

CUESTIONES DE MÉTODO

El Capital, en las versiones recientes, está formado por 17 secciones, repartidas en libros: el Libro I, fue publicado en vida de Marx (1867); el II y el III, póstumos, editados por Engels (1885 y 1894, respectivamente). Los tres, junto a otros manuscritos que quedaron fuera¹, responden a un plan largamente reelaborado a lo largo de su vida, y a través de esas reconstrucciones de la idea fue consiguiendo su lógica interna. El primero trata de la producción, el segundo de la circulación y el tercero aborda el “proceso global”².

La Sección primera del Libro I, con que empezaremos nuestra lectura, dedicada a la mercancía y el dinero, suele dividirse en tres capítulos, dedicados sucesivamente al análisis de la mercancía, del proceso de intercambio y del dinero (circulación de las mercancías). Cada capítulo, por tanto, aborda aspectos de ese primer habitante del universo del capital con que se encuentra Marx. Entregado durante años a conocer la ciudad del capital, después de recorrerla en mil circuitos, en complejas e interconectadas conexiones, en mil facetas, mil aspectos, mil máscaras ha llegado a la conclusión de que el punto de partida para “exponer” (modo de exposición del conocimiento) y dar a conocer sus resultados ha de ser ese genuino y extravagante ente que se llama mercancía, que bajo su figura simple esconde una densa red de

¹ Me refiero especialmente a las *Teorías sobre la plusvalía*, que a veces se considera el Libro IV de *El Capital*. Ver K. Marx y F. Engels, *Obras fundamentales. 12. Teorías sobre la plusvalía*. México, FCE, 1980. También, claro está, a los diversos manuscritos económicos de los diversos periodos, como los *Grundrisse* y la *Contribución a la Crítica de la Economía Política*.

² Originariamente se subdividía en secciones; y luego se sobrepondría una distinción en capítulos. El Libro I, sobre *El procesos de producción del capital*, contiene siete secciones, respectivamente: 1ª. Mercancía y dinero; 2ª. La conversión del dinero en capital; 3ª. La producción de la plusvalía absoluta; 4ª. La producción de la plusvalía relativa; 5ª. La producción de la plusvalía absoluta y relativa; 6ª. El salario y 7ª. El proceso de acumulación del capital. El Libro II. Sobre *El proceso de circulación del capital*, quedó dividido en tres secciones: 1ª. La metamorfosis del capital y el ciclo de las mismas; 2ª. La rotación del capital; y 3ª. La reproducción y circulación del capital social global. En fin, el Libro III, quedaría compuesto por siete secciones: 1ª. La transformación del plusvalor en ganancia y de la tasa de plusvalor en tasa de ganancia; 2ª. La transformación de la ganancia en ganancia media; 3ª. Ley de la baja tendencial de la tasa de ganancia; 4ª. Transformación de capital mercantil y de capital dinerario en capital dedicado al tráfico de mercancías y al tráfico de dinero (capital comercial); 5ª. Escisión de la ganancia en interés y ganancia empresarial. El capital que devenga interés; 6ª. Transformación de la plusganancia en renta de la tierra; y 7ª. Los réditos y sus fuentes. Con esta elaboración, no obstante, quedaban fuera relevante partes del proyecto de *Crítica de la Economía Política*, que Marx reelaboraría a lo largo de su vida.

secretos y misterios. Y esta decisión sobre la mejor ruta encierra secretos a desvelar.

1. *Preámbulo.*

Esta Sección primera exhibe una reflexión extraordinaria y sorprendente, y de una enorme complejidad de lectura. Los economistas la ignoran, no la reconocen en su disciplina, y los filósofos la admiran y suelen quedarse en su superficie. Y unos y otros desertan con frecuencia de la lectura o pasan rápidas sus páginas. Sólo los “marxistas”, de deber o vocación, siguen insobornables buscando entre sus conceptos la clave del desciframiento del enigma de la mercancía, en que Marx había depositado su confianza cara a apropiarse del castillo, de la categoría del capital. Y es que en realidad esta Sección transpira una ontología, la ontología social de Marx; para ser más preciso, la ontología del capital. Una ontología que Marx ha ido buscando a lo largo de sus escritos económicos, como si fuera consciente de que para producir la teoría del capital necesitaba, sobre la marcha, ir produciendo los medios de producción adecuados, los conceptos y categorías con que apropiarse de la realidad. Nunca, es bien cierto, nos expuso esa ontología de forma explícita, directa y sistemática; pero está allí, especialmente en las páginas de *El Capital*, en “estado práctico”, que diría Althusser³, retándonos a que la extraigamos, la abstraigamos y la tematicemos. Y esto es lo que nos proponemos a lo largo de la lectura de los tres volúmenes de su gran obra, ir extrayendo y visibilizando esa ontología; cosa que, sin duda, nos irá ayudando a entender mejor los textos.

De todas formas, es duro comenzar la lectura de *El Capital* sin suficiente manejo del vocabulario marxiano; y es especialmente duro comenzar por donde hemos de comenzar, por el principio, es decir, por esa Sección primera realmente complicada incluso a los más expertos. Por ello he creído que, para familiarizarnos todos con el vocabulario marxiano, podría ser de utilidad comenzar por unas reflexiones, de alzada, panorámicas, que sirvieran de entrenamiento, o mejor, de calentamiento. Un relato imaginario que nos ponga en situación, que nos familiarice con la aventura teórica marxiana y con los personajes de su ontología, esas figuras transportadas a conceptos de los pobladores del mundo del capital. Es lo que haré en esta entrega de

³ L. Althusser, *Para leer El Capital*. México, Siglo XXI., 1965.

este primer escrito.

Es conocido que la ontología presente en los escritos de Marx está diseminada –y en muchos casos difuminada- a lo largo y ancho de sus textos. Nunca se paró a tematizarla y ofrecémosla compacta y ordenada, como estamos acostumbrados de los grandes filósofos. Y hasta cierto punto es normal, pues la fue elaborando sobre la marcha, conforme se lo exigía su progreso teórico, su esfuerzo por comprender y pensar los procesos sociales, especialmente los del capitalismo y su historia, su pasado y su futuro. En cualquier caso, está allí, en sus textos, retándonos a que, como filósofos aficionados a estas cosas, hagamos arqueología y la saquemos a la luz. A pesar de esa difusión y diseminación, hay momentos privilegiados, pasajes áureos que son como ventanas abiertas que facilitan la entrada. Y entre ellos distingo dos tipos: uno, el de los textos que simplemente transparentan más y mejor lo que ocultan, por los motivos que sean, (porque en ellos la ontología y la dialéctica está más radical, ordenada y sistemáticamente usada, o simplemente porque son más “filosóficos”, si se quiere); otro, el de pasajes que son como brechas abiertas por el propio Marx en su discurso para que a él mismo se le revelen los códigos fuente; como veredas truncadas, trazos de caminos de autoconciencia, abiertos por el propio Marx que, al fin, sabía muy bien que la producción –y la producción teórica no era excepción- no sólo exigía el conocimiento de los objetos a transformar y a producir, sino el de los medios a usar en ese trabajo.

Entre los escritos del segundo tipo están, a mi juicio, textos como la *Tesis sobre Feuerbach*, el Capítulo I de *La ideología alemana*, la *Introducción de 1859*, etc. etc. Claro, los textos juveniles caben todos en este grupo, pues si allí aún no estaba del todo bien formulada la ontología que Marx construiría, estaba anunciada; entre los del primer grupo, esos que no son propiamente reflexiones de filosofía (convencionales), pero que son tan filosóficos que transparentan lo que de ella hay en su interior, destacaría *cum laude* la Sección primera de *El Capital*, nuestro primer reto, el que más nos preocupa. Y, consciente de las enormes dificultades que encierra, y de paso para retrasar el lance y desactivar lo que se pueda la sorpresa, he creído conveniente esta *light* iniciación filo-literaria, como preludeo que nos acomode en el escenario.

Lo haré en dos apartados, ambos orientados a familiarizarnos con el vocabulario y con el manejo de los principales elementos de la ontología marxiana, aunque sea

desde el cálido refugio de las metáforas. El primero, de aspecto más metodológico (pero sólo de aspecto), que nos sumerja en la preocupación marxiana por el orden de exposición y, más en concreto y especialmente, por el origen de la misma, por su comienzo. La pregunta “¿por dónde comenzar?”, en sí tan trivial, obsesionó a Marx; hubo de dedicarle toneladas de horas de trabajo, en reflexiones tentativas y en borrados apartados. Sus manuscritos revelan las huellas de esa tarea de Sísifo, cuyo círculo logró romper Marx. Salió del bucle cuando encontró la ruta buena, iluminada: la ruta de la mercancía, rompiendo así con la tradición de la Economía Política y con sus ensayos anteriores en ese terreno, obstinadas en partir de la población, equivalente a la Estación Central de Autobuses. En el segundo apartado, directa e inmediatamente ontológico, trataré de identificar conceptos y criterios que están en la base del pensamiento marxiano, para familiarizarnos un poco con ellos tal que podamos luego reconocerlos cuando vayan apareciendo en el análisis del texto. Identificaremos algunas categorías y su uso, y sobre todo haré un acercamiento a esa segunda obsesión de Marx de acabar de raíz con el esencialismo, de mostrarnos que las cosas, los entes, al menos los que pueblan el mundo del capital, no tienen esencia fija definitiva, sino que se mueven, se intercambian, se enmascaran, se invierten, se transmutan; y que esa cualidad, lejos de ser carencia ontológica, expresa perfección; lejos de llevarnos al relativismo, a la ontología de la contingencia o del acontecimiento, nos empuja a una concepción dialéctica, modo de captar ese movimiento profundo en la substancia. Por decirlo de manera efectista, en el travestismo de la mercancía vive el capital.

Ése es mi propósito. Y dado que, como he señalado, será un relato sin excesivas exigencias de realidad, una reflexión distante no excesivamente ligada por la lectura, por la constante presencia del texto, ese género de expresión me permitirá ciertos vuelos hermenéuticos, ciertos desplazamientos literarios que, espero, sirvan a ese objetivo de ponernos en situación, contextualizando las posteriores lecturas en un universo más inteligible.

2. La mercancía y sus secretos.

Marx dedica la Sección primera del Libro I a describirnos una parte importante de

ese mundo del capital, lo que considera su sancta sanctorum: el mercado, la patria de las mercancías. Porque, al fin, una ontología persigue identificar los pobladores de un campo teórico, de una representación de la realidad; inventariar esos *entes*, con figuras de categorías y conceptos, que habitan en ese territorio; describir y comprender sus movimientos, sus relaciones recíprocas, sus dependencias mutuas, sus metamorfosis, sus enmascaramientos, sus funciones... Y, a estos efectos, Mercado es una nación arquetípica, que a los ojos extranjeros aparece como una ciudad sencilla, simple, con dos tipos de entes reconocidas, la de unos seres campechanos que se hacen llamar “mercancía” y la de otros sofisticados y sublimes que se nombran “dinero”. Esa simplicidad sólo aparece a los ojos del turista, surfero de los fenómenos, habitante de la superficie; pero en su interior, en sus barrios, plazas y calles, se revela su complejidad y su diversidad. Y captar ésta es la preocupación de Marx en el texto que nos ocupa.

