

Cuerpo, trabajo, fetichismo: estética y religión de la vida cotidiana en Marx

Body, labor, fetishism: aesthetic and religion of everyday life in Marx

Daniela Cápona **González**

Daniela Cápona es licenciada en Filosofía por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Magister en Filosofía por la Universidad de Chile, Estudiante de Doctorado en Filosofía mención Estética y Teoría del Arte de la Universidad de Chile, Investigación financiada por el proyecto de investigación CONICYT-PFCHA/Doctorado Nacional/ 2018 – Folio 21181516. Viña del mar, Chile.
dcapona@gmail.com.

© <https://orcid.org/0000-0002-0972-0245>

Recebido em: 27/11/2018

Aceito para publicação em: 29/11/2018

Resumen

La noción de sensibilidad es clave en la obra del llamado joven Marx, la cual es desplazada en su obra posterior, sin embargo, ésta sigue siendo una preocupación del filósofo alemán, pero desde otro ángulo, desde la pregunta por aquello que permite que las relaciones sociales de producción sean como son bajo el modo de producción capitalista, es decir, fetichizadas y mistificadas. De este modo, se plantea una articulación entre cuerpo, trabajo abstracto y fetichismo que permitirían plantear un análisis estético de Marx como teoría de la fracción de lo sensible, cuya máxima expresión se encontraría en la fórmula de la religión de la vida cotidiana.

Palabras Clave: Cuerpo. Fetichismo. Religión. Apariencia. Objetividad

Abstract

Sensibility is a keyword in the work of the so called Young Marx, which is displaced in his posterior work. nonetheless, this notion it still a concern to the German philosopher, but since another point of view, the question is which is the cause that allows that the social relations of production be like they are under the capitalistic mode of production, this is to say, under fetishism and mistification. Of this way, it is suggested that exist an articulation between body, abstract labor and fetishism, that will lead to contemplate an aesthetic analysis of Marx as a theory of the fraction of the sensibility, whose maxime expresion it is found in the formule of religion of everyday life.

Keywords: *Body. Fetishism. Religion. Appearance. Objectivity*

“La sensibilidad (véase Feuerbach) debe ser la base de toda ciencia. Sólo cuando parte de ella en la doble forma de conciencia sensible y de necesidad sensible, es decir, sólo cuando parte de la naturaleza, es la ciencia verdadera ciencia” (MARX, 2010, p.149).

“La falla fundamental de todo el materialismo precedente (...) reside en que sólo capta la cosa (Gegenstand), la realidad, lo sensible, bajo la forma del objeto (Objekt) o de la contemplación (Anschauung), no como actividad humana sensorial, como práctica; no de un modo subjetivo. (...) Feuerbach aspira a objetos sensibles, realmente distintos de los objetos conceptuales, pero no concibe la actividad humana misma como una actividad objetiva (gegenständliche)” (MARX, 1970, p.665).

El concepto de producción es central para Marx, no sólo para la crítica de la economía política capitalista y lo que ésta implica, sino también para formular su visión antropológica, que como Carlos Casanova menciona, “es indivisible de una determinada concepción estética del hombre (...) el hombre es, según Marx, ese ser que sólo existe en el modo de la praxis de sus sentidos, extrañado o apropiado, y confiado a lo posible en esas praxis de sí” (CASANOVA, 2016, p.7-8). Esta consideración estética, por lo tanto, no se refiere a la producción de obras de arte ni a la teoría estética que la acompaña, sino que se retrotrae al sentido originario de la aísthesis como sensibilidad. En este sentido, las fuerzas esenciales o fuerzas propias de las que habla el Joven Marx, son las fuerzas con las cuales el hombre se produce sensiblemente a sí mismo y al mundo objetivo en un proceso de co-creación respecto de la naturaleza, se trata de la actividad productiva del cuerpo como metabolismo con la naturaleza, la transformación de ésta en naturaleza inorgánica. Marx va a concebir el trabajo como la forma en que la actividad encuentra su concreción, sin embargo, realizará distintas distinciones para formular aquello que Hegel en su Fenomenología no atisbó, y es que si bien el trabajo se erige como una práctica positiva que permite el ascenso de la conciencia a la autoconciencia, Hegel no identifica una deriva negativa de esta actividad productiva: la alienación que acontece en

determinada forma del trabajo, propia del capitalismo, el trabajo abstracto. Y con ello, la inserción del cuerpo del trabajador en la circulación del capital en su consideración de capital variable, la reproducción de la fuerza de trabajo devenida mercancía, y con ello, la cosificación de las relaciones sociales de producción, en donde los cuerpos se ven sometidos a la extracción de la praxis/poiesis, de su actividad vital que permite su reproducción y la producción del mundo objetivo como valor uso, fragmentando y haciendo abstractas las cualidades sensibles de su actividad, esto es, erigiendo el trabajo abstracto y los lugares de su producción como un “dispositivo de desposesión de energías”, y al capitalismo como un “aparato confiscador de cuerpos/emociones” (SCRIBANO, 2016, p.34). Esto implica que, para Marx, hay una vinculación entre el cuerpo (que se produce a sí mismo en la actividad productiva), el trabajo (en su deriva negativa, abstracta) y el fetichismo, que, si bien es propio de la mercancía, introduce al trabajador como un elemento formante más de la teoría del valor. En esta unión conceptual lo que se puede deducir es una visión estética del hombre como producción de sí alienada, que consolida una determinada forma de religión de la vida cotidiana en virtud de los distintos procesos de fetichismo que Marx analiza en *El Capital*, proceso que tiene siempre una imbricación religiosa. En virtud de esto, el orden argumentativo se ceñirá a: 1. Analizar el problema del cuerpo y la sensibilidad a la luz del concepto de producción, 2. Examinar la noción de trabajo abstracto y la teoría del valor, padeciendo, por ende, el mismo fetichismo que Marx aduce a las mercancías, pero que, ahora, en tanto que el hombre “vende” o “arrienda” su capacidad de trabajar, puede considerarse como una forma particular de mercancía. 3. Articular la fórmula trinitaria en relación a los procesos de fetichismo y mistificación, para culminar con 4. Analizar el concepto de religión de vida cotidiana y cómo ésta nos permite construir una consideración estética como régimen de lo sensible, es decir, en cómo el capitalismo introduce formas y prácticas estandarizadas para reproducir una teoría de la potencia invertida o dislocada de lo social, para perpetuar y expandir cada vez más los horizontes de la producción y acumulación de capital.

I. Cuerpo y sensibilidad en Marx como horizonte estético de la producción

Es sabido que el concepto de producción es central en la obra de Marx, no sólo porque desde él puede elaborar su análisis crítico de la economía-política, sino porque además, permite pensar una nueva antropología que opera como condición de necesidad

del primer análisis señalado (CASANOVA, 2017, p.60), el cual se delinearé, principalmente, en sus escritos tempranos como los Manuscritos de economía y filosofía, las Tesis sobre Feuerbach, La ideología alemana y La cuestión judía, entre otros textos. Aquí el concepto de producción es el punto nodal que articula una determinada consideración estética –tal como afirma Carlos Casanova– como praxis de los sentidos, que se expresa en la producción de sí y del mundo objetivo, a lo cual se podría sumar, la misma producción espacial. Etienne Balibar va a aseverar que Marx va a suprimir la antañona distinción radical entre praxis y poiesis,

Desde la filosofía griega (que hacía de ella el privilegio de los ‘ciudadanos’, es decir, de los amos), la praxis es la acción ‘libre’, en la cual el hombre no realiza ni transforma otra cosa que a sí mismo, al procurar alcanzar su propia perfección. En cuanto a la poiesis (del verbo poiein: hacer, fabricar), que los griegos consideraban como fundamentalmente servil, es la acción ‘necesaria’, sometida a todas las coacciones de la relación con la naturaleza, con las condiciones materiales. La perfección que busca no es la del hombre, sino la de las cosas, los productos de uso (BALIBAR, 2000, p.47).

