio ordenamiento policial-social. Ya no son, entonces, las mercancías las que dependen simplemente de las necesidades de consumo para ser intercambiadas, sino que ahora son los productores-consumidores los que dependen del comercio general para obtener los objetos de su necesidad. Así, la reproducción de los deseos y de las necesidades sociales de producción y consumo, junto con sus condiciones de satisfacción, se ven regularmente atadas a la reproducción de las condiciones, los medios y las lógicas mercantiles que, por su parte, las encadenan en una relación de dependencia y mediación comercial generalizada. Entonces, lo que desde el punto de vista de la producción privada se nos puede aparecer como un proceso de independización de las diversas ramas productivas, se nos muestra en su conjunto, considerando a aquélla en sus agenciamientos con los procesos de circulación y consumo, como un complementario “sistema de dependencia multilateral y propio de cosas”²⁹² que, además, tiende a separar a los productores de su propia actividad y sus productos, en la medida en que éstos han de retornar a ellos de un modo enajenado y mediado por la circulación, revistiendo así la forma de otras mercancías intercambiadas e intercambiables.

La aparente independencia individual entre distintos productores de mercancías, recíprocamente indiferentes, cuyos intereses privados se hayan inmediatamente escindidos entre sí, se desdobra contradictoriamente como una relación de mutua dependencia real respecto de las distintas mercancías que poseen y, sobre todo, que no poseen. Es decir, la aparente independencia *personal* entre los distintos productores y consumidores de mercancías se despliega realmente como una relación de mutua dependencia *social* entre los

291 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, pp. 71-72.

292 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 131.

diversos procesos de producción y consumo respecto de la circulación mercantil-dineraria. Por tanto, si en algunas formas de reproducción social pareciera ser un asunto efectivamente privado de cada productor la decisión de convertir o no sus productos en mercancías, sucede aquí que dicha voluntad mercantil no corresponde a los productores privados, sino más bien a una necesidad y a una tendencia social generalizadas. En palabras de Marx:

La dependencia mutua y generalizada de los individuos recíprocamente indiferentes constituye su nexo social. Este nexo social se expresa en el *valor de cambio*, y sólo en éste la actividad propia o el producto se transforman para cada individuo en una actividad o en un producto para él mismo.²⁹³

Asimismo:

Estas relaciones de dependencia *materiales*, en oposición a las *personales* (la relación de dependencia material no es sino [el conjunto de] vínculos sociales que se contraponen automáticamente a los individuos aparentemente independientes, vale decir, [al conjunto de los] vínculos de producción recíprocos convertidos en autónomos respecto de los individuos) se presentan también de manera tal que los individuos son ahora dominados por *abstracciones*, mientras que antes dependían unos de otros. La abstracción o la idea no es sin embargo nada más que la expresión teórica de esas relaciones materiales que los dominan.²⁹⁴

El carácter absolutamente enajenado de la situación de *dependencia* material-impersonal que se da a propósito de ciertas formaciones específicamente mercantiles y dinerarias del proceso de reproducción social, pareciera operar como por fuera de la agencia de los productores-consumidores de mercancías, bajo el comando de las puras formas o tendencias abstractas de producción y circulación. Parece, pues, que los hilos de las relaciones sociales, según Marx, “se han urdido y siguen urdiéndose a espaldas de los productores”.²⁹⁵ Es decir, la relación entre productores y productos resulta cada vez más exterior a los primeros, ya que el retorno de los objetos a los sujetos depende cada vez más de un complejo circuito o rodeo mercantil, más o menos planificado o espontáneo, de la reproducción social. Por ello, el momento de la subjetivación consuntiva de los productos del trabajo queda ahora más o menos escondido y escindido frente al movimiento *cuasi* imparabile de la circulación mercantil-dineraria, que

293 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 84.

294 *Ibid.*, p. 92.

295 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 130.

interviene y se interpone cada vez más en la relación entre productores y productos, así como entre producción y consumo. Tal como indica Marx en sus *Grundrisse*, señalando además el carácter fetichista del dinero, que invierte las relaciones personales como relaciones cósicas, y viceversa:

El carácter social de la actividad, así como la forma social del producto y la participación del individuo en la producción, se presentan aquí como algo ajeno y con carácter de cosa frente a los individuos; no como su estar recíprocamente relacionados, sino como su estar subordinados a relaciones que subsisten independientemente de ellos y nacen del choque de los individuos recíprocamente indiferentes.²⁹⁶

O bien:

El intercambio general de las actividades y de los productos, que se ha convertido en condición de vida para cada individuo particular y es su conexión recíproca [con los otros], se presenta ante ellos mismos como algo ajeno, independiente, como una cosa. En el valor de cambio el vínculo social entre las personas se transforma en relación social entre cosas; la capacidad personal, en una capacidad de las cosas.²⁹⁷

Las relaciones entre las diversas mercancías, incluida la dineraria, son en realidad relaciones sociales de intercambio entre poseedores subjetivos, pues ninguna mercancía marcha por sí sola al mercado. En palabras de Marx: “Las mercancías no pueden ir por sí solas al mercado ni intercambiarse ellas mismas. Tenemos, pues, que volver la mirada hacia sus custodios, los *poseedores de mercancías*”.²⁹⁸ No obstante, tanto el contenido como la forma de tales poseedores quedan cada vez más determinadas por la pura peculiaridad de su relación económica, esto es, de su pura cualidad de *poseedores*. Por consiguiente, el dinero se convierte tanto en la forma como en el contenido enajenado de la relación social que encarna y representa.

