

### Karl Marx EL CAPITAL. Libro Primero. Capítulo I (Resumen)

4. El carácter fetichista de la mercancía y su secreto.

1. El análisis de la mercancía muestra que es un objeto endemoniado.

2. El carácter místico de la mercancía no deriva de su valor de uso. Tampoco del contenido de las determinaciones del valor.

3. El carácter enigmático que distingue al producto del trabajo no bien asume la forma de mercancía brota de esa forma misma.

Igualdad de los trabajos → igual objetividad de valor de los productos (lienzo = chaqueta, pág 61, párrafo 11).

Medida del gasto de fuerza de trabajo por su duración → magnitud de valor (tiempo de trabajo socialmente necesario).

Las relaciones entre los productores, en las cuales se hacen efectivas las determinaciones sociales de sus trabajos → relación social entre los productos del trabajo ( $x_A = y_B$ , pág 59, A)

( → = “se presenta como” )

4. La forma mercantil refleja ante los hombres el carácter social de su propio trabajo como caracteres objetivos inherentes a los productos del trabajo, como propiedades sociales naturales de dichas cosas. 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.

(p. 55, 10) La reducción de los trabajos complejos a trabajo simple es un proceso que se desenvuelve a espaldas de los productores.

(p.92, 9) El tiempo de trabajo socialmente necesario para la producción de las mercancías se impone de modo irresistible como ley natural reguladora.

La relación social determinada existente entre los hombres adopta la forma fantasmagórica de una relación entre cosas.

Los productos de la mano humana parecen figuras autónomas, dotadas de vida propia, en relación unas con otras y con los hombres, no bien se los produce como mercancías. FETICHISMO inseparable de la producción mercantil.

5. Este carácter fetichista del mundo de las mercancías se origina en la peculiar índole social del trabajo que produce mercancías (luego, 12 a 15, veremos qué ocurre cuando el trabajo no produce mercancías, en otros modos de producción).

6. Los valores de uso se convierten en mercancías porque son productos de trabajos ejercidos independientemente los unos de los otros (para ver otros modos de producción, párrafos

12-15). El complejo de estos trabajos privados es lo que constituye el trabajo social global.

Los atributos específicamente sociales de esos trabajos privados no se manifiestan sino en el marco del intercambio. Recordemos esto que viene:

(p.72, 40) Tercera peculiaridad del equivalente: El trabajo privado adopta la forma de su contrario, del trabajo bajo la forma directamente social.

(En el intercambio  $xA=yB$ : el trabajo que produce B es un trabajo privado pero, para poder compararse con el que produce A (igualdad de valores) debe tomar la forma de trabajo directamente social).

(p.81, 65) La forma de valor de la mercancía tiene que ser una forma socialmente vigente.

(p.87, 67) El equivalente general es crisálida social general de todo trabajo humano.

En rigor, esto no vale todavía (en el sentido lógico e histórico, ver cómo se relacionan en el apartado 3) para la forma simple  $xA=yB$ , sino para la producción mercantil desarrollada (p.88, 4): modo de producción capitalista (p.43, 1). Debemos tener aquí en cuenta la forma dinero (p.85, D), que es aquí la socialmente vigente (“fetichismo inseparable de la producción mercantil”). Pongo  $xA=yB$  por comodidad.

Aunque “ya en su producción misma se tiene en cuenta el carácter de valor [que es un carácter social] de las cosas” (p.90, 7)

Los trabajos privados no alcanzan realidad como partes del trabajo social en su conjunto, sino por medio de las relaciones que el intercambio establece entre los productos del trabajo y, a través de los mismos, entre los productores.

A éstos, por ende, las relaciones sociales entre sus trabajos privados se les ponen de manifiesto como lo que son, vale decir, no como relaciones directamente [unmittelbar] sociales trabadas entre las personas mismas, en sus [mismos] trabajos [in ihre Arbeiten selbst] sino, por el contrario como

relaciones propias de cosas[sachliche] entre personas y

relaciones sociales entre las cosas.

7. Es sólo en su intercambio donde los productos del trabajo adquieren una objetividad de valor, socialmente uniforme, separada de su objetividad de uso, sensorialmente diversa.

Tal escisión del producto laboral en cosa útil y cosa de valor sólo se efectiviza, en la práctica, cuando el intercambio ya ha alcanzado la extensión y relevancia suficientes como para que se produzcan cosas útiles destinadas al intercambio, con lo cual, pues, ya en su producción misma se tiene en cuenta el carácter de valor de las cosas.

A partir de ese momento los trabajos privados de los productores adoptan de manera efectiva un doble carácter social:

1. en cuanto trabajos útiles determinados, tienen que satisfacer una necesidad social determinada y con ello probar su eficacia como partes del trabajo global, del sistema natural caracterizado por la división social del trabajo.\* (¿natural?)

2. sólo satisfacen las variadas necesidades de sus propios productores, en la medida en que todo trabajo privado particular, dotado de utilidad, es pasible de intercambio por otra clase de trabajo privado útil, y por tanto le es equivalente.\*\*

Escrito por Armando

Miércoles, 01 de Marzo de 2006 01:00

---

La igualdad de trabajos totalmente diversos sólo puede consistir en una abstracción de su desigualdad real, en la reducción al carácter común que poseen en cuanto gasto de fuerza humana de trabajo, trabajo abstractamente humano. (Sustancia del valor, pág.46, párr.10 y 11)

El cerebro de los productores privados refleja ese doble carácter social de sus trabajos privados solamente en las formas que se manifiestan en el movimiento práctico, en el intercambio de productos:

\*1. el carácter socialmente útil de sus trabajos privados, pues, sólo lo refleja bajo la forma de que el producto del trabajo tiene que ser útil, y precisamente serlo para otros;

\*\*2. el carácter social de la igualdad entre los diversos trabajos, sólo bajo la forma del carácter de valor que es común a esas cosas materialmente diferentes, los productos del trabajo.