Esta distinción es de vital importancia para comprender cómo Marx puede articular sensibilidad y mundo material objetivado, no como naturaleza, como aquello dado y estático, sino en su transformación como naturaleza inorgánica (MARX, 2010, p.111), prolongación externa y objetivada de la misma corporeidad del hombre, en una unión indisoluble, de allí que afirme “que la vida física y espiritual del hombre está ligada con la naturaleza no tiene otro sentido que el de que la naturaleza está ligada consigo misma, pues el hombre es una parte de la naturaleza” (MARX, 2010, p.111–112). Pero esto no implica que la naturaleza se someta pasivamente a la acción del hombre, en una relación unidireccional y meramente instrumental, sino que hombre y naturaleza se co-crean en un acto de interdependencia. La naturaleza no es exclusivamente una categoría social, como afirmara Lukács, pues no se puede erradicar su carácter objetivo de exterioridad, pues ésta también ajusta la acción transformadora del hombre (SCHMIDT, 1977, pp.77–78). De allí que, tal como ejemplifica Marx, el ojo ha debido pasar por numerosos procesos histórico-sociales para devenir ojo humano, y lo mismo ocurre con los demás sentidos, éstos han de transformarse durante siglos mediante actos de producción de los hombres, para llegar a ser humanos, tal y como los conocemos ahora. En una fórmula más sintética: “la

formación de los cinco sentidos es un trabajo de toda la historia universal hasta nuestros días” (MARX, 2010, p.146), esto quiere decir que “la vida biológica de la especie sólo resulta posible a raíz del proceso social vital” (SCHMIDT, 1977, p.88), el cual es el trabajo concreto como trabajo social libre para la reproducción material de los hombres, praxis como producción de sí mismo y poeisis como creación de los mismos objetos sensibles, pues, como explica Marx, “el ojo se ha hecho un ojo humano, así como su objeto se ha hecho un objeto social, humano, creado por el hombre para el hombre” (MARX, 2019, p.144).

Ahora, bien, para Marx, toda producción es siempre social, puesto que el hombre pone su género como objeto de su conciencia, y no su individualidad, reformulando aquí la teoría del ser genérico de Feuerbach, pero desde la praxis y no la contemplación. El hombre, entonces, “se relaciona consigo mismo como el género actual, viviente, porque se relaciona consigo mismo como un ser universal y por eso libre” (MARX, 2010, p. 111), es decir, todo acto productivo, aquel vital y el otro objetual, revela no sólo un conocimiento de la exterioridad que transforma, sino también un conocimiento de sí mismo como ser social, y aún más, como un ser social entre objetos. Es por ello que “la vida productiva es, sin embargo, la vida genérica. Es la vida que crea vida. En la forma de la actividad vital reside el carácter dado de una especie, su carácter genérico, y la actividad libre, consciente, es el carácter genérico del hombre” (MARX, 2010, p.112). En esta medida, la vida genérica exige la objetivación como proceso de exteriorización de las fuerzas vitales (como potencia y acción) de los sentidos, y por ello, como producción, pues el hombre es siempre un ser objetivo que depende de los objetos y crea objetos mediante los cuales modifica la naturaleza y se modifica a sí mismo, porque la alteridad, el afuera objetivo, es constitutivo de la propia sensibilidad en cuanto ambos están en una relación de co-dependencia. De allí que, para Marx, “el que el hombre sea un ser corpóreo, con fuerzas naturales, vivo, real, sensible, objetivo, significa que tiene como objeto de su ser, de su exteriorización vital, objetos reales, sensibles, o que sólo en objetos reales, sensibles, puede exteriorizar su vida” (MARX, 2010, p.192). De este modo, el cuerpo y sus órganos revelan, ser, por lo tanto, “productos históricos y formas metamórficas de la práctica social, como las formas de exteriorización a través de las que el hombre viene sensiblemente a la presencia” (CASANOVA, 2016, p.7-8). En esta medida, la concepción del ser genérico marxiana debe realizarse empíricamente en la sociedad, en una producción social que exprese

precisamente su carácter social como un ser-con, rechazando, por lo tanto, toda concepción sustancialista de los hombres, pues estos no son sólo en sí mismos, no son cosas allende la objetividad de la naturaleza y los otros, sino que, para hablar en términos spinozistas, son modalidades de ser que se realizan en la medida en que componen relaciones productivas, siendo éstas lo real de cada modo de ser. Es por ello que, posteriormente en los Grundrisse, en sus primeras páginas y, en cierta medida, como condición para la producción, Marx afirma que

El hombre es, en el sentido más literal, un zoon politikón no solamente un animal social, sino un animal que sólo puede individualizarse en la sociedad. La producción por parte de un individuo aislado, fuera de la sociedad (...) no es menos absurda que la idea de un desarrollo del lenguaje sin individuos que vivan juntos y hablen entre sí (MARX, 2009c, p. 4).

En este punto, es necesario distinguir conceptualmente actividad sensible (*sinnliche Tätigkeit*), producción y praxis, y posteriormente, el concepto de trabajo, pues todos estos apelan una suerte de actividad creativa, que no son sinónimas entre sí. Carlos Casanova expone de manera sucinta y sintética esta diferencia que, sin embargo, mantiene lazos de co-implicación entre sus términos, se trata de que:

La sensibilidad, separada de la praxis, queda subordinada al dominio de la productividad. A contrapelo de este dominio, Marx piensa la actividad misma como “sensible”. Por una parte, la sensibilidad es inseparable de la producción; no hay “vida sensible” que no sea la inmanencia de la producción de los medios sensibles. Por otra parte, la producción es, en su facticidad histórico-natural, inescindible de la sensibilidad: la actividad productiva sin sensibilidad, sin materia, sin cuerpo, incondicionada, esto es, sin la paciencia del otro, no es capaz de producir creativamente nada (CASANOVA, 2017, p. 83-84).

Esto pone en evidencia que sensibilidad, producción y praxis son conceptos interdependientes, no tienen sentido sin hacer referencia uno al otro, y cada uno hace referencia a una actividad que se despliega desde la sensibilidad como condición de posibilidad. De este modo, la noción de trabajo se vincula a su vez a esta tríada, pero de modo singular dependiendo de cómo éste sea concebido. Por ejemplo, cuando Marx hace referencia a que los sentidos son producto del trabajo de los hombres –mencionado anteriormente–, esta consideración del trabajo responde a un trabajo libre, realizado como

despliegue de la actividad productiva de la propia sensibilidad. El trabajo surge como necesidad de reproducir materialmente la existencia de los hombres, como actividad que representa una urgencia para el hombre mismo, en este sentido, el trabajo es un dispositivo natural, en tanto concreto y libre, como creación de valores de uso, pero su forma se encuentra sujeta a las condiciones histórico-sociales. Es por ello que el trabajo se ve luego sujeto a formas de organización, a determinaciones horarias y regimentaciones, derivando en un dispositivo que, en vez de potenciar la actividad sensible de los hombres como despliegue de fuerzas esenciales, la disloca y extrae, cosificando de este modo las relaciones sociales de producción. En esta medida, el trabajo no siempre es producción del mundo objetivo, pues el modo de producción capitalista introduce una nueva forma de trabajo, el trabajo abstracto, en cuyo seno está la base de la alienación. En esta medida, Adolfo Sánchez Vázquez acierta al aseverar que “la objetivación le ha servido al hombre para ascender de lo natural a lo humano; la enajenación hace que el hombre recorra esa misma dirección en sentido inverso, y en esto consiste precisamente la degradación de lo humano” (SÁNCHEZ VÁZQUEZ, 2005, p.28). La enajenación se comprende, por lo tanto, como el quiebre en el metabolismo entre el hombre y la naturaleza, y por ende, de su actividad social creativa, pues, “el hombre no se reconoce en los productos de su trabajo, en su actividad ni en sí mismo” (SÁNCHEZ VÁZQUEZ, 2005, p.28).