2.1. “La riqueza de las sociedades en las que domina el modo de producción capitalista se presenta como un "enorme cúmulo de mercancías", y la mercancía individual como la forma elemental de esa riqueza”. Así comienza *El Capital*. Todo el primer capítulo se dedica directamente a desvelar la esencia de ese personaje principal de la vida en el capitalismo. En realidad toda la Sección primera se dedica, como he dicho, a descifrar el carácter, los movimientos y las metamorfosis de la mercancía, pues si en el Capítulo II da entrada al dinero, lo hace describiendo su génesis histórica y a lomos del intercambio de mercancías; de modo semejante, en el Capítulo III, donde ya gana la titularidad, el dinero gana protagonismo e incluso domina la escena, pero, como bien advierte el subtítulo, el señorío se ejerce sobre “la circulación de la mercancía”. Es decir, en el comedor o en la cocina, la mercancía presenta sus avales. De piel sencilla e interior complejo, travesti por naturaleza, gusta de esconder su esencia tras sucesivas máscaras; incluso la más luminosa, el dinero, no pasa de ser su disfraz ocasional. La mercancía, nos viene a decir Marx, es la habitante del mercado. Mercado, al fin, es patria de la mercancía; nada que escape a esta determinación tendrá allí estatus de ciudadano.

De todos modos, no olvidemos que Marx busca identificar otro personaje más complejo y poderoso, nada menos que la categoría “capital”, su concepto y la evolución del mismo. Pero ha comenzado por la mercancía, por un personaje humilde,

pero el más característico y necesario de esa ciudad del capital, por su auténtico cuerpo, por su condición de posibilidad material; la mercancía es algo así como la casa móvil donde habita y viaja el capital. Es a la vez el monumento simbólico identificador de la ciudad (el mercado es la catedral del capitalismo) y el vagón-cama donde viaja. No es extraño, pues, el detenimiento con que Marx aborda su análisis; ni que dijera que era la parte del libro más importante y lograda, con la que se sentía más satisfecho. Al fin, en perspectiva filosófica, el conocimiento del mundo del capitalismo –y, en especial, de ese barrio privilegiado donde alberga a su “modo de producción”-, de la ciudad del capital, pasa por conocer las condiciones de posibilidad de su existencia; y Marx ya sabía que el capital existe gracias a la mercancía, pues en ella vive, con ella se mueve y, sin ella, se muere. Marx a estas alturas de sus investigaciones ya sabía que la mercancía en el capitalismo se había convertido en el laberinto que hay que penetrar para llegar al capital. La ontología de la mercancía, sus formas de aparición como modos del ser del capital, se erige así en auténtico principio, en el sentido de origen, de esa realidad que llamamos capitalismo; y en el concepto nuclear de la representación marxiana del mismo.

Así se entiende que sea el capítulo más trabajado, el más reelaborado a lo largo del tiempo, el más denso conceptualmente y, sin duda, el más “filosófico”; tal vez por eso fue el último en elaborar, pues sólo al final de la investigación se revela la lógica de la exposición. Y tal vez por eso ha sido tan cuestionado, tanto por su contenido práctico (pues formula nada menos que la teoría del valor, la perspectiva más idónea para comprender la explotación), como por su significado teórico (pues ilumina nada menos que la categoría de la mercancía, con pretensiones de aportar el *cierre epistemológico* a una representación global de la producción capitalista). Y dada esta importancia de la mercancía en cuanto al orden del capital, antes de entrar en la lectura directa comentaremos algunas cuestiones de método (abordando el problema del “ordo expositionis”) y haremos un primer acercamiento a la ontología marxiana (las categorías que pululan por los pasillos del mercado).

2.2. Planteemos ya el “*problema del origen*”. Se trata de un problema metodológico, casi ontológico, en Marx, derivado de su concepción de la ciencia. Sea cual fuere la valoración, política o epistemológica, que quiera hacerse del proyecto de Marx, parece una extravagancia negar sus pretensiones de sistematicidad; era su manera de

entender la ciencia. Y abundan las referencias biográficas fiables que nos advierten del tratamiento meticuloso de sus textos, de las inacabables revisiones que retrasaba la publicación y ponía nervioso a editores y compañeros de viaje. Su preocupación por lo que hoy suele llamarse “orden de exposición” rayaba en la neurosis; su marca hegeliana sangraba en su escritura tal que la ciencia, fuera cual fuera el acceso desordenado a los conocimientos, el “(no)orden de investigación”, se decidía en la exposición, en el orden de los conceptos. Pues bien, en esa característica de su manera de hacer y entender, se comprende que Marx no se mostrara satisfecho hasta que no estuvo en posesión de un concepto claro de “mercancía” que proporcionara un origen y una lógica interna a su discurso sobre el capitalismo, es decir, que le permitiera una exposición racional, compacta y coherente del mismo⁴. Y no cerró *El Capital* hasta que no dispuso de esa categoría de mercancía bien desarrollada.⁵

Entiendo que seguir esa historia de la reflexión marxiana que le lleva a poner la mercancía en el origen de su discurso final sobre el capital, con ser apasionante, aplazaría nuestra lectura de *El Capital*, lo cual no viene al caso. Por tanto, y como necesitamos cierta idea de la misma para entender bien el libro, hagamos lo que suele hacerse en estos casos: sustituir los pormenores del auténtico relato por una imagen o metáfora que nos ponga en situación. Y aquí echaré mano, una vez más y no será la última, de la ya reutilizada y reciclada metáfora de la ciudad. Al fin Mercado es una ciudad; con personajes raros, cierto, pero que viven allí como ciudadanos.

Podemos imaginarnos la historia intelectual de Marx como la aventura de conocer la ciudad del capital. Ha pasado su vida recorriéndola, primero como turista curioso y luego como sociólogo comprometido; ha estudiado su cartografía y ha intentado cien veces cartografiarla de nuevo; ha vivido en ella, en sus diversos lugares, recogiendo las visiones de la misma de guías, cronistas, archiveros y coleccionistas. Y,

⁴ Una descripción sintética del desarrollo de la “idea” del proyecto crítico marxiano se halla en la “Nota Editorial sobre OME 40-44”, de la edición dirigida por Manuel Sacristán (K. Marx-F. Engels, *Obras*. Vol. 40. *El Capital*. Barcelona, Grijalbo, 1976, XIII-XXXIX). Un análisis más exhaustivo lo encontramos en un texto de referencia, el de Roman Rosdolsky, *Génesis y estructura de El Capital de Marx*. México, Siglo XXI, 1978.

⁵ Siempre podrá decirse que, en rigor, el texto, incluso el del Libro I por él revisado, no está exhaustivamente configurado con esa lógica que exhibe al pensar la mercancía. Pero, en todo caso, aunque *de facto* se encuentren carencias internas en la propia exposición, son determinaciones exteriores. Los textos, lo sabemos, se van escribiendo en el tiempo, y con frecuencia entre urgencias, y cuando se llega al final, al “monte eidético”, y se abarca la totalidad con la nueva idea conquistada, entonces, como ocurriera a Hegel, puede contemplar la mente de Dios, antes de la creación, es decir, la lógica del mundo. Pero a esa visión se lleva por caminos sinuosos, con visiones parciales... Y, como en la existencia, que no podemos repetir el viaje, del mismo modo no siempre podemos reescribirlo desde la última idea conquistada.

ahondando hasta lo imposible en el conocimiento de esa ciudad, de sus gentes, de sus vidas, de sus sueños, ilusiones y farsas, de sus orígenes, cambios y destinos, ha llegado a una conclusión: la ruta preferida es la del trabajo, la de la industria y el comercio; hay otras muchas rutas temáticas (ecológicas, enológicas, gastronómicas, literarias...; rutas del románico, del romanticismo, del modernismo, romana o medieval...), a gusto del turismo. Pero Marx había aprendido que todas están conectadas, enlazadas, subordinadas; y que de todas ellas, las más constantes, las más eternas, las que están presentes en todas las ciudades, son las relacionadas con el trabajo⁶.

Con este postulado, -dejemos volar la imaginación-, ya estaba en condiciones de hacer una abstracción y analizar esa parte de sociedad capitalista que llamaba “modo de producción”; ya llegaría el momento de hacer otras, y solaparlas, articularlas, reconstruyendo la totalidad de la formación social. Centrado en esta tarea, no tardó en darse cuenta que el mejor método de reconstruir la representación era a partir de los relatos de los otros; y llegó a la feliz conclusión de que había de partir de la visión y la experiencia que tienen quienes viven en ella, y de forma especial quienes la dirigen, la controlan y la administran. Y, como había que hacer una adecuada selección de los personajes más representativos de ella, Marx escogió tres cuyas voces le acompañaran en el recorrido, tres figuras que le permitieran el acceso incluso a los lugares sagrados. Uno, la figura del capitalista, que para dar más realismo al teatro llamaremos M. Prouvost, que sabía mucho de lino y de levitas; otro, la del economista, un selecto club dirigido por Mr. Ricardo, y cuyo presidente honorífico, no podía ser de otra manera, había de ser Mr. Adam.). Y, por último, el jefe del gremio del capital, el capo di capi, cuyo nombre metonímico, casi onomatopéyico, sería Herr Kapital, nuestro buen amigo, el más filosófico de los tres, el experto en miradas desde lo universal. Marx se rodeó de estas figuras arquetípicas para recorrer la ciudad. Había otra figura, pero no necesitaba su compañía; ya conocía su versión, que tendía a hacer suya. En todo caso, en el recorrido, la daría entrada puntual, como testimonio. Me refiero a la figura del obrero. Y así, bien acompañado, inició su recorrido. Y la

⁶ Permitidme una breve digresión personal. Cuando tengo algún invitado de fuera le disuado de la primera opción del turista, la vista de Barcelona desde el Tibidabo, la más extensa, y le sugiero que vaya a Montjuic, y desde allí mire el puerto, expresión de la potencia productiva y de la apertura al mundo, por donde salían las mercancía y entraban la ideas. Frente a la mirrada de superficie, que revela el rostro exterior, les sugiero la mirada que deja ver la génesis, la historia, el alma de la ciudad.

primera decisión, nada fácil, era de elegir el punto de partida.