Al relacionarse como propietarios privados de artículos recíprocamente enajenables, los sujetos sociales pasan a existir, los unos para los otros, tan sólo como representantes personificados de sus mercancías, esto es, como su forma de encarnación subjetiva. Sucede

296 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 84.

297 *Ibid.*, pp. 84-85.

298 Marx, *El capital*, *op. cit.*, p. 103.

que, según Marx, “los poseedores de mercancías sólo entran en contacto como representantes de equivalentes recíprocamente disponibles”.²⁹⁹ Por ello, los agentes reales del intercambio tienden a enajenarse como meras formas subjetivas del rol que ocupan en cada caso en su relación económica objetiva, o bien, en las simples formas subjetivas de sus mercancías objetivas. Es así como los distintos agentes sociales se aparecen mutuamente para sí, a decir de Marx, “como representantes de la mercancía, y por ende como *poseedores de mercancías*”.³⁰⁰ En resumen, los agentes concretos tienden ahora a convertirse en meros portadores abstractos de las relaciones económicas que personifican o escenifican en cada caso, en calidad de *propietarios privados* que se relacionan recíprocamente entre sí bajo la forma específica de la enajenación, la apropiación y el intercambio mercantil.

Debido al desarrollo y a la generalización ampliada de la forma mercantil del mundo de las cosas, y de la forma dineraria de las mercancías, que se aparecen como potencias *cuasi* ajenas y externas a la agencia de sus poseedores, resulta cada vez más difícil reproducir la vida social si no es a través del mercado y la circulación, ya que el dinero se ha convertido en la forma social general que deben pasar a adoptar, o que deben ya haber adoptado, todos los valores de uso. De esta suerte, el despliegue generalizado de la actualización dineraria de las mercancías tiende a expropiar a los sujetos sociales su capacidad, agencia y deseabilidad de producir y consumir valores de uso que no tengan que pasar por ser vendidos o comprados. Por este motivo, el dinero tiende a convertirse en una especie de orden policial que determina la aparición y repartición de lo sensible, dentro del registro del mercado y la circulación. Sobre todo, se convierte en una especie de *socius*.

A estas alturas, el dinero se ha convertido ya en una forma de articulación, organización y orientación predominante del proceso de reproducción social. De aquí que el poder social sobre el trabajo y los productos de otros, tienda a encarnar y emanar cada vez más del dinero, como si aquéllos brotaran de su seno y le pertenecieran. Es por ello que los poseedores de dinero pueden ver reflejado en él un poder social universal-abstracto convertido, a su vez, en posesión privada, perteneciente a ellos como particulares-concretos. No nos sorprende, por ende, que hasta nuestra capacidad de agencia social parezca aumentar o disminuir en relación con el aumento o la disminución de nuestra propia posesión dineraria,

299 *Ibid.*, p. 164.

300 *Ibid.*, pp. 103-104.

que es a su vez la forma enajenadamente encarnada de esa potencia social. Aun nuestras más diversas impotencias inmediatas parecieran poder ser mediatamente aliviadas gracias al dinero, pues si éste, que es la forma enajenada de todos los bienes, adopta la apariencia del bien supremo, entonces su posesión también sería un bien en sí. Sin embargo, el dinero no es realmente el bien supremo, sino tan sólo la forma enajenada de todos los bienes que, mediante él, se pueden obtener. No obstante, siendo el dinero la forma absolutamente enajenada y enajenable de todo bien, éste se nos muestra efectivamente como una especie de potencia que contiene, en germen, todas las potencias. Hasta la capacidad de producción y consumo pueden ponerse, de un modo enajenado, como potencias internas del dinero, que se muestra de esta manera como apto para realizarse de formas productivas y consuntivas. A la inversa, el dinero puede ponerse como una nueva forma enajenada de la producción y el consumo, y no ya sólo del intercambio.

Gracias a los distintos procesos y mecanismos de subsunción formal y real de la producción y el consumo en el movimiento del dinero, éste puede adoptar múltiples formas productivas,³⁰¹ al mismo tiempo que se vuelve capaz de devenir-goce de consumo, como valor de uso. Por consiguiente, ya no sólo los productos, ni tampoco únicamente la producción, sufren cambios radicales en cuanto a su organización mercantil, sino que el proceso de reproducción social entero debe reestructurarse y reorganizarse ahora según nuevas lógicas de operación. En consecuencia, la generalización del dinero como dispositivo mercantil-social se desarrolla, por un lado, como necesidad lógico-formal de la circulación de las mercancías y, por otro, como necesidad práctico-real al interior de la reproducción social considerada en su conjunto productivo-circulatorio-consuntivo.

No bien el dinero se convierte en una instancia predominantemente articulante o estructurante de las formas de socialidad, o bien, en una forma mayoritaria de las relaciones que acontecen en el campo de inmanencia de la reproducción social, éste tiende a constituirse cada vez más como *socius*, es decir, como un poderoso y determinante –incluso sobredeterminante– dispositivo de socialización. En otras palabras, el dinero ya no es solamente un medio de circulación, sino incluso un régimen del sentido de la reproducción social considerada en su conjunto, en tanto que tiende a codificar, agenciar y territorializar,

301 El devenir-productivo del dinero, que constituye la forma elemental de su composición como capital, exige ser materia específica de otra investigación aparte.

de diversas maneras y con grados de intensidad variantes, los flujos, las lógicas y los procedimientos sociales a propósito de los cuales nos relacionamos, al mismo tiempo que descodifica y desterritorializa otras formas de producción y reproducción de lo social. El devenir-*socius* del dinero consiste, por tanto, en su despliegue como una tendencia capaz de atraer, absorber y canalizar para sí las formas de socialidad más diversas y desiguales, incluyendo el registro de las necesidades y deseos.