En esta modificación de la praxis de los hombres, devenida trabajo, en un modo de exteriorización de la actividad sensible que se realiza en valores de uso, y por ende, trabajo concreto, cualitativamente distinto destinado a la reproducción de la vida material, el trabajo constituye uno de los modos de producción del mundo objetivo y de realización del hombre. Precisamente aquí radica la crítica que Marx realiza a Hegel, en cuanto ve en el trabajo sólo objetivación, pero no su deriva negativa, la enajenación, alienación, cosificación (Cfr. SÁNCHEZ VÁZQUEZ, 2005, pp.24-28). Esta deriva sucede por el trabajo abstracto, pues en éste no sólo se elimina su carácter cualitativamente diferencial, sino que además se posiciona como modo de expropiación y fragmentación, que, impulsado por el mismo fetichismo que se adhiere a este modo de producción, introduce un cambio en los regímenes de lo sensible, pues:

la expropiación involucra un hacer cuerpo las sistemáticas negaciones de vida que se transforman en la base de un sistema orientado a la muerte. La expropiación de energías es la primera manifestación de un hacer-al-hombre a imagen y semejanza del capital, entendiendo como trabajo acumulado: como actividad sensible de la cual se le enajena al hombre todo aquello que supere la mínima reproducción vital. La expropiación de energías es la base de una regulación sistemática de las sensaciones: la vida es pura disciplina fabril hecha carne (SCRIBANO, 2016, p. 11).

En estos escritos tempranos, específicamente en los Manuscritos de 1844, el concepto de alienación tiene un lugar central y constituye lo que podría decirse, es el núcleo filosófico de lo que se llama el joven Marx, que posteriormente será relevado y desplazado por lo que en El Capital será denominado como fetichismo (FERNÁNDEZ, 2014, p.27). Sin embargo, esto no significa que estos conceptos sean homólogos, pues evidencian procesos distintos, pero que convergen en una visión crítica del capitalismo como modo de producción, en cuanto ambos vinculan la noción de trabajo con el de cosificación (RIEZNIK, 2013, p.112), aunque de modos distintos, habiendo por la tanto en este punto, vasos comunicantes que trazan una línea –un tanto discontinua– entre ambas obras.

II. Fetichismo, forma valor y cuerpo.

El desarrollo del concepto de fetichismo en Marx aparece formulado de manera específica en el apartado del “Fetichismo de la mercancía y su secreto”, en el primer volumen de El capital, pero no es su única expresión, para Marx también hay un fetichismo del dinero y del capital, procesos que se articulan y expresan la totalidad del modo de producción capitalista. Si bien, muchas lecturas, como las del marxismo ortodoxo, relegaron la importancia de este proceso, hay una línea desde el mismo marxismo occidental con Lukács, Benjamin y Adorno, entre otros, que revitalizan el rol del fetichismo en el marco de la crítica de la economía política. Desde ya varios años, existen numerosos estudios que revelan, no sólo una nueva forma de aproximación a la obra de Marx, sino también el rol cardinal que éste cumple, como los análisis de Jappe, Kurz, Heinrich, Ramas, entre muchos –aunque con diferencias radicales en lo que refiere al modo en que es abordado y analizado. Heinrich afirmará que “fetichismo y mistificación son inversiones que no surgen a causa de una manipulación de los que tienen el poder, sino que proceden

de la estructura de la sociedad burguesa y de las acciones que reproducen permanentemente esta estructura” (HEINRICH, 2008, p.184). Con una tesis aún más radical, Clara Ramas dirá que “el fetichismo no se limita a la mercancía, sino que recubre todas las formas económicas del modo de producción capitalista”, esta posee, por lo tanto, una “dimensión sistémica y fundamental (...) como estructuradora del resto de categorías económicas” (RAMAS, 2018, p.83). A partir de esta idea, del carácter estructural de la fetichización –tanto de la mercancía, del dinero, como del capital– en el modo de producción capitalista, es que se puede dilucidar que los cuerpos mismos de los trabajadores se insertan en la cadena productiva del valor, pues precisamente el fetiche lo que permite es la cosificación. Más allá de un análisis de la alienación, cosificación o enajenación, lo que se pretende en este acápite es evidenciar el cambio en los regímenes de lo sensible que se ocasionan en virtud de estos procesos.

Michael Heinrich nos retrotrae a un diccionario de 1840 para verificar el verdadero sentido en que Marx utiliza este término, el cual afirma:

Fetichismo es la veneración divina de objetos (generalmente inanimados), fuerzas o fenómenos de la naturaleza. En el fetichismo, que es el nivel más bajo de los conceptos religiosos, el objeto del culto es el objeto sensible mismo (no su causa oculta), en tanto que exterioriza su fuerza para perjuicio o provecho de los hombres. Lo característicos de esta forma de religión es la elección arbitraria y el rechazo o alteración discrecional (HEINRICH, 2011, p. 167).

Desde este prisma el fetichismo de la mercancía debe comprenderse como un culto relativamente irracional a cosas sensibles, como una forma primitiva de religión en donde la mercancía es el nuevo objeto ritualizado. Esta noción de fetichismo tiene origen en la etnología y en el colonialismo del siglo XV, derivado probablemente del portugués *feitico*, que corresponde a magia, hechizo (RAMAS, 2018, p.52), precisamente porque en la magia lo que ocurre es un ocultamiento de las relaciones causales que permiten la realización del efecto. Usualmente hace referencia a una crítica de religiones cuyas sociedades son consideradas primitivas.

El fetichismo de la mercancía aparece justamente para dar cuenta que la realidad efectiva de la sociedad capitalista es estructuralmente fantasmática, pues, a pesar del racionalismo que impera ya en la Ilustración del siglo XVIII y el supuesto empirismo de la

economía política, su estructura social sigue erigiéndose a partir de la adoración de cosas sensibles, pero con cualidades particulares (HEINRICH, 2008, p.184). Estas cosas son las mercancías, productos del trabajo humano, que entran en comunicación entre ellas mediante el intercambio y por ende, alteran los procesos de socialización. Por ello, el producto no es una mera cosa, sino que, por el modo de producción capitalista, cuando éste “no bien entra en escena como mercancía, se trasmuta en cosa sensorialmente suprasensible” (MARX, 2013a, p.87), se trata de “un objeto endemoniado, rico en sutilezas metafísicas y reticencias teológicas” (MARX, 2013a, p.87). Marx, por ende, al introducir este apartado, realiza una crítica a la supuesta racionalidad imperante que, con un halo de superioridad, creían haber superado el estado primitivo de adoración a objetos inanimados en virtud de la civilización gloriosamente alcanzada, sin saber que ellos mismo se encuentran sometidos a un fetiche singular, el de la mercancía. De este modo, Marx escribirá que

Lo misterioso de la forma mercantil consiste sencillamente, pues, en que la misma refleja ante los hombres el carácter social de su propio trabajo como caracteres objetivos inherentes a los productos del trabajo, como propiedades sociales propias de dichas cosas, y, por ende, en que también refleja la relación social que media entre los productores y el trabajo global, como una relación social entre los objetos, existente al margen de los productores (MARX, 2013a, p.88)

Lo que ocurre, por lo tanto, es un proceso de inversión, con palabras del mismo Marx, un *quid pro quo*. El carácter social del trabajo se ve ahora como carácter de la mercancía, las relaciones sociales entre productores ahora son relaciones sociales entre mercancías en el intercambio, evidenciando a su vez su propio proceso de autonomización, intentando no dejar huella de que su origen está precisamente en las fuerzas productivas que las crearon. En resumidas cuentas, se trata de una personificación de las cosas –las mercancías–, simultánea a una cosificación de las personas –los trabajadores productores de mercancías.