La Economía Política clásica trataba de la riqueza de las naciones; y, a los ojos de los economistas, esta riqueza era investigada en su fuente, en la producción. Y como ésta se correspondía con la actividad de sus pobladores, partían generalmente en su discurso de la población. Y describían sus partes, sus formas, sus movimientos, sus transformaciones; y luego describían la producción, sus tipos, sus estados, sus propiedades... Era algo así como el geógrafo, que al hablar del agua en el planeta parte de sus formas de presencia, su reparto, sus ciclos, sus usos..., todo en la superficie. Un biólogo habría de penetrar más, y partir al menos de su composición molecular; y un químico iría más hondo, aunque nunca se llegue al fondo, pero se remontaría al menos a su estructura atómica, con lo cual al mismo tiempo que avanzaba en la tarea de conocer su origen, sentaba las bases para comprender mejor sus propiedades de superficie (su equilibrado pH, sus reacciones físicas y químicas con otras sustancias, su función en la vida de animales y plantas, et.). Pues bien, Marx pretende algo similar en su búsqueda del conocimiento de la sociedad, y particularmente del capitalismo en ella dominante (que ya sabe que no agota la ciudad, que su hegemonía tiene límites, exterioridades, resistencias...); le parece que poner en el origen la población, e incluso la producción, es dejar fuera una larga historia sin la cual se ocultará la razón de ser, y los modos de ser, de la ciudad. Por eso, en busca de un origen submolecular, e incluso subatómico, podemos seguir imaginando la discusión en aquel grupo. Al fin Mr. Adam decía que había que centrar la mirada en "la riqueza de las naciones". Y M. Prouvost, un personaje de escaso vuelo pero que había acreditado sus cualidades y pericias en la expansión económica, e incluso cultural, de la ciudad, alababa a Mr. Adam, aunque su mirada era más local.

Lo que al fin decidiría a Marx a citar al grupo de diálogo en esa zona autónoma de la ciudad, patria de las mercancías, llamada Mercado, fue el recuerdo que tenía de cuando espía la vida empresarial de M. Prouvost. Se trataba de un seguimiento sistemático, llevado a cabo en diversas ocasiones, para conocer sus hábitos y su manera de ser, e incluso para acceder a eso que los filósofos llaman su esencia. Salía temprano de su casa, donde la abundancia de bienes se modulaba en la disciplina de normas ascéticas; siempre bien vestido, no tanto para pregonar sus posesiones cuanto para manifestar su estatus, para dar fe de su categoría social. A ratos su rostro

expresaba satisfacción, por momentos orgullo, y en otros simple preocupación, revelando la pesada carga de responsabilidad que arrastraba. Un paseo, pues, discreto y rutinario, de soportable anonimato, como un momento de sana exterioridad e indiferencia. Pero todo cambiaba al acercarse a *su* fábrica, al entrar y leer el reconocimiento en los silencios de *sus* trabajadores, al recibir los saludos de *sus* técnicos y administradores, al leer los informes, dar órdenes, asumir la tarea de la producción. Entonces todo se volvía activismo, tensión, gestos de triunfo o de pánico, de decisiones firmes y de dudas, de enfermizas prisas y enfermizas esperas. Y, en medio de esa rutina diaria, Marx había observado la especial relevancia que tenía para M. Prouvost un momento del día, al comienzo de la jornada, apenas tomado el café tras los primeros informes y órdenes. M. Prouvost salía de su despacho, abandonaba el área administrativa y se dirigía a la fábrica y sus enormes almacenes; y allí, en unos breves pero intensos instantes, contemplaba su riqueza, en forma de máquinas nuevas, potentes y a pleno rendimiento; en forma de materias primas que continuamente viajaban del almacén a las tolvas; de productos ya acabados, ordenados y clasificados, esperando los camiones, los trenes y los barcos que los lleven a su destino final. Y Marx apreció en el rostro de M. Prouvost que el momento más emotivo, cuando dejaba salir de su pecho un vendaval de aire contenido, era al recrearse en estos almacenes llenos de productos listos y acabados, trabajo cumplido, todo listo para el éxito. Sí, esos almacenes llenos de *mercancías* eran el orgullo de M. Prouvost. Esa era realmente su *riqueza*.

Marx ya había escuchado esa idea a Herr Kapital, el patrón de su gremio, que siempre hablaba con la voz universal; y la había visto bien argumentada en las lecciones de Mr. Adam al selecto club de Mr. Ricardo, así como en las divulgaciones y ampliaciones que éstos hacían de ella. Había comprendido, al fin, que la tesis de que “las mercancías constituyen la riqueza de las naciones”, fuera verdadero o cierta, era realmente el sueño de aquella ciudad. La imagen al alcance de la mano de una montaña o un océano de mercancías la hacía moverse, engrasaba su maquinaria. Sí, había que rendirse a la evidencia: la riqueza de aquellas naciones, la riqueza de la sociedad burguesa, la constituyen las mercancías. Marx ya lo sabía, pero aquella mirada de M. Prouvost que observó en sus días de espionaje le había revelado algo más, a saber, que la mercancía no sólo constituía la “riqueza de las naciones” capitalistas, sino que era el “alma del capital”. Bastaba haber visto aquella mirada

idólatra para como prenderlo. Y, recordándola, pensó en la conveniencia de comenzar el recorrido ontológico por el territorio de la mercancía.

De todas formas, lo que definitivamente le decidió fue el recuerdo de unos trazos de inquietud en el rostro de M. Prouvost tras su euforia. Marx adivinó lo que estaba pensando: esta riqueza en el almacén no es riqueza hasta que no se haya realizado. Pueden pasar muchas cosas; M. Prouvost podía contarlas de todo tipo. Hasta que no llegaran al mercado... Mejor, hasta que no entraran en Mercado, que no es sólo un lugar, es una patria; del mercado se puede regresar sin entrar en Mercado; y se regresa con el mismo estatus ontológico que se llegó, como meros productos del trabajo; como un sin-papeles que es repatriado. Sólo si se entra en Mercado, si se consigue la carta de ciudadanía, el producto de trabajo se trasmuta en mercancía, con todos los privilegios del nuevo estatus.

Pero Mercado es una patria con una constitución muy simple pero muy rígida. Para conceder la ciudadanía sólo exige un requisito: una vida adecuada, conforme a la esencia. Y la vida adecuada en Mercado es el intercambio. La perfección se mide por la intensidad, velocidad, tiempo de intercambio; cuando más veloz y universal, más conforme es la vida de las mercancías a la ley de Mercado.

M. Prouvost tenía larga experiencia, le venía de raza. Por tanto, soportaba bien aquella inquietud, derivada de su incerteza; confiaba en sí mismo, sus mercancías estaban bien provistas de "utilidad", esa cualidad que en Mercado determina el intercambio. Pero Marx, que ya era capaz de leer en su alma, leyó en ella una cierta resignación. M. Prouvost ya sospechaba que Mercado era tan exigente, tan determinante, que no sólo daba el ser a la mercancía sino que determinaba el ser de los productos del trabajo; imponía a éstos condiciones nacionales sin las cuales no pasarían la aduana de Mercado. Y eso le molestaba, pues le obligaba a reconocer que toda aquella riqueza, y todo el proceso de producción de la misma, no era obra suya; las mercancías no eran su creación. Sospechaba, pues, que las mercancías dependían de Mercado incluso antes de que llegaran allí, antes de salir de las máquinas, antes de concebirse el proceso. O sea, M. Prouvost, que se creía amo de todo aquello, ahora estaba a punto de darse cuenta de que las mercancías tenían vida propia y él sólo era un cuidador de las mismas.

A Marx se le iluminó la mente. Estaba cansado del discurso subjetivista que seguía presente en el club de Mr. Ricardo, que seguían viendo Mercado como un lugar habitado por sujetos personales, compradores y vendedores, con sus ofertas y demandas, sus necesidades, intereses y ambiciones, y en el que las mercancías eran meros objetos o instrumentos por ellos manejados. Hacía tiempo buscaba sustituirlo, o al menos compensarlo, con discurso materialista, en el que los sujetos fueran los objetos, y a la inversa; o sea, en que las mercancías tuvieran una vida propia, objetiva, y sus propietarios fueran los lacayos que les ayudaban en sus recorridos. De hecho ya había observado que en el vasto club de Mr. Ricardo, y especialmente éste, habían iniciado ese recorrido. Al fin una ciudad se conoce multiplicando las rutas; nada hay más estéril que seguir siempre las tópicas.

Sonrió al imaginar el disgusto de M. Prouvost el día que sus economistas le hicieran comprender que él era sólo el *amo fenoménico* de las mercancías, y que éstas tenían otro *amo ontológico*. Un amo despótico, que a través de las mercancías llevaba su dominación a su fábrica y a él mismo, quedando todo subsumido en su poder. Y rio a carcajadas al imaginar que esto era sólo el principio, que habría muchos más descubrimientos sorpresas cuando se revelaran todos los secretos de ese extraño mundo del capital. Y en ese mismo momento y por esos motivos, anticipando su felicidad, tomó la gran decisión: el recorrido con sus guías por la ciudad del capital había de tener ese punto de partida: el humilde barrio de la mercancía. Y citó allí a sus personajes.

2.3. Regresando del viaje a lo imaginario, lo cierto, y es otro aspecto para conocer esta ciudad, es que no siempre fue así, no en todos los tiempos se pensó la mercancía como riqueza; y aún mantenemos hoy rastros de ese otro uso de “riqueza”, para significar la abundancia de objetos, de consumo o suntuarios, como los que tenía en cantidades moderadas M. Prouvost en casa y los que ocupaban enormes mansiones de una extraña estirpe de “metecos” que, exteriores a la ciudad, sin su ciudadanía, caían en el anacronismo de seguir llamando riqueza a objetos improductivos. Seguramente en el siglo XVII, en la casa de un noble, repleta de artesanía, arte y joyas, resplandecía esta riqueza más que en la de un mercader con la trastienda abigarrada de productos de intercambio. En ese escenario la riqueza visible del noble es signo de poder (potencia de consumo, estatus social, relevancia

política); es una figura de la riqueza, adecuada al uso tradicional del término, ligada al goce y la sensualidad. Pero ésta no es la figura de la sociedad burguesa, del capitalismo; ésta nada tiene que ver con la riqueza del mercader, que almacena en su casa sombría y desordenada; no es la riqueza que ama M. Prouvost, signo de estatus o símbolo de jerarquía, etiqueta de sangre o de genealogía. Para el burgués sus bienes esenciales, los que determinan su ser, son las mercancías, el cuerpo material de su negocio; claro que en su vida privada gozaba de la abundancia de bienes; pero éstos no eran mercancías, eran bienes de consumo, y de hecho provenían de allí, de su fuente, del movimiento de las mercancías.

En la sociedad burguesa, esa fábrica del capitalista y esos almacenes del mercader revelan la riqueza propia de esta sociedad; una sociedad que ha sido posible, entre otras cosas, porque ha redefinido los valores. Parece una operación simple, de mera estética, pero no es así, todo lo contrario. Llamar “riqueza” a las mercancías es una revolución ontológica y política. Esta dimensión práctica es muy importante, pues se trata de considerar riquezas a cosas que ya no vienen por mediación del Trono o del Altar, sino que salen de las fábricas y van al mercado. Por eso la economía política clásica –al fin Mr. Ricardo es un personaje de la nueva sociedad- centra su mirada en ellas, y no le interesa para nada los símbolos del poder tradicional; le interesa la mercancía como producto de la fábrica, y en todo caso como símbolo del poder en la nueva sociedad capitalista.