El dinero, que es simultáneamente cuerpo, concepto y relación social, se nos aparece ahora como el legislador universal de la reproducción social, a la cual reorienta, regula y refuncionaliza a su imagen y semejanza, según sus códigos y sus codificaciones comerciales. Esto quiere decir que la socialidad tiende a ser territorializada y desterritorializada, en cada caso, a propósito de los axiomas mercantil-dinerarios. Es así como el dinero se convierte en un punto reglar que encuentra, combina, acompaña, atraviesa y corta diversos flujos de lo social. Por ello, podemos finalmente plantear y plantar la sospecha teórica acerca de qué tanto pasan nuestras prácticas y lógicas más cotidianas a ser puestas, expresadas y subsumidas en las determinaciones, las marcas y los signos del dinero, que se ha convertido en principio o tendencia de dirección, articulación y distribución del proceso de reproducción social.

El problema del devenir-*socius* del dinero, o del devenir-dinerario de la reproducción social, no radica sencillamente en el tipo de componentes mercantiles de una sociedad determinada, sino en el tipo de lógica que los orienta, en las formas de objetividad y subjetividad que producen y en los contenidos cualitativos de las relaciones sociales que descansan y reposan sobre ellos, al mismo tiempo que son exigidas por ellos. Por consiguiente, no es el dinero-cosa el que produce las contradicciones que hemos querido exponer aquí, sino que, según Marx, “el desarrollo de estas oposiciones y contradicciones produce el poder aparentemente trascendental del dinero”.³⁰² De ahí la ingenuidad de pensar que una modificación –incluso radical– en el mero aparato de circulación resultaría suficiente para transformar estos antagonismos relativos. El propio Marx no se limita a sugerir modificaciones en las cuotas de producción para subsanar tales contradicciones sociales, sino que advierte la urgencia de revolucionar los modos en que reproducimos socialmente nuestra existencia. Si, por ejemplo, el dinero perdiera su vigencia y se intercambiaran directamente mercancías corrientes por otras, pero todavía de un modo mayoritariamente orientado por la

302 Marx, *Elementos fundamentales...*, *op. cit.*, p. 72.

lógica del valor, seguiría subsistiendo el privilegio del dinero, pero siendo ahora cada mercancía dinero. Por tanto, esto sería como abolir el dinero sin abolir su función, es decir, sin abolir el dinero. Entonces, aunque ciertas formas de circulación puedan resultar más deseables y afortunadas que otras para la reproducción de la vida social, todas las contradicciones propias que derivan de la *forma general* de la circulación mercantil-dineraria en cuanto tal, existirán e insistirán, de diferentes maneras y con mayores o menores grados de potencia, en cualquier formación social en cuya reproducción opere el dispositivo dinerario como mediador evanescente del cambio. Por ello, lo que hemos tratado de hacer aquí ha sido apenas examinar de qué maneras la emergencia del dinero, así como su desarrollo como *socius*, modifican el proceso de reproducción social considerado en su conjunto. A fin de cuentas, tal como según sugiere Marx,

[...] es inmanente al dinero el hecho de alcanzar sus fines negándolos al mismo tiempo, el volverse autónomo respecto de las mercancías; el pasar de medio a fin; el realizar el valor de cambio de las mercancías desvinculándose de ellas, el facilitar el cambio introduciendo en él un elemento de escisión, el superar las dificultades del cambio inmediato de mercancías generalizándolas, el convertir el cambio en autónomo con respecto a los productores en la misma medida en que los productores se convierten en dependientes del cambio.³⁰³

303 *Ibid.*, p. 77.

CONCLUSIONES

Ninguna formación social puede simplemente conformarse y conservarse, sino que precisa *reproducirse* constantemente. De ahí la necesidad e inevitabilidad del *proceso de reproducción social*. Éste puede adoptar diversas modalidades y configuraciones concretas, dependiendo del tipo de lógicas y tendencias a las que responda, del tipo de relaciones sociales y formas de subjetividad que permite y produce, así como de los modos de producción y consumo que supone y articula.

El mundo de los objetos se nos puede aparecer, sencillamente, desde la pura forma social-natural del valor de uso, en la medida en que éstos se muestran y operan para nosotros como meros productos resultantes de trabajos concretos que, además, satisfacen necesidades sociales específicas. Sin embargo, también pueden adquirir una segunda forma desdoblada, enajenada y abstracta, en la medida en que pasan a ser considerados como mercancías, es decir, como cosas intercambiables que existen como unión inmediata valor de uso-valor. En esta segunda modalidad de existencia y aparición de los objetos, surge en ellos una contradicción irresoluble entre su forma de valor de uso y su forma de valor.

Como valores de uso, los objetos producidos son inmediatamente desiguales e inconmensurables entre sí, ya que representan trabajos heterogéneos que contribuyen a satisfacer necesidades distintas. Ahora bien, considerados como cuerpos que encierran o encarnan en sí valor, los productos del trabajo se convierten en cosas por entero distintas de las que eran desde el simple punto de vista del valor de uso.

En cuanto mercancías, el carácter útil-concreto de las cosas se abstrae en una total indeterminación que las convierte en objetos formalmente vaciados de contenido. Desde el punto de vista del valor, las mercancías se muestran cualitativamente iguales, como simples instanciaciones de una misma sustancia social-abstracta que las hace recíprocamente conmensurables, equivalentes e intercambiables. Es, por tanto, la forma de valor la que hace de un producto mercancía y, al mismo tiempo, hace de las mercancías cosas mutuamente enajenables y apropiables.