De este modo, el fetichismo de la mercancía al velar los procesos de su propia producción, vela precisamente el trabajo que crea a las mercancías, e introduce una nueva forma de socialización entre mercancías. Sin embargo, el mismo trabajador vende su capacidad de trabajar al capitalista, su fuerza de trabajar misma deviene mercancía, sin embargo, “su absoluta peculiaridad, sin embargo, radica en el hecho de que este doble

carácter está totalmente arraigado en la vida, en el cuerpo de la persona y en el tejido social de la que forma parte” (MEZZADRA, 2014, p.84). Ahora bien, para explicar esto es necesario explicar cómo emerge el carácter social en las mercancías, que es precisamente el trabajo que impone el modo de producción capitalista, el trabajo abstracto, que es precisamente la forma de trabajo que se constituye como “sustancia generadora de valor” o como “sustancia valor”. El trabajo abstracto opera como condición de posibilidad del valor y del intercambio, y por ende, del régimen de socialización entre mercancías. Este tipo de trabajo lo que hace es precisamente abstracción de su carácter concreto, es decir de su cualidad concreta y diferencial, de este modo, todo trabajo humano se manifiesta cualitativamente igual a pesar de ser radicalmente diferentes. El trabajo abstracto realiza la operación de diluir las diferencias concretas que caracterizan cada tipo de trabajo, para realizar una igualdad: las mercancías son cualitativamente iguales en virtud del valor que adquieren, sin embargo, esta igualdad, uno de los emblemas de la Revolución Francesa, opera como homogeneización para restituir una nueva forma de desigualdad, pero ya no referida a la propia mercancía: se trata de “la desigualdad de la posesión” (HEINRICH, 2008, p.183). Pero también, y en virtud del mismo proceso, una desigualdad en los regímenes de lo sensible que ven abstraídas sus raíces concretas, su actividad vital no sólo se ve alienada como potencia social, sino también en su misma raigambre sensible, pues los objetos de su producción ya no le pertenecen, de allí que “en la desposesión energética de las fuerzas creadoras que anida en el desgaste de los músculos y en el cerebro, el capitalismo crea y hace pro-crear un conjunto de clases de hombres cuya desigualdad/diferencia se sostiene en sus capacidades/incapacidades cognitivo/afectivas” (SCRIBANO, 2016, p.47), esto implica que, la sensibilidad ya no opera en el hombre para-sí y para-nosotros, en el sentido social, sino para-otro, el capital. El proceso de abstracción que somete a las fuerzas productivas, introduce a su vez, una coacción cognitivo-afectiva, que también opera como factor determinante para comprender cómo el capitalismo opera desposeyendo no sólo a los cuerpos y su sensibilidad concreta, creativa como valor de uso, sino también desposesión cognitiva que permite perpetuar estructuras sociales en virtud de la quietud de un hábito de la vida cotidiana (“por la costumbre social”, en términos de El Capital, MARX, 2013a, p.86). Ahora bien, la importancia de esto radica en que, si las mercancías son cualitativamente iguales como valores, pueden ser intercambiadas, y es allí donde “se realiza la abstracción que está a la base del trabajo

abstracto” (HEINRICH, 2008, p.67). De allí que, el valor no sea una propiedad propia de las mercancías, algo de suyo, no se trata de horas de trabajo coagulado, en una concepción sustancialista que Michael Heinrich critica, por el contrario, tal como él mismo afirma: “el valor es algo puramente social, expresa la validez igual de dos trabajos completamente diferentes. Por consiguiente, expresa una determinada relación social” (HEINRICH, 2008, p.75). La mercancía instaaura, por lo tanto, su propia comunidad, su propio ordenamiento, ya que un producto puede determinarse como mercancía y hacer aparecer su valor sólo en virtud del intercambio, es decir, en su ser-con-otras-mercancías. En esta medida, la socialización acontece de forma exterior, al mismo tiempo que ésta se enmarca entre cosas, y ya no entre personas, y también entre personas que operan como cosas, pues el hombre se ve determinado por el trabajo abstracto. Esta determinación abstracta del trabajo, cabe aclarar, “no se trata de tal ‘abstracción mental’, sino de una ‘abstracción real’, es decir, de una abstracción que se realiza en el comportamiento efectivo de las personas, independientemente de que lo sepan o no” (HEINRICH, 2008, p.66). Precisamente en tanto que la abstracción se realiza en las personas, en su comportamiento, en su propio cuerpo, el fetichismo realiza también una modificación en la vida sensible del cuerpo y en su capacidad de producir, allende la producción de mercancías, es decir la producción como praxis. Si, además, recogemos aquello que Marx ya nos había dicho en *La ideología alemana*, es decir, que lo que los hombres son “coincide, por consiguiente, con su producción, tanto con lo que producen como con el modo cómo producen. Lo que los individuos son depende, por tanto, de las condiciones materiales de su producción” (MARX, ENGELS, 1970, p.19–20), el sistema capitalista de producción no puede pensarse sólo como una crítica a la economía-política en un sentido estrecho, dígase, sólo a nivel de los resultados, de números y cifras, estadísticas de crecimiento y acumulación, tasa de interés y ganancia, sino como una realidad efectiva que abarca todos los ámbitos de la producción y reproducción, incluyendo aquí los cuerpos y la vida cotidiana, y por lo tanto cómo estos mismos construyen sociedad.

Si las mercancías son cualitativamente iguales como valores en el proceso de intercambio -y, por ende, entran en comunicación-, es porque el trabajo que las ha producido, también se ha realizado como una abstracción real mediante la extracción de sus diferentes cualidades, de sus rasgos concretos. Este modo de fuerza productiva, que supuestamente debiese encontrar su realización en el proceso de trabajo como praxis, no

sólo ha sido cosificado, alienado de su potencia social en virtud de aquella que ahora moviliza el valor, sino que además ella misma ha transfigurado su naturaleza a una a servicio del capital y su reproducción. Si los hombres y su capacidad de trabajar o fuerza de trabajo son considerados en el capitalismo bajo la determinación de capital variable, no hay razón para no pensar, como afirma Harvey, que “el capital circula, como si dijéramos, a través del cuerpo de trabajador como capital variable y por tanto lo convierte en un mero apéndice de la circulación del propio capital” (HARVEY, 1990, p.180). Es decir, el cuerpo del trabajador, y no su mera conciencia, sus procesos de subjetivación –la idea del fetichismo como falsa conciencia–, son los que se encuentran sometidos a la economía–política. Lo que nos había dicho Balibar respecto a la fusión entre poiesis y praxis en el concepto de producción establecido por Marx, que fundamenta su visión antropológica, en el modo de producción capitalista encuentra su quiebre, una dislocación, pues ahora la producción de los hombres se remite exclusivamente a la poiesis, a la producción de mercancías, pero no porque la praxis haya desaparecido, sino porque ésta misma ha devenido reflejo de la producción poiética, es decir una producción de sí como mercancía, ocurriendo lo mismo que con la sensibilidad expropiada, es decir, que la producción ya no se realiza para–sí y para–nosotros, sino para–otro, el capital, siendo él mismo un apéndice de éste. Este aparecer del trabajador como mercancía, implica, por lo tanto, una reducción ontológica de lo real al estatuto de la apariencia, pero no como creencia o como velo que obscurece lo real, sino como modalidad del aparecer, del manifestarse o dejarse ver en el mundo, que implica a su vez, una determinada forma de actuar y producir–se en el mundo. Por ello, siguiendo a Carlos Casanova,

mercancía es la categoría de una metamorfosis fetichista de la relación de exteriorización, es decir, de la actividad práctico–productiva a través de la cual los hombres se constituyen en sociedad (...) La mercancía es, en cuanto cosa–valor, la categoría del capital como forma alienada de la nervadura social de los hombres: la forma fantasmagórica de su ser–manos–a–la–obra (CASANOVA, 2016, p. 93).

En este punto, si bien, el trabajo abstracto sería lo que permite la igualación de las mercancías como valor, y, por ende, posibilita el intercambio, la crítica a la modulación de su cuerpo en este modo de producción es algo que el propio Marx evidenció con ahínco. Analogías tales como carnicería humana (MARX, 2013a, p.293), y el trabajo como experimentos in corpore vili (MARX, 2009a, p.557), es decir en cuerpos viles, sin valor y

desperdiciables: el cuerpo se presenta como lugar de extracción, de desposesión de la corporalidad y sensibilidad. En *El Capital* aparece ya lo que había diagnosticado en 1844: “al emplear la más mezquina existencia como medida (...) hace del obrero un ser sin sentidos y sin necesidades, del mismo modo que hace de su actividad una pura abstracción de toda actividad” (MARX, 2010, p.155). En el caso específico de la manufactura, en donde acontece la división del trabajo, Marx va a encontrar el primer escaño de la fragmentación sensible:

No sólo se distribuyen los diversos trabajos parciales entre distintos individuos, sino que el individuo mismo es dividido, transformado en mecanismo automático impulsor de un trabajo parcial, realizándose así la absurda fábula de Menenio Agripa, que presenta a un hombre como un mero fragmento de su propio cuerpo (MARX, 2009a, p. 439).