El orden aristocrático va siendo sustituido –y en todo caso subsumido- por el burgués. Marx parte de esa evidencia: en las sociedades capitalistas la riqueza aparece *prima facie*, como “una gigantesca acumulación de mercancías”, como ya había dicho en su *Contribución a la Crítica de la Economía Política* (1859), y como ahora comienza *El Capital*. Considera la mercancía “la forma elemental de esa riqueza” (la molécula) y en consecuencia ha de comenzar su exposición por ella, por su análisis, penetrando en su estructura atómica para, desde ella, comprender qué es, cómo actúa, cómo se relaciona, cómo aparece y se enmascara, qué lleva en su esencia, etc. Ha de partir de aquí, éste ha sido uno de sus últimos desarrollos conceptuales; de las múltiples versiones de su proyecto de *Crítica de la Economía Política*, ninguno partía de la mercancía en el guión hasta llegar a los momentos

inmediatos a *El Capital*, concretamente, a su versión definitiva⁷ (no en las intermedias) de la *Contribución a la Crítica de la Economía Política*, donde ya pone la mercancía en el origen del discurso, aunque de forma insuficientemente desarrollada⁸. Sólo ahora, en *El Capital*, aparece ese cambio; y es trascendente, como iremos viendo. De momento supone comprender que en la sociedad capitalista se ha producido una auténtica revolución en la idea de riqueza: al ser pensada como mercancía, la riqueza pasa a ser un concepto esencial en la economía; antes figuraba en los márgenes de la producción, su existencia era ajena al circuito productivo; ahora la riqueza surge de ahí, del trabajo. Objetivada en la mercancía, queda dentro del circuito, como factor productivo, como potencia creadora. Todo en consonancia con lo que ya sabemos: que en el mundo griego el *oikos*, que incluía la economía, era exterior al *ágora*, residía en los márgenes de la polis, que no reconocía como humano el trabajo manual; ahora, la ciudad burguesa ha puesto el trabajo en su centro, en su alma, y ha logrado lo que parecía imposible y absurdo: que la riqueza sea productiva, que la riqueza (y el rico) se sean productores de mercancías.

Pero la realidad no se deja reducir a representaciones tan simples y bien ordenadas de inmediato. Si los bienes suntuarios y con función simbólica quedan marginados, al ser subsumidos bajo la forma mercancía, también se extirpan del alma de la riqueza funciones humanizadoras; ya no la constituyen los bienes que hacen posible y agradable la vida, sino ese tipo de productos que pueden comprarse y venderse. La riqueza, devenida mercancía, deja de estar ligada a la vida humana para ir ganando vida propia, adecuada a su nuevo juego, que no es otro que ser fiel a su esencia: y como ésta consiste en ser “riqueza” del capitalismo (y, en consecuencia, ya no es goce o bienestar para el hombre, sino seguridad y crecimiento para el capital), toda la vida de la mercancía desplaza al hombre a los márgenes para entregarse en cuerpo y alma a la continua y creciente valorización del capital.

La mercancía es el elemento que hace posible el capitalismo; su forma desarrollada –pues la mercancía, como toda otra realidad, incluidas las categorías, para Marx tiene

⁷ Ver la “Introducción” de M. Dobb a la edición castellana de Siglo XXI (K. Marx, *Contribución a la Crítica de la Economía Política*. México, Siglo XXI, 1980, XI-XXV)

⁸ Efectivamente, en la *Contribución...*, en la Sección primera, dedicada a “El capital en general”, el Capítulo I se dedica a “La mercancía”, con un sólo apartado: A. Consideraciones históricas acerca del análisis de la mercancía. Puede verse en la edición castellana citada de M. Dobb en Siglo XXI. A nuestro comentario a este texto puede accederse en este Website.

un proceso de desarrollo y realización- sólo aparece al final, y por eso su concepto acabado tarda en dejarse aprehender. Conviene entender *El Capital* como el momento final de un programa de investigación, como momento de la exposición, momento del despliegue acabado y ordenado de los conocimientos construidos o descubiertos en la fase anterior, correspondiente a la búsqueda, a la indagación. En el análisis, en el (no)orden de la investigación, en todos esos manuscritos que fue elaborando a lo largo de los años, Marx fue construyendo cuerpos de teoría, que iba reelaborando y reconstruyendo en progresiva sistematicidad y coherencia; y en esa marcha se le va revelando la importancia fundamental del concepto de mercancía. Este concepto, que se revela al final de la indagación, es el que permite cerrar la misma, pues permite reestructurar los resultados parciales en un cuerpo conceptual sólido, coherente y cerrado; es como si encontrara la clave para descifrar el sistema capitalista. Así al menos lo creía Marx, como nos muestra en textos como el siguiente:

“Ciertamente que el modo de exposición se tiene que diferenciar formalmente del modo de investigación. La investigación tiene que asimilar el material en detalle, analizar sus diferentes formas de desarrollo y rastrear su vínculo interior. Sólo una vez realizado ese trabajo es posible representar adecuadamente el movimiento real. Si se consigue eso y se refleja idealmente la vida de la materia, puede parecer que uno se encuentra frente a una construcción *a priori*”⁹.

La representación adecuada, que refleja la realidad hasta parecer que ha sido construida “a priori”, no es el reflejo sensible, especular, del movimiento de la realidad en la subjetividad; es resultado de un proceso complejo y (no)ordenado pensamiento en que se va asimilando (traduciendo a ideas) la vida misma de la materialidad. Marx mismo, en su correspondencia sobre *El Capital*, deja numerosas declaraciones de su conciencia de este problema, confesando los diversos ordenamientos ensayados sucesivamente¹⁰. Estas reflexiones metodológicas de Marx sobre su propia obra suelen ser mal interpretadas. Sin entrar en debates que aquí no tocan, estos mismos pasajes se acostumbra a interpretarlos como si Marx explicara que había empezado por el análisis de lo concreto y complejo, por la historia de las relaciones de producción y de los conceptos económicos, y se hubiera dado cuenta de que la exposición ha de partir de lo universal y simple, y así habría llegado a partir de la mercancía. Pero esto es confuso, la mercancía también es una realidad concreta y

⁹ K. Marx, *Obras de Marx y Engels*. Vol. 40. (OME-40) *El Capital*. Libro I, Vol. 1. Barcelona, Grijalbo, 1976, 27. Citaremos, mientras no se señale lo contrario, de esta edición preparada por M. Sacristán.

¹⁰ K. Marx, N.F. Danielson, F. Engels, *Correspondencia 1868-1895*. México, Siglo XXI, 1965.

compleja; de hecho, complejísima, como revela el propio tratamiento de Marx. No se puede resolver el problema en el esquema concreto-abstracto; es más complejo.

Marx sabe, y así lo dice, que toda realidad objetiva es concreta y compleja. Por tanto, eso hay que asumirlo. De ahí que el método de conocimiento de la misma, nuestra apropiación intelectual de ella, su “traducción” a categorías, ha de partir del análisis. Y esto quiere decir que hemos de aislar, por abstracción, partes o elementos de ese concreto-real y analizarlos separadamente. Ese aislamiento de las partes analizadas nunca será total, pues no podemos conocerlas sino por mediación de sus relaciones con las otras; es decir, es imprescindible alguna presencia de las partes que están excluidas del análisis¹¹, aunque en ese momento la atención se centre en la construcción clara del concepto o representación de una parte. Luego, analizadas todas ellas, vendrá el momento de unir las, solaparlas, articularlas, en definitiva, hacer la “síntesis”, si se quiere expresar así; en otras palabras, reconstruir la unidad. Y proceder así cuantas veces sea necesario.

Pero este proceso global analítico-sintético es sólo una parte del método, el de la construcción del orden lógico de la realidad. Hay otra tarea, ya que para Marx conocer una realidad es conocer su génesis. Un conocimiento simplemente de sus partes, su estructura, su orden de determinación interno, sus funciones, e incluso sus manifestaciones fenoménicas, por muy exhaustivo que sea, seguirá siendo un conocimiento abstracto y de superficie; una cartografía de su estructura lógica no deja de ser un conocimiento “positivista”, al que Marx se enfrentaba. Como su ontología es *histórica*, el ser, la realidad es histórica en su esencia; se mueve, cambia no sólo en sus accidentes sino en su esencia. Y ello quiere decir que nuestra representación de la misma, para que sea “adecuada” –en el sentido spinoziano, y por tanto anti-cartesiano, de “idea adecuada”-, ha de revelar su génesis. Por eso Marx de forma inmediata, en sus investigaciones, tiende a este modelo de representación histórico, conforme con su ontología¹². Lo que ocurre es que el orden del modo de investigación no es el de exposición. Y Marx, al ir construyendo el orden de su *Crítica a la Economía Política*, constataría las insuficiencias del método histórico para ese objetivo

¹¹ Es lo que llamé en el trabajo sobre *Los Manuscritos de París*, que puede verse en este Website, principio de la “*presencia insuficiente de las categorías*”.

¹² Y como esta ontología es, por otro lado, dialéctica, también tenderá a una representación dialéctica, como en su momento aclararemos.

crítico; y, de una manera consecuente, puso de relieve que además del *orden histórico* hay un *orden lógico*; que ambos son útiles y que ambos han de estar combinados, pues ambos nos ofrecen planos o rutas de la realidad. Pero planos o rutas que deben ser conjugados, articulados, en ese esfuerzo constante de reconstrucción de las categorías para que sean realmente elementos “ontológicos”, para que manifiesten el modo de ser de las cosas. Aquí, en el análisis de la mercancía que pone en escena el Capítulo I -y así cerramos este excursio-, abandona el orden histórico y centra la atención en orden lógico. Y lo hace por ser el más adecuado para elaborar el concepto de la mercancía, el método imprescindible en este momento del análisis; pero no olvida que también tiene su historia, como aparece en los dos capítulos siguientes de esta Sección primera; simplemente, cada método tiene su momento de gloria, y aquí el análisis revela su potencia para iluminar sincrónicamente el juego del capital.

Por eso ha de partir de la mercancía en *El Capital*, no porque aquélla sea más simple o más universal, no porque el orden de exposición tenga que ir de lo abstracto a lo concreto. Ha de partir de la mercancía porque ha descubierto que es el cuerpo en el que vive el capital, tal que sus diversas figuras, sus modos de aparecer y de ser, sus ausencias y presencias, sólo pueden ser pensadas a través de sus manifestaciones exteriores, o sea, a través de las piruetas y quiebros de su cuerpo, que es la mercancía.