La forma-valor no es una cualidad natural de los objetos, sino una relación estrictamente social que resulta de un complejo proceso de abstracción y enajenación contradictoria de los valores de uso. Consecuentemente, el valor no es la ausencia del valor

de uso, sino su enajenación. Asimismo, en su relación contradictoria, el valor tiende a emanciparse del valor de uso, aunque depende necesaria y enteramente de él. Por tanto, el valor no puede reproducirse a sí mismo salvo en la medida en que, al mismo tiempo, reproduce al valor de uso –por enajenadas, deformadas y dañadas que puedan ser sus formas de reproducción–, pues tiene que insertarse parasitariamente en él.

En su antagonismo, la forma de valor tiende a invertir sus potencias sociales frente a las del valor de uso, pasando de esa manera a convertirse en la figura predominante, determinante y mayoritaria de los productos del trabajo. En su inversión, el valor tiende también a supeditar al valor de uso según sus códigos y su lógica de operación, haciendo de él una especie de simple fachada o vehículo de sí mismo. De esta manera, la creciente emancipación del valor frente al valor de uso no consiste realmente en separarse de aquél de un modo definitivo, sino más bien en subordinar, relegar y refuncionalizar sus potencias, con tal de producirlo a su imagen y semejanza. Por consiguiente, la emancipación del valor se traduce en la inversión contradictoria mediante la cual el valor de uso pasa a ser la forma aparentemente dependiente de coexistir con la forma de valor, y no ya al revés.

Así como la forma de valor representa una contradicción inmediata con la forma de valor de uso, lo mismo sucede con las modalidades de existencia del trabajo que ambas representan. Mientras que la forma de valor de uso de los objetos producidos presupone el carácter *concreto* del trabajo contenido y empleado en ellos, su forma de valor presupone, por el contrario, su abstracción, es decir, puro trabajo *abstracto*.

El trabajo concreto es el trabajo considerado en sus determinaciones productivas cualitativas, por ejemplo, con vistas al tipo de actividad que constituye, al lugar que ocupa dentro de la división social del trabajo, al campo instrumental y técnico del que se sirve, etcétera. El trabajo abstracto, al contrario, es la consideración de cualquier tipo de actividad productiva como mero gasto de capacidad de trabajo abstractamente social, o bien, como pura objetivación de esa gelatina homogénea de fuerza humana, bajo la forma específica del producto mercantil.

Como productos de trabajos concretos, los valores de uso se realizan únicamente en el consumo, satisfaciendo necesidades determinadas según formas, cantidades e intensidades igualmente específicas. Sin embargo, como productos del trabajo abstracto, las cosas de valor

sólo pueden realizarse propiamente en el intercambio, bajo el signo del valor de cambio, que se hace efectivo en la permutación de manos, ubicación o posición de las mercancías.

El trabajo, como actividad productiva, no se halla necesariamente orientado con vistas al mercado, al intercambio o al comercio. Sin embargo, todo proceso de trabajo, independientemente del tipo de formación social en el cual esté circunscrito y al cual responda, es necesariamente una relación metabólica vital entre el hombre, o la sociedad, y la naturaleza. Por ello, el trabajo es siempre una relación social-natural con el mundo, al que contribuye a modificar de un modo laborioso, dando así una forma útil a su materia, con tal de satisfacer necesidades concretas. Asimismo, el trabajo se realiza forzosamente, en todas sus formas, como un proceso de objetivación de la subjetividad de los agentes laboriosos, mediante el cual codifican y dan una forma exterior sensible a sus fuerzas, capacidades e intenciones transformativas, que después habrán de ser interpretadas y decodificadas de maneras útiles a través del consumo.

El *modo* específico en el que, mediante su actividad productiva, se objetiva la subjetividad de los trabajadores, depende enteramente de las cualidades de los objetos y los medios de trabajo, de las capacidades de la fuerza de trabajo que se pone a sí misma en movimiento como trabajo vivo y, por último, del tipo de relaciones sociales existentes en torno de las cuales y a propósito de las cuales se trabaja. Es por este motivo que los distintos modos de producción determinan directamente las maneras mediante las cuales damos forma al mundo, a los objetos y a nosotros mismos como sujetos productores-consumidores. En consecuencia, los procesos de producción se pueden considerar al mismo tiempo como procesos de producción de: objetos, relaciones sociales, mecanismos de subjetivación e, incluso, formas de consumo.

Si bien es cierto que, como hemos dicho más arriba, el desarrollo de la forma de valor de las mercancías arrastra consigo una cierta tendencia emancipatoria que le es propia, esto no quiere decir que pueda caducar, desvanecer o desechar en absoluto su relación con el valor de uso. Más bien, la presupone, pero de un modo negativo, es decir, como contradicción. Esto equivale a decir que el valor se relaciona siempre, por necesidad, con el valor de uso, aun cuando el carácter de su relación adopte la forma específica de la contradicción, el antagonismo e, incluso, el agonismo. Por consiguiente, la supresión del valor de uso resulta, para el valor, un impulso forzosamente inconcluso, improbable y, de cierta manera, hasta

indeseable, dada su situación de dependencia inmediata y unilateral. El antagonismo entre la forma de valor de uso y la forma de valor no consiste, entonces, en un proceso de anulación, aniquilación o exterminio de una parte por la otra, sino en una relación de potencias o de campos de fuerzas inmanentes. De aquí que las mercancías no puedan dejar de ser valores de uso al entrar al enajenado mundo del intercambio, sino que, en todo caso, su forma útil tiende a ser desplazada, relegada y supeditada al movimiento del valor. Por ende, ni siquiera el valor es capaz de suplantarlo, reemplazarlo o exterminarlo por completo al valor de uso, que es al mismo tiempo un modo de ser de las cosas y una forma de relacionarnos subjetivamente con ellas.