Si el cuerpo del trabajador ya es presa de una fragmentación en su lugar de trabajo, en la fábrica o en la industria, también en virtud de las máquinas y la subsecuente sustitución del hombre, o su reducción a herramienta de la máquina, herramienta de la herramienta, la fragmentación sensible no se acoge sólo a un criterio topológico. El poder de la economía-política del capital se extiende de modo desterritorializado, por ello mismo la noción de fetichismo nos permite pensar la vida cotidiana, dentro y fuera del lugar de producción, que, junto a la noción de mistificación -distinción que Clara Ramas ha urdido con claridad y rigor conceptual- posibilitan realizar una lectura del concepto de religión de la vida como síntesis y consumación de los procesos de fetichismo y mistificación que atraviesan las relaciones sociales de producción bajo el modo de producción capitalista en la implantación como régimen sensible.

III. La fórmula trinitaria, fetichismo y mistificación.

Fetichismo y mistificación como formas de apariencia o aparición que apuntan a dos procesos distintos, en el primer caso a la cosificación, y en el segundo, a la inversión o tergiversación de formas fenoménicas. Según su lectura, el fetichismo estaría ligado directamente a la teoría del valor, mientras que la mistificación estaría imbricada en la teoría del plusvalor, y en la categoría de capital ambos procesos estarían conjugados. Si bien el fetichismo ha sido analizado desde la mercancía, este proceso también acontece en el dinero como equivalente general, en donde éste como fijación definitiva, se torna la

encarnación inmediata de valor, por ello Marx dirá que: “el enigma que encierra el fetiche del dinero no es más, pues, que el enigma, ahora visible y deslumbrante, que encierra el fetiche de la mercancía” (MARX, 2013a, p.113). El dinero cosifica el valor, que es una relación social, velando nuevamente la sustancia valor: la fuerza de trabajo abstracto que lo produce. En este sentido, “la magia del dinero no es sino la expresión consumada, la fijeza de la costumbre, del carácter de fetiche de la mercancía: la figura cósmica, la creación de una ‘apariencia objetiva’ a partir de las relaciones de producción de los hombres” (RAMAS, 2018, p.92). Lo mismo ocurre con el fetichismo del capital, el cual, sin embargo, incurre en mayores dificultades para su análisis: el capital deviene cosa suprasensible, y se presenta como la apariencia objetiva del valor que crea por sí mismo valor, plusvalía. Aquí, el valor de uso del dinero se convierte en el de crear más valor, lo cual se evidencia de forma más patente –más no exclusiva– del interés (D–D’), sin embargo, éste constituye sólo una parte de la ganancia. Pero Clara Ramas lo identifica de mejor modo en los métodos de organización del trabajo que buscan aumentar su productividad como plusvalor relativo, es decir, en la cooperación, en la división del trabajo y en el uso de maquinaria. Principalmente en el primero de estos, Ramas, identifica el fetichismo del capital, el cual “significa que la mayor productividad del trabajo aparece bajo condiciones capitalistas como fuerza productiva del capital, como si fuera obra suya, como si el capital, de suyo, en tanto misteriosa entidad, fuera productiva” (RAMAS, 2018, p.109). En este sentido, estos tres fetichismos se concatenan entre sí, creando formas aparentes de cosificación y personalización que tienen un único núcleo: poner en evidencia la cosificación y mistificación de la fuerza de trabajo como productora de valor, eliminando esta cualidad, o bien velándola, se genera la apariencia de que, tanto la mercancía, el dinero como el capital, son ellos mismos fuentes de valor, tomando éstos en cada caso, la forma de un sujeto. La cristalización o etapa última acontece en el capital como “sujeto automático”. Por ello, se puede decir que la pregunta que atraviesa la obra de Marx es de índole fenomenológica: cuál es la forma específica del trabajo social en el marco de la producción capitalista, el fondo es por lo tanto, la fuerza de trabajo, fuerza que es en principio valor de uso, capacidad de crear el mundo objetivo, despliegue de las fuerzas esenciales de la sensibilidad como forma apropiación, pero que, en condiciones capitalistas, no sólo es tergiversada, alienada, cosificada, sino también sujeto a un proceso de abstracción que borra de los productos las huellas o cicatrices de su historia como

fuerza de valor. La índole de este trabajo, por lo tanto, es la dislocación sensible del hombre respecto de sí mismo, de su exteriorización como apropiación, de su fuerza productiva como praxis, y por lo tanto, se trata de una fragmentación corporal que hace que el hombre no calce consigo mismo; su fractura es el quiebre del vínculo propioceptivo del cuerpo, de su individualización, y en esta medida queda preso a la homogeneización social que procura el capitalismo. Si la sociedad está mediatizada socialmente por la mercancía, el dinero y el capital, la alienación del vínculo social que supone el concepto de valor, hace que el hombre no pueda individualizarse mediante la producción (haciendo referencia al *zoon politikón* del que hablaba Marx en las primeras páginas de los *Grundrisse*). Y esta fractura es producto precisamente de la fetichización y mistificación de las relaciones sociales de producción capitalistas. Ambos procesos constituyen los procesos mediante los cuales la fuerza de trabajo adquiere la forma de apariencia cosificada y fenoménica en que el capital se apropia de la praxis de los hombres como metabolismo social, y, por lo tanto, la mercancía, el dinero y el capital permiten la entrada del valor como sujeto de toda la producción.

Ahora bien, la fórmula de religión de la vida cotidiana utilizado por Marx, aparece en el marco de la teoría trinitaria, en donde expone la mistificación y fetichismo último que abarca que “recoge la totalidad de las formas aparentes como presentación última de la totalidad del proceso social de producción” (RAMAS, 2008, p.235), y también es en donde Ramas vincula el plusvalor con los procesos de mistificación. Este texto ha sido leído de distintas formas, por ejemplo, Anselm Jappe ve aquí sólo un fetichismo, pero bajo la concepción dominante y no como eje cardinal de la obra de Marx, es decir, lo ve sólo como una “ideología espontánea” (JAPPE, 2016b, pp.10–11) que vela el origen de la plusvalía en el trabajo no pagado al obrero y en donde efectivamente habría unos procesos de cosificación operando, como el de capital y tierra. Sin embargo, no ve que esta formulación está directamente vinculada con el fetichismo de la mercancía, del dinero y del capital y los procesos de mistificación, el cual operaría como consumación fenoménica de las formas aparentes en que el capital logra instaurarse en la sociedad y en los cuerpos que la constituyen. Heinrich, por su parte, ve que “las distintas formas fetichistas y mistificaciones que se mencionaron en capítulos anteriores no coexisten unas junto a otras sin conexión entre sí”, por el contrario, “constituyen una totalidad que Marx expone al final del libro tercero de *El Capital* bajo el título «La fórmula trinitaria»” (HEINRICH, 2008,

p.184) y es en donde “las cosas personalizadas poseen un pleno poder material” (HEINRICH, 2008, p.188). Ramas será quien interprete esta fórmula ateniéndose no sólo al fetichismo que implica, sino también a su mistificación, en este sentido, se trataría de una “fenomenología de las formas de aparición del plusvalor” (RAMAS, 2018, p.235).

Marx comenzará este capítulo afirmando:

Capital-ganancia (ganancia empresarial-más interés), suelo - renta de la tierra, trabajo - salario: ésta es la fórmula trinitaria que comprende todos los misterios del proceso social de producción. Puesto que además, tal cual se mostró anteriormente, el interés se presenta como el producto propio y característico del capital, y la ganancia empresarial, en antítesis con él, como salario independiente del capital, aquella forma trinitaria se reduca más de cerca a ésta: Capital - interés, suelo - renta de la tierra, trabajo - salario, donde queda afortunadamente eliminada la ganancia, la forma del plusvalor que caracteriza específicamente al modo capitalista de producción (MARX, 2009c, p. 1037).