2.4. Acerquémonos un poco más al texto. Decíamos que el proyecto de *El Capital* se cierra cuando Marx comprende que todo el modo de producción capitalista, incluso la organización de la sociedad burguesa, que es una realidad más amplia, son el resultado del “movimiento” de la mercancía. En ella se encierran todos los secretos y enigmas de la vida en el capitalismo, desde ella se deciden tanto las relaciones que establecen los hombres como las representaciones ilusorias y fetichistas de su mundo. Sobre el concepto de mercancía se construye toda la arquitectura del modo de producción, cuyos límites son determinaciones de aquél. En posesión de esta categoría, Marx está en condiciones de emprender la fase final de su programa, la exposición ordenada, sistemática, completa, de la producción capitalista; una exposición esencialmente lógica, aunque cruzada con reconstrucciones históricas, como puede verse en el texto. El concepto de mercancía le permite leer, entender y

valorar de forma nueva incluso los diversos modos de producción, pero especialmente el capitalismo.

El problema del orden en *El Capital*, y en particular el del “punto de partida”, como lo designa J. Zeleny¹³, es ciertamente relevante. Primero, porque ha preocupado mucho a Marx, cosa a tener en cuenta¹⁴; segundo, como veremos enseguida, porque el resultado no ha satisfecho a todos los estudiosos del marxismo. ¿Por qué le preocupó a Marx? Sin duda alguna, por su concepción de la ciencia, por su concepción epistemológica. Constata que la ciencia económica en sus orígenes, en el XVII, intentaba explicar la vida económica partiendo de las totalidades concretas, como la población, la nación, el estado, etc.; las limitaciones de las ciencias en su origen hace que los conceptos de sus objetos sean confusos y caótico, porque las representaciones de los mismos se han hecho sin el análisis suficiente. Marx cree que la ciencia avanza por el análisis, que separa, abstrae, aísla, las determinaciones generales y simples, como “división del trabajo”, “dinero”, valor”.... Cuando la ciencia económica hace esto, cuando está en posesión de los elementos simples y, a partir de aquí, reconstruye como concreto de pensamiento las naciones, y desde aquí pasa al intercambio entre ellas, (ese “comercio internacional” cuya categoría Marx dejó sin abordar directamente), entonces estamos ante el “método científico correcto”.

Claro, esa dirección del método que va del análisis a la síntesis no lo resuelve todo. Smith y Ricardo ya practicaban esa directriz metodológica, y no satisface a Marx. Éste pone otra exigencia, ésta ontológica: las determinaciones simples no han de ser pensadas como esencias fijas, sino como unidades *dialécticas* (internamente contradictorias), *históricas* (con un origen y un final), *estructurales* (mediadas por la totalidad) y *práxicas* (producidas por los hombres). Éstas son las exigencias o credenciales de su ontología. En lugar de asumir ingenua o miserablemente la ficción empirista de la *tabula rasa*, un conocimiento sin pre-supuestos, asume conscientemente que los conocimientos son productos, y por tanto mediados por las herramientas teóricas de producción y las finalidades subjetivas.

¹³ J. Zeleny, *La estructura lógica de El Capital*. Barcelona, Grijalbo, 1974, 53-58.

¹⁴ “El problema del punto de partida en la exposición sistemática genético-estructural del modo de producción capitalista ha ocupado intensamente a Marx. Lo ha trabajado intensamente en la “Introducción” incompleta de 1857, así como en la crítica de la arquitectura de los sistemas de Smith y Ricardo en las *Teorías sobre la plusvalía*” (*Ibid.*, 54).

Pues bien, con esas credenciales epistemológicas Marx, en su práctica teórica, llega a ver en la mercancía, en un nuevo concepto de mercancía a la altura de los tiempos, la base cuyo despliegue es el modo de producción capitalista. Sin esa categoría no se habría cerrado el estudio del capitalismo, no se habría elaborado el concepto marxista del mismo. La nueva idea de la mercancía ve a ésta como *forma-valor*. Creo que a Zeleny no le falta razón al señalar que ese privilegio de la mercancía no es por su simplicidad (no lo es tanto) ni por su universalidad, cualidades que en todo caso compartiría con otras relaciones sociales; su privilegio le viene de estar en la base del devenir del capitalismo y de la comprensión del mismo: “Lo que para Marx califica a la mercancía como célula originaria es el hecho de que la forma de la mercancía es un fenómeno económico a partir del cual una línea continua histórico-genética conduce hasta el capital y el capitalismo, así como el hecho de que la forma mercantil es en el mecanismo del capitalismo desarrollado la forma económica elemental cuya captación es presupuesto de la comprensión de las formas económicas más complicadas del capitalismo (Marx, como dice Lenin, descubre en la mercancía todas las contradicciones o los gérmenes de todas las contradicciones de la sociedad capitalista)”¹⁵. Creo que esta valoración que subraya la función de la mercancía en el origen y desarrollo histórico del capitalismo es sostenible, pero sin el énfasis que le concede Zeleny; considero que la relevancia de la mercancía se debe especialmente a que está en el *origen y desarrollo del capital* como forma, y no sólo en el origen del capitalismo como formación social. No menosprecio esta segunda función, faltaría más. También está ahí presente, en el origen y en su desarrollo, en la génesis de la sociedad capitalista; pero singular relevancia reside en su función de *cuerpo del capital*. Incluso la referencia que Zeleny hace a Lenin, más que apoyar su tesis afianza la nuestra. Lenin valora que Marx “descubre en la mercancía todas las contradicciones o los gérmenes de todas las contradicciones de la sociedad capitalista”. Dice “sociedad socialista” porque se está refiriendo al capitalismo como lo hacemos espontáneamente, para significar indistintamente un “modo de producción” y una “formación social”. Y cuando hablamos de las contradicciones del capitalismo nos referimos, indistintamente, a las que se dan en la producción y las que se dan en la sociedad. Pero desde el contexto de esa reflexión leninista lo que ahí se dice es que la mercancía condensa las contradicciones del capital, que se proyectan en su mundo

¹⁵ *Ibid.*, 56.

y en su historia. Esas contradicciones sin duda tienen efectos históricos, forman parte de la historia y de su movimiento; pero son contradicciones internas a la forma capital, y sólo se revelan en un análisis lógico del mismo.

Marx dice hasta la saciedad que para desarrollar el concepto del capital hay que partir del valor, y no, por ejemplo, del trabajo; con más precisión, nos dice que hay que partir del valor con su concepto ya desarrollado, tal como aparece en un proceso de circulación ya altamente complejo. En Los *Grundrisse* ya aparece esta cuestión de decidir el orden de exposición¹⁶. Y Marx plantea la cuestión en términos de poder acceder al concepto de capital, que en definitiva es el reto filosófico que plantea su crítica a la Economía Política. Y dice al respecto:

“Para alcanzar el concepto de capital, es necesario partir del valor y no del trabajo, y concretamente del valor de cambio ya desarrollado en el movimiento de la circulación. Es tan imposible pasar directamente del trabajo al capital, como pasar directamente de las diversas *races* humanas al banquero o de la naturaleza a la máquina de vapor”¹⁷.

Pero, claro está, partir del valor¹⁸ en la exposición supone partir del final, del saber acabado, del saber absoluto, como en la *Lógica* de Hegel o en la *Ética* de Spinoza, con la majestuosidad del orden descendente en que la Idea o la Substancia se desvisten y vuelven transparente. El método de Marx no es éste. Me viene a la memoria la respuesta de Descartes al Père Mersenne, cuando éste, a propósito de la publicación de la obra cartesiana *Mediataciones Metafísicas*, junto a halagos y reconocimientos le invitaba a exponer su contenido conforme al “método de los geómetras”, que por entonces pasaba por modelo de transparencia de la verdad. La respuesta epistolar del *Cartesius* mezcla perplejidad e ironía: “¡Si ya lo he hecho!”, le contestó. No obstante, por concesión al ilustre amigo le resumió su densa obra en ocho o diez páginas. Le bastaron diez definiciones, siete postulados, diez axiomas, cuatro proposiciones y un corolario para ofrecer lo que sin duda Descartes consideraba un simulacro de conocimiento y que su época tenía por condición de la

¹⁶ Ver K. Marx, Elementos fundamentales para la Crítica de la Economía Política [Grundrisse, 1857-1858]. México, Siglo XXI, 1971, Vol. I, 198-201.

¹⁷ *Ibid.*, 198

¹⁸ En algún momento tendremos que aclarar la diferencia entre “valor” y “valor de cambio” en Marx. De momento basta con decir que, no sin ambigüedades, Marx usa ambos términos con el mismo significado. De hecho casi siempre usa “valor de cambio”

verdad¹⁹. En definitiva, la lección cartesiana es que el verdadero orden de los géometras, como el de cualquier ciencia, es el “*ordo rationis*”; y que aquel alabado modelo geométrico era sólo una “manera de demostrar”. Cualquiera que lea las *Meditaciones Metafísicas* y, seguidamente, su versión “more geometrico”, apreciará la diferencia. La primera nos obliga a recorrer el camino del conocimiento, de la búsqueda, la segunda nos lo evita con un plano cartográfico (que vale, sí, pero sólo para lo que vale).

Deberíamos relacionar el problema del método en Marx con esta “anécdota” de Descartes. Marx buscaba un orden de exposición apropiado para una nueva ciencia; y en algo se parecía a la búsqueda cartesiana: su exposición había de seguir un “orden de las razones”, que él mismo irá construyendo sobre la marcha, adecuado al trayecto. En los *Grundrisse*, como acabamos de ver, está en ello, y hace asaltos al problema, y nos narra en voz alta su pensamiento, sus dudas, sus opciones provisionales y la convicción de éstas. Marx no tiene aún claro el concepto de “valor”; pero intuye que está por ahí lo que busca. Además, el *valor* no resuelve en ese momento el problema: aparece tanto en la mercancía como en el dinero. Lo que Marx va desvelando es que unos y otros, el valor, la mercancía, el dinero, todos esos personajes de la ciudad del capital son modos de ser del capital. Esto ya lo tiene claro; el problema es cómo construir el relato en el orden de las razones.

No insistiré aquí más en esta cuestión, pues ya la he abordado en extenso anteriormente²⁰. Recomiendo que consultéis ese texto, y casi ruego que leáis esas páginas de los *Grundrisse*, donde Marx, tras poner el dinero y la mercancía como dos figuras del capital, plantea la alternativa, los dos caminos, ambos posibles y ambos fecundos, pero diferentes. ¿Y cuál es la diferencia? Pues “La diferencia consiste en sobre cuál de las dos se hace hincapié o se carga el acento; en cuál de los dos momentos, -el dinero o la mercancía-, constituye el punto de partida”²¹. A estas alturas del recorrido se comprende que el origen, el punto de partida, no es determinante del resultado, no afectará a la representación; pero el orden de las razones le sigue

¹⁹ Ambos textos, el de las *Meditaciones Metafísicas* y el llamado *Razones que prueban la existencia de Dios* y la distinción que media entre el espíritu y el cuerpo humano, dispuesta a la manera geométrica, se encuentran en una excelente edición preparada por Vidal Peña (Rene Descartes, *Meditaciones Metafísicas con Objeciones y Respuestas*. Madrid, Ediciones Alfaguara, 1977).