Por más que la reproducción social pueda hallarse profundamente orientada por la lógica del valor, llegando a adquirir incluso una potencia estructurante mayor que la del valor de uso, esta última no cesará de existir, persistir e insistir, así sea como mera contraparte o correlato imborrable del valor. Entonces, aunque la forma social-abstracta del valor sea capaz de dañar radicalmente la forma social-natural del valor de uso dentro del espectro de la reproducción social, haciéndola aparecer incluso como una especie de arcaísmo *cuasi* residual que, a duras penas, sobrevive, no puede liquidarla definitivamente. Por ello, su irresoluble antagonismo adopta la forma de un litigio permanentemente relacionado con diversos procesos de supeditación y subsunción de sus potencias y lógicas de organización del proceso de reproducción social, según sus dinámicas específicas.

Aunque la forma útil de los productos del trabajo no puede nunca ser del todo suprimida por su forma de valor, puede resultar más o menos estropeada por aquella, en la misma medida en que resulta, precisamente, *valuada*. O bien, en palabras de Stefan Gandler: “El valor de uso no puede ser destruido lisa y llanamente por el valor [...], sino que este último, para su propia existencia, necesita por lo menos los residuos rudimentarios de aquél”.³⁰⁴ Por ello, la tendencia emancipatoria del valor no llega a ser más que una aspiración condenada a no cumplirse de un modo pleno y definitivo. Se trata, pues, de un simulacro, candidato o pretendiente, mas no una realización efectiva. De ahí su carácter estrictamente *tendencial*, como puro encaminamiento o dirección que nunca llega del todo. No obstante, el poderío y la relevancia de tal tendencia no radican en su éxito o fracaso absolutos, sino en los múltiples y variados efectos que, sobre la marcha, produce en nuestras maneras de articular y orientar el complejo proceso de reproducción social. Asimismo, la relevancia de

³⁰⁴ Gandler, *Marxismo crítico en México, op. cit.*, p. 275.

resistir a dichas tendencias contradictorias no radica tampoco en la probabilidad de hacerlas fracasar totalmente, sino en la posibilidad de producir, siquiera, leves fugas o traviesos escapes, incluso discretos y sutiles, a sus lógicas productivas y reproductivas.

Si, en la relación valor de uso-valor, una parte tiende a supeditar a la otra, ello se debe a que no se encuentran en la misma potencia, sino que una ha pasado a adquirir un poder social mayor que la otra, haciendo que el sentido y la lógica del proceso de reproducción social varíen según la fuerza de atracción, repulsión y subsunción que logran aplicar y ejercer sobre él. Lo cual no quiere decir, desde luego, que la lógica del valor de uso, que gira en torno del disfrute y el desgaste, pueda llegar a identificarse, responderse o corresponderse con la lógica del valor, que gira en torno de la equivalencia, el intercambio y la posibilidad de la acumulación. Tampoco supone que su irresoluble antagonismo desaparezca eventualmente. Más bien, delata que, en su enfrentamiento permanente, el valor tiende a triunfar constantemente sobre el valor de uso que, a pesar de ello, no tiene epitafio ni encuentra su camino a la tumba, sino que se la pasa *deambulando* siempre por ahí, incluso de maneras fantasmagóricamente caricaturizadas o barrocamente disfrazadas, como convertido en una puesta en escena de sí mismo.

La forma social-abstracta del valor tiene la mala fortuna, para ella, de ser enteramente dependiente de la vigencia real de su opuesto útil. Siempre que haya valor, habrá valor de uso, o bien, siempre que existan relaciones de valor, acontecerán igualmente relaciones de utilidad. Si se perdiera el valor de uso, se perdería definitivamente también el valor. A fin de cuentas, el segundo término no puede existir, ni insistir, salvo en la medida en que haga co-existir y co-insistir al primero que, por su parte, pugna por vencerlo, desplazarlo, dislocarlo o, al menos, fugarse de él. Ahora bien, la fuga del valor de uso frente al valor no es una simple huida o un alejamiento, como un mero *situarse al margen* del valor, sino que se trata más bien de un procedimiento que hace estallar las contradicciones que componen, atraviesan, apresan y roen su relación. En otras palabras, el valor de uso, que es al mismo tiempo el soporte y el límite del valor, no llega nunca a ser plenamente desfuncionalizado por aquél, sino tan sólo refuncionalizado y reubicado bajo su lógica de operación, convirtiéndose así en vehículo y lubricante del movimiento de sus flujos, sin por ello dejar de oponerse a él.

El valor de uso *soporta* al valor, en el doble sentido de que lo sufre, lo sobrelleva, lo resiste y le sirve como sustentáculo. Por ello, la dinámica de este último consiste en desplazar y rearticular su propio límite como una mediación interna suya. Su astucia y su potencia mayor radican, entonces, en hacerse pasar por su antípoda, en la que se instala y se inserta, o en reproducir a su contrario al tiempo que se oculta constantemente en él y en su evidencia material. En consecuencia, las contradicciones que acarrearán el despliegue y la generalización social de la forma abstracta del valor aumentan junto con las condiciones que permitirían subsanarlas y reproducir a su opuesto, el valor de uso. Dicho de otro modo, el valor es capaz de reproducirse a sí mismo al tiempo que reproduce también aquella dimensión que se le contrapone directamente, la del valor de uso. Esto se traduce en que el valor logra expandirse tan sólo a condición de reproducir y ampliar simultáneamente a su término antitético. De ahí, pues, el carácter absolutamente esquizofrénico de la forma-mercancía, como unión inmediata valor de uso-valor, así como de las formas mercantiles de la reproducción social.