Es decir, aquí es en donde se consuman los procesos narrados anteriormente, aquí toman forma cosificada en el mundo material total de los hombres, pues co-implican a los procesos anteriores. En palabras breves, lo que Marx quiere poner en evidencia con esta fórmula es que el capital, la propiedad del suelo y la fuerza de trabajo tiene en común ser fuentes de ingresos para sus poseedores en tanto medios de apropiación, sin embargo, esta situación se presenta nuevamente invertida. Aparecen “como tres fuentes de valor producido anualmente, distintas las unas de las otras e independientes entre sí; y sólo porque son fuentes de valor pueden llegar a ser (...) medios de apropiación de partes de este valor” (HEINRICH, 2008, p.186). Es decir, la ganancia, la renta de la tierra y el salario se ven como fuentes de valor del capital, del suelo y del trabajo, lo cual no es tal, puesto que lo que produce valor realmente es el trabajo vivo abstracto, y la fuente del plusvalor, por lo tanto, el plustrabajo. Lo que opera por tanto, es una mistificación que vela nuevamente la fuente de valor para crear la apariencia de que, mágicamente, capital, suelo y trabajo producen por sí mismo su propia fuente de valor, pues conciben “el proceso de generación de valor: como adición de cuotas de valor por parte de los factores de producción” (HEINRICH, 2008, p.186). Lo que ocurre, por tanto, es que “las determinaciones formales de carácter social (trabajo asalariado, capital y propiedad del suelo) coinciden aparentemente con las condiciones materiales de su producción (trabajo,

medios de producción, tierra), de manera que todo proceso de trabajo es ya un proceso de producción capitalista” (HEINRICH, 2008, p.187). El capitalista ve en el interés la realización del capital como plusvalor, es decir, verá el interés como fuente mágica de valor en la abstracción D-D’; el poseedor de tierras verá en la renta, no la adquisición de parte del plusvalor que el capitalista ha extraído, sino la propia fuente de valor de la renta; y el trabajador verá en su salario, no la parte del valor creado por ellos mismos, sino el salario mismo como fuente de valor. De este modo, “el capital ya se vuelve un ente místico en grado sumo, puesto que todas las fuerzas productivas sociales del trabajo se presentan como fuerzas que le pertenecen al capital y no al trabajo en cuanto tal, y que retoñan de su propio seno” (MARX, 2009b, p. 1052). Si bien, estas sí son fuentes de réditos, lo son “sin crear la sustancia misma que se transforma en estas diferentes categorías” (MARX, 2009b, p.1047).

De allí que, en definitiva, se trate de la trinidad como “expresión de la conexión aparente entre el valor y sus fuentes” (HEINRICH, 2008, p.187–188), como si éste fuese una cosa mágica que se produce en las cosas y por las cosas mismas, “parecen así fuentes autónomas de partes componentes del valor de la mercancía” (RAMAS, 2018, p.245).

Esta fórmula trinitaria, sin embargo, parece tener en su propia nominación un carácter religioso, más allá de su consideración fetichista como fenómeno de personificación/cosificación le pueda otorgar, entendida como religión primitiva. Clara Ramas afirma que:

Marxhausen indica el origen del término, posiblemente con resonancias en la crítica de la religión de Feuerbach: se trata para Marx de denunciar una inversión casi propia de la religión y reconducirla a su fundamento. Ya en Teorías del plusvalor indica Marx la analogía entre el dogma central de la religión cristiana y esta figura económica: « (...) la economía vulgar se siente por vez primera como en casa tan solo justamente en lo ajeno con que se enfrentan las distintas partes del valor; exactamente como los escolásticos en Dios Padre, Dios Hijo y Dios Espíritu Santo, así el economista vulgar en tierra–renta, capital–interés, trabajo–salario». (RAMAS, 2018, p.236)

Ahora bien, y para trazar las implicancias de “la religión de la vida cotidiana”, es necesario por lo tanto, comprender “la fórmula trinitaria como expresión consumada y acabada de un sistema de la ilusión” (RAMAS, 2018, p.255), pero ilusión no en el sentido

de falsedad, sino como modo de aparición específico bajo el modo de producción capitalista, un modo de aparecer específico y real que opera como ley natural de la mercancía, el dinero y el capital, pero que no es sino producto de una praxis social específica que este mismo modo de producción impone.

IV. La religión de la vida cotidiana y los regímenes de sensibilidad

el mundo encantado, invertido y puesto de cabeza donde Monsieur le Capital y Madame la Terre rondan espectralmente como caracteres sociales y, al propio tiempo de manera directa, como meras cosas El gran mérito de la economía clásica consiste en haber disuelto esa falsa apariencia, esa superchería, esa autonomización recíproca y ese esclerosamiento de los diferentes elementos sociales de la riqueza, esa personificación de las cosas y cosificación de las relaciones de producción, esa religión de la vida cotidiana (MARX, 2009b, p.1056).

Como formas de aparecer, el fetichismo y la mistificación indican dos fenómenos reales propios de la forma social del trabajo que produce mercancías, y que llevan, en última instancia, a una alienación como escisión del hombre respecto de sus fuerzas productivas, y por lo tanto, una fractura en la sensibilidad que constituye la praxis y la poiesis en su fusión. Estas ilusiones como formas aparienciales objetivas organizan la fractura sensible y, por ende, configuran una estética como teoría de la experiencia, en donde aquella vida de la que hablaba Marx en 1844, es decir, “la vida productiva es, (...), la vida genérica. Es la vida que crea vida. En la forma de la actividad vital reside el carácter dado de una especie, su carácter genérico, y la actividad libre, consciente, es el carácter genérico del hombre” (MARX, 2010, p.112), no sólo ya no es genérica, sino que se constituye esencialmente como un estar fuera de sí –lo cual constituye su propia objetividad–, pero respecto de una alteridad no sólo totalmente exterior, sino además, trascendente y mistificada: el capital como sujeto automático, la forma más abstracta y vacía que logra “encarnar” el capital. Esta reflexión ya estaba incipiente, por lo tanto, en ese joven Marx cuya reflexión tanto se ha intentado alejar de su obra científica, pero sólo en relación al dinero y en un aparataje conceptual aún en proceso. Por ello podrá hablar de él como divinidad sensible, inversión universal de todas las cosas, puta universal, poder enajenado de la humanidad y verdadera fuerza creadora (MARX, 2010, p.176). Lo cual presagia, de hecho, las mismas nociones de fetichismo y mistificación, pero en estado

embrionario: “es el dinero la inversión universal de las individualidades, que transforma en su contrario, y a cuyas propiedades agrega propiedades contradictorias” (MARX, 2010, p.177). Y podría pensarse también, que como idea germinal está también la idea que articulará posteriormente el fetichismo del dinero y su forma mistificada como:

Si el dinero es el vínculo que me liga a la vida humana, que liga a la sociedad, que me liga con la naturaleza y con el hombre, ¿no es el dinero el vínculo de todos los vínculos? ¿no puede él atar y desatar todas las ataduras? ¿no es también por esto el medio general de separación? Es la verdadera moneda divisoria, así como el verdadero medio de unión, la fuerza galvanoquímica de la sociedad (MARX, 2010, p. 176).

Ahora bien, y volviendo a la fórmula de religión de la vida cotidiana, Marx no elige azarosamente el concepto de religión para poner en evidencia la culminación de este sistema de ilusión o apariencia. Las múltiples referencias que realiza desde sus obras de juventud, a las de madurez, sitúan esta noción en el marco de una crítica ya histórica, pero que adquiere nuevas modulaciones. La más conocida es la referencia a la religión como “el opio del pueblo” (MARX, 2013b, p.43), también está presente en la crítica a Feuerbach y en los Manuscritos de 1844 aparece ya como un producto social. Si bien el hombre hace a la religión –pero no el proceso inverso–, el problema no está solucionado y es más profundo, ya que el hombre no es un ser abstracto, pero sí es capaz de producir formas abstractas, de allí que “el hombre es su propio mundo, Estado, sociedad; Estado y sociedad, que producen la religión, [como] conciencia tergiversada del mundo, porque ellos son un mundo al revés”. Si hay una coincidencia entre lo que es el hombre y lo que éste produce, tanto respecto de lo que es el objeto como con su modo de producción, como afirmaba Marx junto a Engels en La ideología alemana, para producir la religión como producto histórico-social, ha de ser necesario que el hombre haya visto en sí mismo un devenir abstracto. Ahora bien, la religión “es la realización fantástica del ser humano, puesto que el ser humano carece de verdadera realidad” (MARX, 2013b, p.42–43). Aquí ya se puede ver que la religión también implica una cosificación e inversión, es decir, un fetichismo y una mistificación. El problema es que nadie ha buscado la génesis histórica de la subjetividad religiosa a partir del desgarramiento de la sociedad misma. Pero, en la medida en que se concibe como realización fantástica, la religión constituye la abstracción como forma de apariencia en que el hombre produce una apariencia objetiva exterior que

lo viene a dominar. Esta crítica a la religión, por lo tanto, apunta a su carácter abstracto en la medida en que impone un poder que trastoca las relaciones sociales. En este punto Alberto Toscano hace una precisión importante pues explicita la relación que Marx realiza entre el capitalismo y el cristianismo, a partir del concepto de abstracción: “la aparente autonomía y abstracción lograda por la forma-valor bajo la producción de mercancías es especialmente apropiada para la religión cristiana (...) el cristianismo es en un sentido una teoría (o lógica) del capitalismo” (TOSCANO, 2010, p.16-17).