²⁰ Ver en este Website las lecturas de los *Grundrisse*.

²¹ *Grundrisse*. Edic. cit., 200.

pareciendo irrenunciable, un plus filosófico de racionalidad. No da igual el punto de partida, aunque todos los recorridos, como las diferentes rutas turísticas, nos acercan al conocimiento de la ciudad. Hay unas más “esenciales” que otras, más definitivas, más determinantes que las otras. De ahí la conveniencia de un buen quía, que las conozca todas y seleccione con efectividad. Por eso, cuando Marx está ya en situación de configurar su proyecto de crítica, en los manuscritos de su *Contribución a la Crítica de la Economía Política*, en el guión más elaborado aparecen, en la Sección Primera, sobre “El capital en general”, dos capítulos: uno sobre “la mercancía” y otro sobre “el dinero o la circulación simple”. Sin duda el tema de la mercancía tiene menos peso, y Marx parece atraído por la circulación, centrada en el dinero; pero la mercancía ya aparece por primera vez en el lugar de honor. Y ya no se movería de aquí.

3. *Ontología del valor.*

El Capital se inicia como esfuerzo por pensar la mercancía y, sobre todo, por pensar la producción capitalista desde la mercancía, como el despliegue complejo y dialéctico del movimiento contradictorio de la misma. Pensar la mercancía es iluminar lo que lleva dentro, oculto, enmascarado; pensar lo que se ve de ella y lo que oculta, sobre todo lo que oculta. Su primera apariencia, lo hemos visto, es como “riqueza” de las naciones. Lo que quiere decir que en el capitalismo –en la mirada de M. Prouvost, Mr. Ricardo y Herr Kapital- la riqueza no se ve ya como objetos de goce o placer, ni como símbolos de estatus sociales; ya no la constituyen las cosas suntuarias ni las fuentes naturales; la riqueza no la forman las tierras, los bosques, los yacimientos mineros, ni las obras de arte ni siquiera el oro o los metales preciosos; esas serían las riquezas de otro tipo de sociedades, pero no de la sociedad burguesa, capitalista: en éstas la riqueza la forman esos objetos prosaicos, a veces groseros, y a veces incluso feos, que son las mercancías. Intuitivamente entendemos que una ciudad rica es la que tiene sus almacenes y comercios llenos de mercancías, la que cuenta con ríos de mercancías que salen por las puertas de sus fábricas, que viajan por camiones, ferrocarriles y barcos, que inundan las calles, las plazas y las lonjas con cantidades y variedades ingentes de esos objetos cuya principal e ineludible credencial es su etiqueta de “productos del trabajo”, que llevan oculta, en su código de barras. Una

ciudad parece rica cuando en ella se mueven las mercancías, cuando está agitada por su baile, por su ritmo, sin importar lo que hay dentro de las casas.

3.1. Pensar la mercancía exige individualizarla. La mercancía no es una cosa cualquiera; la mercancía no es una cosa natural: odia la naturaleza, que no es su lugar de vida, y ama la ciudad, algunas áreas de la ciudad, donde es la reina. La mercancía es un producto de la actividad humana, pero no un producto cualquiera del trabajo; no todas las cosas producidas son mercancías; no todos los objetos elaborados en el trabajo son mercancías. Éstas tienen su marca, su diferencia específica, su cualidad esencial; tienen su secreto. Marx dice que en la mercancía se encuentra el enigma que trata de descifrar la Economía Política clásica, en el que se enreda una y otra vez por no estar en posesión del control de calidad, por no dominar el concepto de mercancía; por no saber acceder a su identidad íntima.

¿Y cuál es el secreto de la mercancía? ¿Qué es eso que habita en el interior de esos objetos particularizados, que les hace ser y aparecer distintos, presentarse en escena, como su atractiva casaca de mercancías? Todos los economistas y la gente común lo saben intuitivamente, casi instintivamente; lo notan a la primera mirada: ese personaje que habita el interior de esos objetos especiales y les proporciona su ser, su ser-mercancías, es el *valor*. Lo notan: son cosas que les sirven, que tienen valor; y mucho valor, pues sus vidas dependen de su posesión efectiva. Las mercancías valen; esto es apodóctico. Pero, ¿qué les hace valer, qué les proporciona el valor?

Todos los economistas lo sabían, pero su identificación les traía locos. ¿Qué era el valor? ¿Cuál era su gracia? Porque, fuera lo que fuera, caracterizaba a las mercancías, las separaba de las no-mercancías, ponía los límites de su mundo; un mundo en que sólo ellas tenían presencia, carta de ciudadanía, en que sólo ellas se relacionaban entre sí, se *enfrentaban*, se *intercambiaban*. Había un hecho innegable: que las mercancías necesitaban intercambiarse; eran unos sujetos extraños que necesitaban travestirse, en eso consistía su vida; sin ese movimiento... quedaban muertas, inactivas, y perdían sus credenciales, devenían sin-papeles, perdían la ciudadanía, perdían su ser.

El intercambio entre ellas es la esencia misma de esa ciudad. De ahí que el problema teórico clave de la economía clásica, de Mr. Ricardo y sus colegas,

administradores de esa ciudad, fuera el del intercambio justo, sin abusos, cada una por su valor. Se trataba, pues, de fijar las reglas de ese intercambio; o, mejor, de comprenderlas y enunciarlas, porque esa ciudad es de las mercancías, no de sus gestores; Mr. Ricardo se mantenía en su lugar: buscaba describir lo que allí pasaba y trataba de comprender aquel orden espontáneo, las reglas “naturales” que lo regulaban, pues lo cierto es que allí reinaba el orden, las mercancías lograban vivir, es decir, intercambiarse, en paz y cordialidad. Esperaba Mr. Ricardo que sus descubrimientos ayudaran a evitar sorpresas y a prevenir abusos, fortaleciendo aquel orden espontáneo en la ciudad de las mercancías, cuyo nombre sagrado, no podía ser otro, era “Mercado”.

Los economistas, pues, se preguntaban por el “valor”, por ese ente que habitaba las mercancías y hacía posible su vida (recordemos: su intercambio). Se suponía un valor “latente”, que estaba allí antes del intercambio y que exigía y posibilitaba éste; se pensaba como un rasgo o cualidad, común a todas ellas e idéntico en todas ellas, pues sólo así podían explicarse el *factum* sagrado de su cambiabilidad, de su conmensurabilidad; y se suponía que había de ser algo medible, cuantitativo, en tanto que el intercambio siempre se establecía entre proporciones regulares; es decir, no se cambiaba harina por miel indiscriminadamente, sino unos kilos de harina por un kilo de miel.

Desde fuera del Mercado –éste no ocupa toda la ciudad de los hombres, y hay quien dice que están separadas, que sólo hay ciudad de los hombres fuera de los límites de Mercado-, en el exterior al mundo del intercambio, fuera del comercio, lo que pasa allí dentro es impenetrable y misterioso; allí ocurren cosas raras, piensa la gente normal. Aquello *parece* un reino mágico: cosas cualitativamente distintas e inconmensurables, incomparables, se intercambian entre sí sin ley, sin proporciones razonables, con variaciones extravagantes, en función de circunstancias externas y determinaciones gratuitas. La gente no entiende que un anillo de oro se intercambie por sacos y sacos de pan... Pero Mr. Ricardo, que vive dentro y está acostumbrado a ver lo que pasa, logra comprenderlo y dar sus razones. Su tozudería, y la de sus colegas, consigue sacar adelante la ciencia económica; ésta exige regularidad, exige encontrar (o suponer) la estabilidad, la regularidad y el orden bajo ese aparente caos sensible. Y, como lo necesita, lo impone, como descripción o como supuesto. Y en

ese empeño la ciencia económica ha encontrado (o postulado, o supuesto) la *ley del valor*, un bello descubrimiento que permite comprender los extraños movimientos que pasan dentro del Mercado, las complejidades del universal concubinato, desacralizándolo, racionalizándolo. La ley es como ha de ser, muy simple y elegante; simplemente enuncia que las mercancías se intercambian conforme a su valor. Por tanto, todos conformes; allí dentro reina la equidad y la justicia; o la justicia como equidad. Lo que implica que todas las mercancías son reconocidas como ciudadanas, condición que deriva de su esencia, es decir, como portadora de valor: o sea, que todas tienen *valor*, condición de su ser-mercancías, que ese valor es un ente común, homogéneo, conmensurable, y que en fin ese valor es cuantificable.

No fue fácil a los economistas ponerse de acuerdo en la identificación del valor, esa especie de divinidad que sólo se nos manifiesta en sus mandamientos, en sus exigencias, en sus leyes; pero de ese acuerdo dependía la posibilidad misma de la ciencia económica, de la que vivían, y sobre todo el reconocimiento formal de la vida en el interior del Mercado, de lo que ocurría dentro del mismo. Era obvio que el pan tenía valor, y el calzado, y el diamante; pero, ¿qué tenían esos valores en común? ¿Cómo superar su inconmensurabilidad que volvía irracional y gratuita las proporciones en el intercambio? Ni siquiera Mr. Ricardo, en quien Marx satisface la sed cuando no le ha llegado el agua propia, y cuya propuesta del valor-trabajo, del trabajo como sustancia del valor, supuso un paso de gigante en la ciencia económica, tenía suficientemente claro el concepto²². Pues bien, ése es el problema que explicita Marx en el capítulo primero de *El Capital*, dedicado a la mercancía.

Como digo, Marx reconoce que parte de una posición cercana a la del club de Mr. Ricardo, quien en su empeño por fijar la ley del intercambio de las mercancías, de cuantificar su valor relativo, sentó la tesis del trabajo como sustancia del valor. Pero Marx, sin duda más filósofo que aquel economista, va más lejos, mucho más lejos. En sus estudios económicos se le había ido revelando que toda la vida económica, y las relaciones sociales que sobre ella se tejían, giraban al ritmo de la mercancía; sin dejar de reconocer la importancia de la circulación, esfera en que la economía clásica centraba su mirada, y que Marx, tras sus huellas, siguió durante largo tiempo, fue desplazando el centro de gravedad hacia la producción, hacia sus formas de

²² Como dice J. Zeleny, Ricardo se quedaba en la dimensión cuantitativa del problema, mientras que Marx introduciría un discurso cualitativo. Ver J. Zeleny, *Op. cit.*, 27.

desarrollo, a su especial relevancia en el capitalismo, hasta llegar a comprender que es aquí, en esta esfera, donde se encierra el misterio del capital, que no es otro que el de la creación del plusvalor. Y, en ese desplazamiento, va ganando peso teórico la mercancía, ese personaje que al final se revelará como el *sancta sanctorum*, la casa más secreta, del capital.