Las relaciones sociales son radicalmente desiguales allí donde la mercancía opera como una figura particular, no dominante, y allí donde ésta se ha convertido en la forma general del mundo de los objetos. Al generalizarse socialmente la forma mercantil, o el proceso de mercantilización de los valores de uso, la lógica del valor se expande hasta envolver incluso los registros de la producción, de modo tal que, ya desde su génesis, los productos del trabajo tienden a elaborarse como mercancías virtuales, o bien, como objetos de antemano tratables como artículos contenedores de valor. A fin de cuentas, el valor depende siempre de un devenir-concreto en valores de uso, pero sólo bajo condiciones histórico-sociales específicas pasan también los valores de uso a depender de su devenir-abstractos como cosas que encierran o encarnan valor, para poder producirse, consumirse y consumirse socialmente como objetos útiles. Así, el fenómeno contradictorio de que el valor de uso parece ahora adoptar una existencia completamente derivada de la necesidad de concretizarse del valor, manifiesta una forma específicamente desarrollada de su inherente relación antagónica.

Debido al desarrollo de las contradicciones inmanentemente articuladas a la división social del trabajo y al intercambio generalizado de productos mercantiles, la forma directa del cambio tiende a ser cada vez más insuficiente para dinamizar el proceso de reproducción

social, con lo cual surge la novedosa necesidad de que aparezca y se ponga en funcionamiento una mercancía específica que haga las veces de medida universal del valor y medio de cambio general. Es así como surgen la necesidad del dinero y el dinero como necesidad. Entonces, no bien irrumpe el dinero en las relaciones sociales de intercambio, aquéllas adoptan la forma específica de la circulación mercantil-dineraria, que difiere cualitativamente del cambio directo de productos. Ahora las mercancías y el dinero deben trajinar y moverse en ella sin parar.

Cuanto más se desarrollan el alcance y la potencia social del dinero, tanto más se convierte la circulación en un complejo proceso que brota por todas partes y a cada instante, como una especie de rizoma que no tiene puntos de entrada ni de salida fijos, o plenamente localizables, sino que se puede entrar y salir de ella por múltiples lugares. Asimismo, la expansión rizomática de la circulación produce, como efecto de superficie, una subsunción cada vez mayor de la reproducción social en las relaciones dinerarias, ya que todo parece poder ser puesto dentro del cuerpo lleno –y cada vez más lleno– del dinero. Entonces, cuanto más se expande y se desarrolla la función del dinero como medida del valor y, por consiguiente, más mercancías comienzan a expresar su valor como precio, tanto más tienden a desdoblarse aquéllas bajo la forma doble de mercancía y dinero, pues pasan a existir ahora también en términos o determinaciones dinerarias. A su vez, cuanto más se convierte el mundo de las cosas en una totalidad apreciable, pasible de ser tasada en su justo o injusto precio, tanto más aumenta la potencia de cambio del dinero, que puede ser intercambiado por más mercancías, cualitativamente diversas. Así, cuanto más aumenta el poder social del dinero, tantas más mercancías podrán convertirse en él y, además, más cosas podrán convertirse en mercancías. A la inversa, cuantos más registros puedan ser atravesados por los flujos mercantiles, tanto más incrementará también la potencia social del dinero. Esto ocurre a un grado tal, que cada vez más cosas tienen que pasar por adquirir un precio, o por existir en términos dinerarios y según sus códigos, para llegar a ser o para seguir siendo socialmente relevantes.

Gracias a que el dinero puede convertir *formalmente* en mercancías cosas que *realmente* no lo son, ya no queda nada que no pueda ser enajenado en la realidad sublime del dinero. Incluso cosas que no son productos del trabajo y, por ende, no pueden ser valor de uso ni, por añadidura, valor, pueden ahora convertirse de un modo formal en mercancías,

adoptando en sí un precio que las convierte en dinero contante y sonante. Todo, en cuanto *es*, puede ser-dinero, o devenir-dinero. Por tanto, el desarrollo social del dispositivo dinerario, junto con su potencia, permiten una nueva especie de mercantilización generalizada del mundo social-material. Virtualmente, ya no queda nada situado plenamente presente por fuera de los flujos dinerarios, pues todo puede ser convertido en dinero.

Dada la absoluta convertibilidad de lo sensible, e incluso de lo insensible, en dinero, éste tiende a convertirse en un poderoso eje estructurante, no sólo de la circulación, sino incluso de la producción social de objetos y de la reproducción social en general. En este sentido, podemos hablar finalmente del dinero como *socius*, es decir, como un complejo dispositivo de orientación del sentido y de organización de los flujos de la reproducción social. El dinero-*socius* es, en pocas palabras, el dinero como principio de socialización, que ha perdido ya su carácter subordinado como un simple medio de cambio para convertirse en un fin subordinante de las más diversas y complejas formas de socialidad, que nos atraviesan y nos producen cotidianamente, al mismo tiempo que también nosotros las reproducimos.