Con este preámbulo, nos podemos acercar al significado de este concepto en el marco de *El Capital*, el cual aparece principalmente en relación al fetichismo de la mercancía –siendo la misma noción de fetichismo alusiva a una forma de religión primitiva como culto al objeto sensible mismo–, allí Marx hará alusiones explícitas y analogías, siendo una de las más patentes:

Lo que aquí adopta, para los hombres, la forma fantasmagórica de una relación entre cosas, es sólo la relación social determinada existente entre aquéllos. De ahí que para hallar una analogía pertinente debamos buscar amparo en las neblinosas comarcas del mundo religioso. En éste los productos de la mente humana parecen figuras autónomas, dotadas de vida propia, en relación unas con otras y con los hombres. Otro tanto ocurre en el mundo de las mercancías con los productos de la mano humana. A esto llamo el fetichismo que se adhiere a los productos del trabajo no bien se los produce como mercancías, y que es inseparable de la producción mercantil (MARX, 2013a, p.89)

Esta referencia indica de forma explícita el mismo matiz religioso en el fetichismo, el mismo proceso pero que tienen su origen en dos esferas distintas, la religión es producto de la mente humana, mientras que el fetichismo de la mercancía ocurre en virtud de los productos de la mano del hombre; ambos expresan en tanto productos del mismo hombre, su propia abstracción real en agentes exteriores a sí mismos. De este modo, Marx ve que para esta sociedad productora de mercancías, “la forma de religión más adecuada es el cristianismo, con su culto al hombre abstracto, y sobre todo en su desenvolvimiento burgués, en el protestantismo, deísmo, etc.” (MARX, 2013a, p.96). Pero este velo fetichista y mistificador, propio de la religión, que Marx ve en el fetichismo de la mercancía no es exclusivo de este producto, también se adhiere al dinero y al capital, las triada abstracta que crea un mundo de escisiones e inversiones. Sin embargo, este “reflejo religioso del

mundo real” (MARX, 2013a, p.97) no es un fenómeno total, si bien los hombres pasan a ser dominados por sus propios productos, estos no clausuran un circuito de dominación total. El mismo Marx dirá que éste puede diluirse en la medida en que la vida práctica y cotidiana se presente mediante “relaciones diáfananamente racionales, entre ellos y con la naturaleza”, es decir, en la medida en que se restituya la producción como proceso de un ser genérico que es él mismo, elementalmente, una *pars naturae*, y en esta medida, pueda él aprehenderse a sí mismo en su sensibilidad práctica mediante objetos también sensibles, en una praxis como exteriorización vital de transformación mutua entre sí mismo y la naturaleza. Es decir, “el proceso material de producción, sólo perderá su místico velo neblinoso cuando, como producto de hombres libremente asociados, éstos la hayan sometido a su control planificado y consciente.” (MARX, 2013a, p.97).

En esta medida, la mentada religión de la vida cotidiana es ya la designación de un proceso de fetichismo y mistificación, pero referida no sólo a la forma valor, que sería el referente de estos procesos en la mercancía y el dinero, sino más bien y también, referida al capital, y por ende, situada en referencia a la forma del plusvalor. Es por ello que puede decirse que la religión de la vida cotidiana nomina una síntesis y cierre del sistema de apariencias objetivas que produce el modo de producción capitalista, pues implica los procesos de fetichismo y mistificación de la mercancía, el dinero y el capital, tanto desde la teoría del valor como desde la teoría del plusvalor. En su consideración más abstracta, no atañe ya únicamente a las cosas, las mercancías, sino a la totalidad de la vida, la cual es siempre, acorde al mismo Marx, vida sensible, por ello no puede comprenderse esta fórmula como mera ideología espontánea, como decía Jappe, quien, si bien comprende de forma lúcida la idea del valor como sujeto automático, atañe con esto, aparentemente, únicamente a la forma-sujeto de los hombres y no a su forma objetiva. Para Marx los individuos no son sólo subjetividad, sino, ante todo, seres objetivos que requieren para sí los objetos exteriores y su transformación mediante la exteriorización de las fuerzas vitales, sólo desde esa base pueden consolidar una cierta subjetividad. Jappe por lo tanto, apunta a procesos de subjetivación más que a una vida sensible íntegra, pues, para él,

... el núcleo del problema reside más bien en la «forma-sujeto» común a todos los que viven en la sociedad mercantil, aunque esto no signifique que tal forma sea exactamente la misma para todos los sujetos. El sujeto es el sustrato, el actor, el portador, que el sistema fetichista de valorización necesita para asegurar la

producción y el consumo (...). Por eso, Marx llamó al sujeto de la valorización del valor el «sujeto automático», que es lo contrario de la autonomía y de la libertad con la que habitualmente se asocia el concepto de «sujeto». El sujeto es pues aquello de lo que hay que emanciparse, y no aquello a través de lo cual y con vistas a lo cual hay que emanciparse (JAPPE, 2011, p.34).

Si bien Jappe, realiza una crítica magnífica desde la teoría del valor, parece no distinguir plenamente las categorías marxianas, consolidando de este modo, el fetichismo atingente sólo a la teoría del valor, y no a la de plusvalor, desde la forma sujeto, de esta manera puede afirmar que “(...) el valor es una «forma social total»” (JAPPE, 2016a, p.24). Si bien esta última afirmación da cuenta efectiva de lo que puede hacer el valor, y cabría decir también, el plusvalor, el análisis por el cual llega a esa conclusión parece ser un tanto parcial, pues la potencia del fetichismo y la mistificación no recae únicamente en la forma sujeto, sino más bien, en su forma de aparición fenoménica real e invertida de los cuerpos sensibles dispuestos fuera de sí, pero para un otro mistificado, es decir, un régimen estético determinado histórico-socialmente por las formas de aparición objetivas de la mercancía, el dinero y el capital. Es decir, estos procesos lo que indicarían, sería el quiebre de una sensibilidad –en su praxis– que implica a su vez, un quiebre en la subjetividad, pues ésta en tanto producto, sería secundaria a la relación entre el hombre y su sensibilidad, pues ésta la presupone como condición de posibilidad.