3.2. La mercancía, para la ciencia económica, y Marx con ella, viene *prima facie* caracterizada por dos cualidades o determinaciones bien definidas. Por un lado, su utilidad, que concuerda con la imagen de la misma en la mirada ordinaria, donde aparece como un objeto exterior, una cosa, que tiene la propiedad de “satisfacer necesidades humanas de alguna clase”. Esta función de utilidad se denomina técnicamente su “*valor de uso*”. Es una propiedad intrínseca a la mercancía, constitutiva de la misma, una seña irrenunciable de su identidad. No obstante, la utilidad, aunque propia, no es exclusiva de las mercancías; comparten esta cualidad con otras cosas, especialmente elementos naturales, que siendo útiles no pertenecen al mundo de la mercancía.

Por tanto, para precisar el concepto, además de la utilidad se precisa otra determinación: la de ser un producto de la acción humana, fruto del trabajo humano. Así, su definición aproximada sería la del “objeto producido en el trabajo y que satisface necesidades”. Sería una buena aproximación, y en ambos rasgos insiste Marx; pero en el contexto se supone otra determinación, si se quiere, una modalidad de la función utilitaria, pues los productos del trabajo útiles para el autoconsumo no son considerados mercancías, porque no van al Mercado, no viven allí, no están sometidos a sus reglas, no tienen esa ciudadanía. Por tanto, la tercera determinación identificadora consiste en que es útil para otros, útil para la sociedad, no para el propio productor. De esta manera, el referente queda perfectamente acotado: *mercancía es todo producto del trabajo socialmente útil*. Pero, aun así, es un acercamiento a la superficie, es la mercancía vista desde fuera; el concepto exige bajar a la esencia y ésta está muy honda.

Hemos, pues, de situarnos en la dimensión ontológica del discurso; abandonar la perspectiva subjetivista, en que eso del valor y la utilidad parece referido a sujetos humanos (y, no lo olvidemos, el hombre no está presente en la ontología de la ciencia económica, a no ser como trabajador, y ni eso) y dar entrada definitivamente a una

representación objetivista, donde aparezcan como habitantes de la ciudad del capital los que realmente son, y no los lacayos.

Marx, ya lo sabemos, sostiene que las cosas no tienen una esencia fija, eterna, definitiva; y ello por dos supuestos de su ontología: su ser es histórico y lo que son les viene de fuera, de su relación con lo otro, con la totalidad en que están subsumidas. Las mercancías no son *naturaliter* mercancías, más allá del espacio y del tiempo, más allá de las condiciones sociales de existencia; ni el ser-mercancía es una determinación absoluta, eterna. Al contrario, las cosas, algunas cosas, devienen mercancías, consiguen esa ciudadanía; para ello han hecho un recorrido, han pasado unas peripecias, han abandonado su viejo estatus y funciones y adquirido estatus nuevos y funciones nuevas. Y una de ellas, muy importante, es la de ser socialmente útil, que pasa por poder intercambiarse con las otras.

Para ver el movimiento del concepto de mercancía comparemos un poco, aunque hayamos de adentrarnos en territorios aún no explorados, la ontología de Marx con la de Mr. Ricardo. Ambos ya han superado aquella división simple entre el valor de uso y el valor de cambio, dos cargas que transporta la mercancía; y han pasado, con mayor o menor claridad, por la fase de acentuar la subordinación del valor de uso al de cambio como propia del capitalismo; incluso han accedido al nuevo concepto –Mr. Ricardo iba delante, pero Marx acabará adelantándolo– de “valor” como verdadera substancia de la mercancía, diferenciado ya del “valor de cambio”, que la ciencia económica mantuvo durante tiempo como el verdadero valor de las mercancías. Pues bien, para Mr. Ricardo el *valor*, la substancia de la mercancía, no reductible ni a su valor de uso (propiedad subjetivas) ni a su valor de cambio (referenciado al mercado), es identificado como la *cantidad de trabajo* empleado en producirla. O sea, lo que lleva la mercancía dentro, su carga invisible, es una simple cantidad de trabajo, con más precisión, tiempo de trabajo, el tiempo empleado en producirla.

Esta identificación del valor con el tiempo de trabajo, que no nos ahorrará problemas teóricos, es no obstante lúcida; aunque no nos lo creamos, aunque la consideremos una mera “conjetura”, una mera hipótesis, su fecundidad, su potencia explicativa, es sorprendente. No debiera extrañarnos, por tanto que Marx se adhiriera al sesudo y oscuro economista, de ascendencia judía, como él, pero con mejor olfato

por el dinero²³, cuya densa obra sobre *Principios de economía política y tributación* (1817) crearía una amplia y brillante escuela (J-B. Say, Th. Malthus, J.R. McCulloch...). El descubrimiento de Mr. Ricardo era convincente. Venía a decirnos que *todo* producto del trabajo, puesto que encierra una cantidad de trabajo, tiene un valor; por tanto, es una mercancía. Aunque en su ontología la esencia sea material, tan material y grosera como el tiempo de trabajo, no escapaba al esencialismo. Mr. Ricardo, poco dialéctico, y poco filosófico, no entendía bien eso de la esencia. Cuando decía que cada mercancía encerraba en su seno un valor en forma de tiempo de trabajo, y que este valor era su esencia, usaba “mercancía” como mero “producto de trabajo”. De este modo, quien cargaba con el tiempo de trabajo era la cosa, el producto del trabajo; al fin, su limitada finura analítica le permitía identificar el producto de trabajo con la mercancía.

Ahora bien, ese descuido es ontológicamente un peligro y sus efectos económicos alarman. Si se confunden producto del trabajo y mercancía, debido a que ambos están identificados en cuanto a la esencia, en tanto portadores de tiempo de trabajo, borramos la diferencia entre producto para el autoconsumo y producto para el mercado; y se desvanece así la diferencia específica del capitalismo. La “esencia”, reducida a tiempo de trabajo, pasa a ser cosificada, a tener vida propia, a existir dentro y fuera del mercado. La mercancía se vuelve eterna, sigue siendo mercancía aunque sea expulsada del mercado, aunque pierda su “nacionalidad”²⁴. Por tanto, el esencialismo oculto de la ontología de Mr. Ricardo lleva a esa paradoja: aunque no salga al mercado por estar dirigido al autoconsumo, o aunque se pudra en el almacén por no tener salida, la mercancía seguirá siendo mercancía; aunque ya sea una “*mercancía podrida*”, mantiene su esencia, sigue siendo mercancía; es el precio de la ontología esencialista.

Así comprendemos las dudas de Marx, ante las carencias filosóficas que encuentra en Mr. Ricardo. En estas cuestiones Marx lleva ventaja. Él ya ha elaborado una ontología no esencialista, que aplicada *ad casum* permite y exige pensar que el

²³ Tercero de diecisiete hijos, a los catorce años ya trabajaba como ayudante de su padre en la Bolsa de Londres, donde conseguiría una enorme fortuna. También se dedicó a la política, y dicen que gozaba de mucha autoridad en la Cámara de los Comunes.

²⁴ Y aquí vemos la fecundidad de la metáfora de la ciudadanía para pensar la condición de la mercancía: se puede perder la ciudadanía y seguir viviendo, pero no ya como ciudadano; el título de “mercancía”, como la “nacionalidad”, son determinaciones externas al sujeto: en este caso el sujeto es el hombre, en aquél el sujeto es el producto del trabajo.

producto de trabajo es una mercancía si, y sólo si, “vive” como mercancía, si actúa como mercancía, si es socialmente reconocida y tratada como mercancía; en definitiva, si es útil para los otros miembros de la sociedad. Sólo así circulará libremente en Mercado, lugar de aparición de las mercancías. Si no es útil, ya puede encerrar trabajo acumulado, ya pueden sus fieles y amigos, o sus propietarios, nombrarla, enaltecerla, vestirla y embellecerla: no devendrá mercancía. Ya se sabe el adagio popular, “aunque la mona se vista de seda...”, pues eso. Para ganar ese modo de ser, esa esencia, ha de ser demandada, querida, por alguien; para bailar en Mercado necesita una pareja; para vivir necesita travestirse e intercambiarse; casi me atrevería a decir, estrujando la metáfora, que para ser libre, como los ciudadanos, necesitan cambiar de amo de tanto en tanto.

No importa si las necesidades que satisface son del estómago o de la fantasía, nos dice Marx; no importa que sean necesidades naturales, históricas o ficticias; que satisfagan vicios o virtudes; no importa si satisface necesidades inmediatas (simple objeto de consumo “improductivo”) o mediatas (medio de consumo “productivo”, en tanto que materia prima o medio de producción de un proceso productivo)²⁵; lo que es indispensable –condición de posibilidad- para que una cosa sea una mercancía es que satisfaga alguna necesidad de alguien, de cualquier tipo que ésta sea, pues es la condición para ser deseada, perseguida y, por tanto, intercambiada, comprada y vendida. Ésa es su condición de existencia, su modo de ser un elemento de la vida económica²⁶; si no es así, será otra cosa, algo no reconocido en el mundo económico, exterior al mismo. Si no es así, no interesa a M. Prouvost, ni a Mr. Ricardo. Y, sobre todo, no interesa al capo di capi, a nuestro Herr Kapital, y tiene buenas razones para ello, como veremos.

3.3. La metáforas sirven para lo que sirven; y, cuanto más las estiramos, más peligrosas se vuelven. Me refiero al peligro de oscurecer definitivamente el concepto. Por tanto, seamos conscientes al menos del riesgo, para evitarlo en lo posible. Hemos jugado con esa idea de la esencia, tiempo de trabajo, como carga interna que transporta la mercancía. Deberíamos dar un paso más, de la mano de Marx, quien

²⁵ De momento mantenemos la distinción entre consumo improductivo y productivo; más adelante argumentaremos que en sentido estricto no hay consumo “improductivo”.

²⁶ Se nos ocurre preguntar: ¿basta ser deseada? Lamentablemente no: se requieren otras condiciones, como que el deseante tenga medios para cambiarla. Pensad en los “pisos vacíos”.

insiste en que el ser de una cosa, su esencia, en rigor no está “dentro” de la misma; está fuera, es un conjunto de relaciones, de determinaciones, de funciones, que escapan a las propiedades “naturales” de la cosa. En nuestro caso, podemos reformular la idea; al fin, aunque decíamos que la mercancía cargaba con el tiempo de trabajo, y la metáfora nos arrastraba a decir que la llevaba dentro (como las esencias de las ontologías esencialistas), es compatible con el origen exterior: al fin, el tiempo de trabajo es un elemento añadido a las mercancías que sirven de materias primas y medios de trabajo. Pero, sobre todo, porque la exterioridad de ese tiempo ha de ser considerada desde la perspectiva de Marx, corrigiendo a Mr. Ricardo. Efectivamente, Marx sustituye la medida del valor, y pasa de considerar el tiempo real de trabajo, el tiempo empírico, tiempo de Kronos, a considerar el tiempo medio socialmente necesario para su producción, algo abstracto, estadístico, cuyo referente ya es totalmente exterior. De este modo la “esencia” viene como determinación externa; pero nos sigue sirviendo la metáfora, pues al fin ese contenido determinado de tiempo de trabajo lo transporta la mercancía, viaja sobre su lomo. Y no acaba aquí la cosa, como en su momento veremos.