Aunque el concepto de *socius*, que nosotros hemos retomado de Deleuze y Guattari, no aparece jamás en el *corpus* teórico de Marx, el problema que aquí caracterizamos como el devenir-*socius* del dinero sí aparece, en sus propios términos, en la obra del filósofo alemán. No es otro sino Marx quien demuestra, por primera vez y con gran genialidad, el movimiento y el proceso de desarrollo –no necesario, sino contingente, pero efectivo– de subsunción de la reproducción social en lo que podemos caracterizar y localizar como la lógica del valor, que rige de un modo general al dinero como dispositivo de socialización abstracto. De aquí la importancia de su formulación –la mayoría de las veces implícita– de la contradicción valor de uso-valor como un perpetuo conflicto entre dos modalidades antagónicas del ser o del devenir de los objetos cotidianos.

Marx explica y demuestra el transcurso de la contradicción valor de uso-valor en distintas formas de su devenir dentro de la reproducción social, desde sus formas más simples y elementales hasta formas más complejas y determinadas de su desarrollo y despliegue. De aquí que su análisis, o mejor, su crítica de la economía política, nos permita distinguir las modalidades y formas mediante las cuales reproducimos en cada caso la vida de la cotidianidad. Por este motivo, insistir en la vigencia todavía presente de Marx se traduce en la posibilidad de pensar otras formas de reproducción social un poco menos contradictorias,

indeseables e invivibles que aquellas que nos perturban ordinariamente. Esto significa, si bien no plantear una destrucción de los componentes de la reproducción social, por lo menos proponer otro tipo de formas relacionales entre ellos y, sobre todo, entre nosotros, donde el eje estructurante de la socialidad no sea ya el del valor, sino quizás el del valor de uso. Así, por ejemplo, aunque el dinero, por sus propios mecanismos de funcionamiento, tienda a convertirse en la enajenación ontológica por excelencia, o en la ontología enajenada por excelencia –ya que todo se enajena en él y él se convierte en la forma enajenada de todo–, también puede resultar él mismo un dispositivo o un vehículo social compatible con otro tipo de lógicas que apuesten, no ya por la abstracción del valor de las mercancías, sino por la concreción de las necesidades, deseos y afectos de los agentes sociales.

A grandes rasgos, lo que procuramos hacer en este trabajo no es desentrañar los secretos misteriosos de la reproducción social del capital, o de la reproducción capitalista de la sociedad, sino tan sólo situarnos, dentro del archivo de la crítica de la economía política, desde el punto de vista de las lógicas y tendencias estructurantes de la reproducción social – y no desde el punto de vista de las estructuras sociales rígidas o los sistemas económicos sólidos– que gravitan en torno a la contradicción valor de uso-valor. De lo que se trata para nosotros es, a fin de cuentas, de pensar y tensionar las lógicas que tienden a orientar y regir nuestras formas de reproducir cotidianamente la vida social, retomando en este caso el problema de la contradicción valor de uso-valor esbozado por Marx. Sin embargo, esto no debe tomarse como un mero giro idealista de la teoría de Marx, que omite las determinaciones materiales en virtud del estudio y el examen de lógicas y racionalidades abstractas. Más bien, debe entenderse como una consideración de la materialidad de esas mismas lógicas y racionalidades, que tienden a operar sobre nosotros, alrededor de nosotros y a propósito de nosotros de las maneras más microfísicas e insospechadas, pero más determinantes y efectivas.

Por último, habría que añadir que lo esbozado a lo largo de este trabajo resulta claramente escaso para desentrañar esas otras formas y lógicas de reproducción social que invitamos a seguir pensando. Inclusive, toda esta investigación es insuficiente para desgajar siquiera la forma capitalista de la reproducción social que, como sabemos, nos acecha a diario. Lo que hemos intentado hacer es, simplemente, trazar una posible vía de interpretación de la obra de Marx que nos permita dar cuenta de esas tendencias que, en cada

caso, organizan y orientan las relaciones sociales cotidianas, al mismo tiempo que son reiteradas y reproducidas por ellas. Lo cual no significa que la suma de esta tesis pueda ser descuidada y apresuradamente tachada de irrelevante. Tan sólo admitimos su propia insuficiencia, dada la naturaleza misma del problema. Lo que aquí hemos hecho no es más que una pequeña apertura hacia otras posibles investigaciones eventuales, que habría que hacer en su momento y con su calma. Pero tampoco es menos. A fin de cuentas, la crítica de la economía política es una tarea inconclusa. Por ello, el devenir-tarea de Marx, o su conversión en una insistencia permanente, no se reduce a una mera repetición de lo ya dicho por él, sino que también requiere una inyección de diferencias frente a sus enunciados y entre ellos. No poco sabido es que a Marx se le puede leer de muchas maneras. Esta es tan sólo una de ellas.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA DE MARX

Marx, Karl, *El capital, Libro I, Capítulo VI (inédito)*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1975.

-*El capital. Crítica de la economía política. Libro primero. El proceso de producción del capital, Vol. 1*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1981.

-*El capital. Crítica de la economía política. Libro primero. El proceso de producción del capital, Vol. 2*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1979.

-*El capital. Crítica de la economía política. Libro primero. El proceso de producción del capital, Vol. 3*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1979.

-*Capital y tecnología (Manuscritos de 1861-1863)*, Terra Nova, México, 1980.

-*Contribución a la crítica de la Economía Política*, traducción de Jorge Tula *et al.*, Siglo XXI, México, 2008.

-*Crítica del Programa de Gotha*, Fundación Federico Engels, Madrid, 2004.

-*Cuadernos de París (Notas de lectura de 1844)*, traducción de Bolívar Echeverría, Era, México, 1974.

-*Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse). 1857-1858, Vol. 1*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 2016.