8. El que los hombres relacionen entre sí como valores los productos de su trabajo no se debe al hecho de que tales cosas cuenten para ellos como meras envolturas materiales de trabajo homogéneamente humano [En la relación de valor entre dos mercancías, al valor de la mercancía A se representa en una cantidad determinada de valor de uso B (primera peculiaridad del equivalente, p.89, 32). La forma de equivalente de una mercancía no contiene ninguna determinación cuantitativa del valor(p.69, 31)].

A la inversa. Al equiparar entre sí en el cambio como valores sus productos heterogéneos, equiparan recíprocamente sus diversos trabajos como trabajo humano. No lo saben, pero lo hacen.

El valor, en consecuencia, no lleva escrito en la frente lo que es. Por el contrario, transforma a todo producto del trabajo en un jeroglífico social. → Aunque no sepamos otra cosa, sabemos que esto es parte de lo que llama fetichismo. Por otro lado, antes había dicho (párrafos 2 y 3) que no es de las determinaciones del valor de donde surge el problema, sino de la forma que adopta el producto como mercancía (y, por tanto, de la forma en que necesariamente se presenta el valor).

El descubrimiento de que los productos del trabajo, en la medida en que son valores, constituyen meras expresiones, con el carácter de cosas, del trabajo humano empleado en su producción en modo alguno desvanece la apariencia de objetividad que envuelve a los atributos sociales del trabajo. Un hecho que sólo tiene vigencia para esa forma particular de producción, para la producción de mercancías -a saber, que el carácter específicamente social de los trabajos privados independientes consiste en su igualdad en cuanto trabajo humano y asume la forma del carácter de valor de los productos del trabajo\*- , tanto antes como después de aquel descubrimiento se presenta como igualmente definitivo [como ley natural, eterna, independiente de la voluntad de los productores] ante quienes están inmersos en las relaciones de la producción de mercancías.

\*reduzco el tipo de letra por comodidad, pero esto está en el texto.

9. Lo que interesa ante todo, en la práctica, a quienes intercambian mercancías es saber cuánto producto ajeno obtendrán por el producto propio; en qué proporciones, pues, se

Escrito por Armando

Miércoles, 01 de Marzo de 2006 01:00

---

intercambiarán los productos [al comenzar con el análisis del valor, aptdo 1, párrafo 5, habla del valor de cambio como esa proporción, ya que el valor sólo puede manifestarse de esta forma, como valor de cambio]. Cuando esas proporciones adquieren estabilidad, parecen deber su origen a la naturaleza de los productos del trabajo [no se toman por una relación social].

Las magnitudes de valor cambian de manera constante independientemente de la voluntad, las previsiones o los actos de los sujetos del intercambio. Su propio movimiento social posee para ellos la forma de un movimiento de cosas bajo cuyo control se encuentran, en lugar de controlarlas.

Sólo cuando la producción de mercancías está desarrollada se puede comprender es la magnitud del valor (tiempo de trabajo socialmente necesario) lo que regula la proporción del intercambio. Esto es un misterio oculto bajo los movimientos manifiestos que afectan a los valores relativos de las mercancías [y sólo podemos responder a la pregunta “¿cuánto valen 20 varas de lienzo?” de manera relativa, expresando su valor en el cuerpo de otra mercancía].

10. Cuando la producción de mercancías está desarrollada, la forma que adopta el valor es la de dinero. Pero esta forma es la que vela de hecho, en vez de revelar, el carácter social de los trabajos privados, y por tanto las relaciones sociales entre los trabajos individuales.

Si digo que la chaqueta, los botines, etc., se vinculan con el lienzo como con la encarnación general de trabajo humano abstracto, salta a la vista la insensatez de tal modo de expresarse. Pero cuando los productores de chaquetas, botines, etc., refieren esas mercancías al lienzo -o al oro y la plata, lo que en nada modifica la cosa- como equivalente general, la relación entre sus trabajos privados y el trabajo social en su conjunto se les presenta exactamente bajo esa forma insensata.

11. Formas semejantes constituyen precisamente las categorías de la economía burguesa. Se trata de formas del pensar socialmente válidas, y por tanto objetivas, para las relaciones de producción que caracterizan ese modo de producción social históricamente determinado: la producción de mercancías.

12-15 Todo el misticismo del mundo de las mercancías, toda la magia y la fantasmagoría que nimban los productos del trabajo fundados en la producción de mercancías, se esfuma de inmediato cuando emprendemos camino hacia otras formas de producción [esto está en el párrafo 11].

En los párrafos que siguen demuestra que en esas otras formas de producción (Robinsón, Edad Media, industria patriarcal rural, asociación de hombres libres) las relaciones de los productores entre sí, y las de éstos con sus trabajos, no asumen formas fantásticas diferentes de la realidad.

16. Analiza el papel de la religión y la imposibilidad de que ésta desaparezca antes de que el proceso material de producción se someta al control planificado y consciente de los hombres libremente asociados [párrafo 15]. [Después, cuña “materialismo dialéctico”, en una redacción tardía]

## **El carácter fetichista de la mercancía y su secreto<br>El Capital, capítulo I**

Escrito por Armando

Miércoles, 01 de Marzo de 2006 01:00

---

17. Diferencia entre economía política clásica y economía vulgar.

18-19. Aplicación de lo anterior a la crítica a los economistas: papel de la naturaleza en la formación del valor de cambio.