No deja de ser curioso que el propio Marx, siguiendo a Mr. Ricardo and Co., insista en que la utilidad, establecida como cualidad intrínseca o constitutiva de la mercancía, y que se llama “valor de uso”, está ligada a las propiedades físicas del objeto mercancía. Sin duda es así, sin duda su utilidad se deriva de las propiedades “naturales” de su cuerpo; pero sólo es útil si hay alguien que la necesite o desee, sólo es útil *para-alguien*, su ser útil es una relación exterior. Es decir, su cuerpo crea las condiciones de posibilidad de poder llegar a ser útil; mera posibilidad, mera “potencia”, que se pierde si no se actualiza: quien actualiza esa posibilidad, quien hace que algo sea útil, es una relación social.

Detengámonos un momento para ver cómo está apareciendo, sobre la marcha, más o menos explícita, la ontología de Marx, a medida que lo necesita, Ahora, casi sin advertirlo, ha aparecido otra dimensión. Ahora tenemos, abstraído por el análisis, una especie de objeto material, constituido por cualidades naturales; no es un objeto natural, ya es producto del trabajo; pero conserva algo de las propiedades de su materia prima. Si siguiéramos ahondando, todas esas cualidades irían retrocediendo, pues se presentarían ya trabajadas, y remitiendo a una determinación natural más

originaria y profunda, que se pierde en el infinito horizonte del análisis. Pero, poniendo límites prácticos, quedémonos aquí: con ese objeto que aparece como fondo y que, por tanto, llamamos “natural”.

Pues bien, sobre ese objeto del trabajo, como mero sustrato físico, se cargan las dos determinaciones exteriores que lo constituyen en mercancía: la utilidad social y la producción social; y sobre éste, cargamos el “valor”, de tiempo de trabajo. La mercancía, por tanto, es una combinación de elementos que abstraemos convenientemente en el análisis. De ahí que podamos ora considerarlos internos, ora exteriores, en el análisis de la totalidad. Aunque sea una totalidad muy concreta, como la mercancía, encontramos un auténtico juego de elementos de los distintos niveles de abstracción. Y es en este análisis donde se van revelando los mismos y sus relaciones; pero se revelan siempre de modo parcial, con distintos rostros y funciones; la totalidad hay que reconstruirla al final, el concepto es el final. Pues bien, una característica de la ontología de Marx es que el ser de las cosas se certifica a posteriori, ya lo hemos dicho. Si el valor de la mercancía no se realiza, porque nadie la quiere, por no satisface ninguna necesidad social, en rigor habríamos de concluir que no ha sido nunca mercancía. Nos resulta extraño, pues seguimos pensando contagiados por la ontología de la esencia; pero Marx nos viene a decir que, o cambiamos, o no comprendemos ese mundo extraño del capital,

Veamos esto en algunos ejemplos, precisamente en el lugar más insólito, el que parece más constante: el del valor de uso. Es obvio que no sirven para lo mismo el pan y el diamante, pero ambos tienen su valor de uso, ambos son “bienes” y satisfacen necesidades sociales. Ese valor de uso se realiza, se hace efectivo, en el consumo; sin consumo no hay propiamente valor de uso; previo a ese momento sólo es, si queremos hablar así, “potencialmente” –o sea, “imaginariamente”- mercancía; antes de su consumo sólo tiene “pretensión” de valor de uso. Quien tenga una mercancía para la venta y no logre realizarla, venderla, como objeto de consumo, al final ha de reconocer que estaba engañado: no era una mercancía, sólo era mercancía ilusoriamente. La esencia de ésta, su utilidad social, cabalga sobre su realizabilidad; su condición de *objeto de y para el consumo* sólo se verifica en su realización como tal, al ser consumido.

Aunque cueste esfuerzo pensarlo, una mercancía no consumida sólo es mercancía

imaginariamente. Ese valor de uso es el “contenido material de la riqueza”, dice Marx. Pues bien, aquí hay una aparente *paradoja* que debemos resaltar: por un lado decimos que el hecho de que un objeto sea mercancía, tenga valor de uso, depende de su exterioridad, de las condiciones sociales (que sea deseada, que no haya otro objeto más útil, que el aspirante a conseguirla tenga recursos...); en cambio, tendemos a pensar que el valor de uso de esa mercancía, sea cual fuere, no tiene nada que ver con la exterioridad, sino que depende exclusivamente de sus propiedades naturales (el pan no sirve como diamante, ni a la inversa, por mucha imaginación y buena dentadura que se ponga en juego). De ahí la necesidad, ya indicada, de considerar “natural” como un límite de la vida economista; en la ontología del capitalismo no caben sujetos naturales; sólo ciudadanos con distintos derechos-privilegios, pero ciudadanos, es decir, seres certificados por la ciudad.

Otra aparente *paradoja* surge al considerar que la condición para devenir mercancía no es ser útil para el propietario, sino sólo ser útil para el comprador. Si el productor del aceite se bebe el aceite, ese aceite producto de su trabajo no llegó a ser mercancía; se perdió a sí mismo en el camino, como el “caimán” de la canción, que nunca llegó a cocodrilo. Para que el aceite llegue a ser mercancía, ha de dejar de ser útil al productor, devenir “excedente”, prescindible, algo a cambiar; y sólo así, y si encuentra un comprador para el cual sí le es útil, el aceite excedente aparece en escena travestido en mercancía. La mercancía, pues, no tiene *valor de uso* para el vendedor de la misma; para ser más preciso, y estirando el lenguaje, el “valor de uso” que tiene para él presenta otra forma, la de *valor de cambio*: sólo le vale, sólo le sirve, porque puede cambiarla, porque tiene para otro un valor de uso, de consumo inmediato o mediato. Así, valor de uso y valor de cambio borran sus diferencias, ahora aparecen en sí identificados; sólo se escinden y oponen al desdoblarse la mirada.

En definitiva, el poseedor de un producto de trabajo, que no puede o quiere consumir él mismo, si logra llevarlo al mercado y venderlo a otro para su consumo, ha cumplido su doble objetivo; uno inconsciente, convertirlo efectivamente en mercancía, y otro consciente, realizarla como mercancía, intercambiarlo. Aunque para el poseedor, en tanto que excedente, no tiene valor de uso, lo tiene para el comprador. Ese valor de uso “para los otros” es el que posibilita que una mercancía cambie de poseedor, la hace ser deseada por otro; en rigor, hace que un simple producto del

trabajo sea mercancía. Desde el poseedor de la mercancía, ésta no tiene propiamente valor de uso para él; pero sigue teniendo cierto valor en cuanto es útil para otro. La utilidad social, pues, es una cualidad esencial de la mercancía, una condición necesaria de su aparecer como tal.

Permitidme una reflexión ontológica última, para enfatizar algunos aspectos ya mencionados. Hay un rasgo de la ontología marxiana que no siempre se tiene en presente, o que no se valora suficiente; a veces incluso se lo ignora o disfraza debido a una mala interpretación de su materialismo, que lleva a muchos marxistas a reivindicar el realismo de Marx frente a Hegel, o el empirismo de Marx frente a la metafísica. Se ignora así que la ontología de Marx, en línea con las más prestigiosas filosofías modernas, distingue los dominios del fenómeno y de la esencia. Pero los distingue en un marco conceptual peculiar, genuinamente marxiano. El fenómeno es el campo de aparición del ser; nada es si no aparece allí; la esencia siempre se oculta tras el fenómeno, pero a su través se deja ver. Ciertamente, no es fácil hacer transparente esta relación, pues la inercia de las tradiciones filosóficas pesa lo suyo; pero hemos de intentarlo.

Marx teje un vínculo muy particular entre esencia y fenómeno, que al menos se concreta en dos rasgos. Por un lado, la esencia no es algo eterno que mantiene la identidad del ser de la cosa a través de su historia y de sus manifestaciones fenoménicas, algo que se dejara ver a trozos, sin entregarse en su totalidad al sujeto cognoscente; en tal caso, así concebida, en tanto se piensa como eterna e idéntica, deja abierta la esperanza al avance del espíritu, que con los trozos irá reconstruyendo esa unidad en un proceso de infinito acercamiento. Éste no es el concepto marxiano de la esencia. Marx mantiene un concepto de esencia como aquello que identifica el ser de la cosa, lo que expresa el ser en cada momento; pero el ser de algo es para Marx un efecto global de una multiplicidad de determinaciones estructurales de la totalidad en que existe ese algo; en consecuencia, *la esencia es relativa a una totalidad donde existe y a una historia donde despliega su existencia.*

Por otro lado, el segundo rasgo es que no hay nada realmente en la esencia sino en tanto que se manifiesta fenoménicamente. No estoy diciendo que es sólo lo que se manifiesta, como en el fenomenismo grosero; por el contrario, digo que nada pertenece a la esencia de una cosa si de una forma u otra no se manifiesta. Un

ejemplo rápido, pues habremos de volver sobre el tema en su momento, nos ayudará a precisar esta idea: un propietario que lleva mercancías al mercado y no las vende ni un día ni otro, y acaban por destruirse, tal vez siga pensando que él llevó mercancías, y que produjo mercancías con su trabajo. Pues bien, seguramente entendemos lo que dice, y no le llevaremos la contraria. Pero, en la ontología marxiana del capitalismo – que no nos habla de cosas absolutas o de ideales, sino de cómo funcionan y son las cosas en el mundo del capital- un producto del trabajo no es mercancía si no se vende, si nadie la desea; el *ser mercancía* es imaginario antes de esa venta, como imaginario es el ser médico de un estudiante de medicina, o el ser sacerdote de un seminarista; sólo después, con el título o la consagración en el bolsillo, certificamos que era una mercancía, y no un trabajo estéril de su productor.

En fin, en este juego de máscaras de Mercado ocurren éstas y otras muchas cosas más. Veremos aparecer las que aquí hemos relatado con más detalles en la lectura que a continuación iniciamos; y comprobaremos, en las nuevas, que esa ciudad del capital es realmente rica y abierta: *rica* en todo, especialmente en diversidad y movilidad entre sus ciudadanos; también en disfraces y sorpresas; y *abierta* a todo tipo de danzas, intercambios y trans-substanciaciones. Al considerarlo tened presentes que en Mercado los hombres son “habitantes” pero no “ciudadanos”.

J. M. Bermudo (2014)