La religión de la vida cotidiana, es, por lo tanto, la formulación mediante la cual Marx pone en evidencia una forma estética como teoría de la sensibilidad y de la experiencia mediatizada por categorías económicas abstractas. La apelación a la vida cotidiana implica que hay un carácter sistemático que obra en y por los hombres, en la repetición que articula la rutina de la vida cotidiana, en este caso, mediatizada por el capitalismo y sus formas de aparición, que llevan a una estandarización de las prácticas sociales y por ende, a consolidar una esfera de abstracción sobre la vida misma, despojándola de su cualidad para pasar a ser normada por criterios meramente cuantitativos. Sin embargo, la vida cotidiana ha sido siempre valor de uso, refugio de la corporalidad, pues en ésta reside también el núcleo afectivo de lo social que se resiste a procesos de regulación, pues constituye el lugar en donde los hombres pueden ser precisamente improductivos. Henri Lefebvre, entre otros, ha sido quien ha puesto énfasis en esta noción desde el marxismo, haciendo girar su teoría de la producción espacial y de la vida cotidiana desde la noción

de cuerpo, en donde la llamada dialéctica espacial, se concibe en el movimiento de las prácticas sociales, las representaciones del espacio y los espacios de representación, siendo precisamente éste último, en cuanto núcleo afectivo, el espacio de la vida cotidiana que se ofusca a padecer la abstracción de sus cualidades, su carácter concreto. La configuración abstracta del espacio, propia del capitalismo, sería precisamente aquella enmarcada en la violencia de la negatividad que procura para sí la homogeneización de los cuerpos, del espacio, de la vida (CÁPONA, 2017). De forma anecdótica, Kanishka Goonewardena relata un encuentro entre Lefebvre y Debord, en el cual el primero afirmó que “el marxismo es un todo, realmente es un conocimiento crítico de la vida cotidiana”. Guy Debord y los situacionistas concordaron, cuando una cabeza parlante de su tira cómica *detourned* dijo: ‘¡Sí, el pensamiento de Marx es realmente una crítica de la vida cotidiana!’ (GOONEWARDENA, 2008, p.117). Esta interpretación pone en máxima evidencia que lo que Marx está hablando es de la vida cotidiana, es su configuración estética y fenoménicamente a partir de formas de apariencias objetivas reales que intentan escindir los cuerpos de su propia materialidad y actividad sensible mediante un determinado dispositivo de trabajo que viene a sustituir a la praxis-poiesis: el trabajo abstracto, y con ello, el paso de un régimen cualitativo de producción, a uno meramente cuantitativo, que determina no sólo los procesos de socialización, mediante el fetichismo y mistificación, sino además, inunda el mundo objetivo con apariencias objetivas que modifican la sensibilidad de los hombres. Vale recordar que para Marx las sensaciones se constituyen como afirmaciones ontológicas del ser (MARX, 2010, p.173) que se afirman en la medida en que su objeto es sensible, pero esto no ocurre si ese objeto es una mercancía, dinero o capital como formas encarnadas de su abstracción, pues este volverse fuera de sí de la objetividad del hombre, retorna para sí en forma individual y social.

La religión de la vida cotidiana, evidencia por lo tanto, una estructura de apariencias objetivas que modifican la sensibilidad y la praxis propia de los hombres, las cuales operan mediante fetiches y mistificaciones que hacen de abstracciones personificaciones que alteran los regímenes de sociabilidad, extendiéndose por lo tanto, sobre la vida material de los hombres no sólo en calidad de trabajadores, sino de la vida que supera las condiciones materiales de la reproducción social, ese núcleo que si bien está sujeto a la estandarización, es el núcleo de formas afectivas y corporales alternativas a la lógica religiosa del capital. Denomina, por lo tanto, una estética de la sensibilidad y corporalidad

fragmentada que pone en régimen de visibilidad las abstracciones económicas no sólo del valor sino también del plusvalor, que cambian la forma en que los hombres construyen la sociedad y a sí mismos. Es por ello que, siguiendo a Lefebvre y a Debord, se puede decir que Marx lo que estaba pensando con sus análisis críticos de la economía-político era desentrañar la forma en que los hombres estéticamente configuran este tipo de vida cotidiana determinada por las apariencias objetivas abstractas del capitalismo, siendo la religión de la vida cotidiana el cenit de esta expresión que busca totalizarse no sólo en los cuerpos de los hombres, sino en su vida misma.

Referencias

MARX, Carlos; Engels, Federico. *La ideología alemana*. Barcelona: Pueblos Unidos, Grijalbo, 1970. Trad. W. Rocés.

_____. *Tesis sobre Feuerbach*. En Marx, C. Engels, F. *La ideología alemana*. Barcelona: Ed. Pueblos Unidos, Ed. Grijalbo, 1970. Trad. Wenceslao Rocés. p. 666-667.

MARX, Karl. *El capital*, T1 /V1. México, Siglo XXI eds., 2013a. Trad. Pedro Scaron.

_____. *Introducción a la crítica de la filosofía del derecho de Hegel*. Valencia: Pre-textos, 2013. Trad. José María Ripalda.

_____. *El capital*, T1 /V2. Buenos Aires, Siglo XXI eds., 2009a. Trad. Pedro Scaron.

_____. [Engels, Friedrich]. *El capital*. T3/Vol8. *El proceso global de la producción capitalista*. México: Siglo XXI Eds., 2009b. Trad. León Mames.

_____. *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse)*. 1857~1858. Vol. I. México: Siglo XXI Eds., 2009c. Trad. Pedro Scaron.

_____. *Manuscritos de economía y filosofía*. Madrid: Alianza, 2010. Trad. de Francisco Rubio Llorente.

BALIBAR, Etienne. *La filosofía de Marx*. Buenos Aires: Nueva visión, 2000.

CÁPONA, Daniela. “Deseo, violencia y capital: los espacios de representación en la consideración del espacio abstracto de Henri Lefebvre” en *Hybris Revista de Filosofía*, publicada por CENALTES Ediciones, Volumen 8, No 1., 2017. Pp.95–126.

CASANOVA, Carlos. *Estética y producción en Karl Marx*. Santiago: Metales pesados, 2016.
_____. *Comunismo de los sentidos*. Viña del Mar: Catálogo, 2017.

FERNÁNDEZ, Osvaldo. *De Feuerbach al materialismo histórico*. Una lectura de las tesis de Marx. Concepción: Perseo y Escaparate, 2017.

_____. *Del fetichismo de la mercancía al fetichismo del capital*. Valparaíso: IDEAS/ Planeta de papel, 2014.

GOONEWARDENA, Kanishka. “Marxism and everyday life. On Henri Lefebvre, Guy Debord, and some others”. En GOONEWARDENA, K. KIPFER, S. MILGROM, R. SCHMID, Ch. (Eds). *Space, difference, everyday life. Reading Henri Lefebvre*. New York: Routledge, 2008. Pp. 117–133.

HARVEY, David. *Los límites del capitalismo y de la teoría marxista*. México: FCE, 1990. Trad. Mariluz Caso.

HEINRICH, Michael. *Crítica a la economía política. Una introducción a El Capital de Marx*. Madrid: Escolar y Mayo Editores S. L., 2008. Trad. César Ruiz Sanjuán.

JAPPE, Anselm. *Crédito a muerte. La descomposición del capitalismo y sus críticos*. La Rioja: Pepitas de calabaza ed., 2011. Trad. Diego Luis Sanromán.

_____. *Las aventuras de la mercancía*. La Rioja: Pepitas de calabaza Ed., 2016a. Trad. Diego Luis Sanromán.

_____. “De lo que es el fetichismo de la mercancía y sobre si podemos librarnos de él”. En MARX, Karl. *El fetichismo de la mercancía (y su secreto)*. La Rioja: Pepitas de calabaza, 2016b. Trad. A. Bredlow, D. L. Sanromán. pp.7–27.

MEZZADRO, Sandro. *La cocina de Marx. El sujeto y su producción*. Buenos Aires: Tinta Limón, 2014. Trad. de Diego Picotto.

RAMAS SAN MIGUEL, Clara. *Fetichismo y mistificación capitalistas. La crítica de la economía política de Marx*. Madrid: Siglo XXI eds., 2018.

RIEZNICK, Pablo. "Alienación y fetichismo, de ayer a hoy (revindicando a Isaak Rubin)". En CARPINTERO, Enrique. (Ed). *Actualidad del fetichismo de la mercancía*. Buenos Aires: Topia Ed., 2013.

SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A. *Las ideas estéticas de Marx*. México: Siglo XXI eds., 2005.

SCHMIDT, A. *El concepto de naturaleza en Marx*. Madrid: Siglo XXI, 1977. Trad. de Julia M. T. Ferrari de Prieto y Eduardo Prieto.

SCRIBANO, Adrián. *Sociología de las emociones en Carlos Marx*. Raleigh, NC: A Contracorriente, 2016.

TOSCANO, Alberto. "Beyond Abstraction: Marx and the Critique of the Critique of Religion". En *Historical Materialism. Research in critical marxist theory*, 18 (2010). p. 3-29.