-*Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse). 1857-1858, Vol. 2*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1978.

-*Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse). 1857-1858, Vol. 3*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1978.

-*Manuscritos: economía y filosofía*, traducción de Francisco Rubio Llorente, Alianza, Madrid, 1980.

-*Miseria de la filosofía*, Ediciones de Cultura Popular, México, 1977.

-*Salario, precio y ganancia*, Ediciones en Lenguas Extranjeras, República Popular China, 1976.

-*Tesis doctoral: diferencia entre la filosofía de la naturaleza de Demócrito y Epicuro*, Premiá, México, 1979.

-*Tesis sobre Feuerbach y otros escritos filosóficos*, Grijalbo, México, 1970.

-*Trabajo asalariado y capital*, Editorial Progreso, Moscú, 1977.

Marx, Karl [Friedrich, Engels], *El capital. Crítica de la economía política. Libro segundo. El proceso de circulación del capital, Vol. 4*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1978.

-*El capital. Crítica de la economía política. Libro segundo. El proceso de circulación del capital, Vol. 5*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1976.

-*El capital. Crítica de la economía política. Libro tercero. El proceso global de la producción capitalista, Vol. 6*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1976.

-*El capital. Crítica de la economía política. Libro tercero. El proceso global de la producción capitalista, Vol. 7*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1977.

-*El capital. Crítica de la economía política. Libro tercero. El proceso global de la producción capitalista, Vol. 8*, traducción de Pedro Scarón, Siglo XXI, México, 1981.

Marx, Karl y Engels, Friedrich, *Manifiesto del Partido Comunista y otros escritos políticos*, Grijalbo, México, 1970.

BIBLIOGRAFÍA SECUNDARIA

Baudrillard, Jean, *Crítica de la economía política del signo*, traducción de Aurelio Garzón del Camino, Siglo XXI, México, 1979.

-*La génesis ideológica de las necesidades*, traducción de Joaquín Jordá, Anagrama, Barcelona, 1976.

-*El sistema de los objetos*, traducción de Francisco González Aramburu, Siglo XXI, México, 1979.

-*La sociedad de consumo*, traducción de Alcira Bixio, Siglo XXI, Madrid, 2009.

Deleuze, Gilles y Guattari, Félix, *El Anti Edipo. Capitalismo y esquizofrenia*, traducción de Francisco Monge, Paidós, Barcelona, 1985.

-*Mil mesetas*, traducción de José Vázquez Pérez, Pre-Textos, Barcelona, 1994.

- Echeverría, Bolívar, *El discurso crítico de Marx*, Era, México, 1986.
- “La ‘forma natural’ de la reproducción social”, en *Cuadernos Políticos*, número 41, México, Era, julio-diciembre de 1984, pp. 33-46.
 - Las ilusiones de la modernidad*, UNAM/El equilibrista, México, 1995.
 - El materialismo de Marx. Discurso crítico y revolución*, Itaca, México, 2011.
 - Valor de uso y utopía*, Siglo XXI, México, 2010.
- Fuentes, Diana, García Venegas, Isaac y Oliva Mendoza, Carlos (compiladores), *Bolívar Echeverría. Crítica e interpretación*, Itaca-UNAM, México, 2012.
- Gandler, Stefan, *Marxismo crítico en México: Adolfo Sánchez Vázquez y Bolívar Echeverría*, Fondo de Cultura Económica, México, 2007.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich, *Enciclopedia de las ciencias filosóficas*, Alianza Editorial, Madrid, 2005.
- Fenomenología del Espíritu*, traducción de Wenceslao Roces, Fondo de Cultura Económica, México, 1966.
 - Filosofía del derecho*, traducción de Angélica Mendoza de Montero, Claridad, Buenos Aires, 1968.
- Heidegger, Martin, “La cosa”, en *Conferencias y artículos*, traducción de Eustaquio Barjau, Ediciones del Serbal, España, 2001.
- El ser y el tiempo*, traducción de José Gaos, Fondo de Cultura Económica, México, 2012.
- Kosík, Karel, *Dialéctica de lo concreto*, traducción de Adolfo Sánchez Vázquez, Grijalbo, México, 1967.
- Löwy, Michael, *El marxismo olvidado (R. Luxemburg, G. Lukács)*, traducción de Emilio Olcina Aya, Fontamara, Barcelona, 1978.
- Walter Benjamin: Aviso de incendio. Una lectura de las tesis “Sobre el concepto de historia”*, Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2002.
- Lukács, Georg, *Historia y conciencia de clase*, traducción de Manuel Sacristán, Grijalbo, México, 1969.
- Rosdolsky, Roman, *Génesis y estructura de El capital de Marx (estudios sobre los Grundrisse)*, traducción de León Mames, Siglo XXI, México, 1978.
- Sánchez Mascuñán, Alberto (dir.), *Estructuralismo y marxismo*, Grijalbo, México, 1970.

- Sánchez Vázquez, Adolfo, *Filosofía de la praxis*, Grijalbo, México, 1980.
- El joven Marx: los Manuscritos de 1844*, Itaca-UNAM, México, 2018.
- Schmidt, Alfred, *El concepto de naturaleza en Marx*, traducción de Julia M. T. Ferrari de Prieto y Eduardo Prieto, Siglo XXI, Madrid, 1976.
- Spinoza, Baruch, *Ética*, traducción de José Gaos, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1997.
- Weber, Max, *Economía y sociedad*, traducción de José Medina Echavarría, Juan Roura Farella, et al, Fondo de Cultura Económica, España, 2002.
- La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Diez, Buenos Aires, 1974.