

EL MÉTODO DE LA ECONOMÍA POLÍTICA EN MARX

LUIS FELIP LÓPEZ-ESPINOSA

Universidad Nacional de Educación a Distancia

Resumen

En el presente artículo nos introduciremos en la consideración marxiana del método de la economía política, tal como nos lo describe en la «Introducción» de la *Contribución a la crítica de la economía política*. En este texto, Marx expone un proceso de conocimiento que parte de una representación (*Vorstellung*) caótica de la totalidad y por medio de abstracciones y otras herramientas teóricas concluye en un producto determinado, una *teoría*. Estudiaremos el carácter de dicha *Vorstellung*, resolviendo que se trata aquí del concepto de *ideología* manejado por el Marx de *El capital* (visiblemente en el apartado que dedica al fetichismo de la mercancía). Para Marx, por consiguiente, la teoría se define como un proceso que parte de una percepción confusa, ideológica; esta concepción de la verdad científica como un «destilado» del error debería hacer que nos preguntáramos, por otra parte, si es posible (y más en el ámbito de las ciencias sociales) una teoría sin trazas de aquellos orígenes.

Palabras clave

Método, abstracción, representación, *Vorstellung*, ideología

1. El método de la economía política.

Cuando examinamos un país dado desde el punto de vista de la Economía política, empezamos por su población, la división de ésta en clases, su distribución en las ciudades, en el campo y al borde del mar, las diferentes ramas de producción, la exportación e importación, la producción y el consumo anuales, los precios de las mercancías, etc.

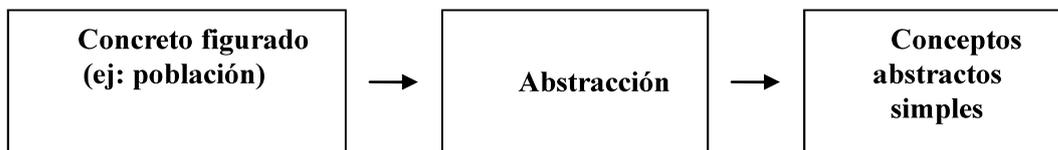
Parece ser apropiado comenzar por lo real y concreto, por las premisas efectivas, o sea, en la Economía política, verbigracia, por la población, que es la base y el sujeto de todo el proceso social de producción. Un examen más detenido muestra, sin embargo, que esto es erróneo. La población es una abstracción si, por ejemplo, se desatienden las clases que la componen. Estas clases son a su vez una palabra huera si se ignoran los elementos en que

ellas se asientan, por ejemplo, el trabajo asalariado, el capital, etc. Estos últimos presuponen el cambio, la división del trabajo, los precios, etc. El capital, por ejemplo, no es nada sin el trabajo asalariado, sin el valor, el dinero, el precio, etc. De este modo, el que empezara por la población tendría una representación caótica del todo y, por medio de definiciones más detalladas, del análisis, llegaría a conceptos cada vez más sencillos; pasaría de lo concreto figurado a abstracciones cada vez más tenues, hasta alcanzar las definiciones más simples. Desde allí debería emprender el camino de regreso, hasta llegar en fin de nuevo a la población, pero ésta no sería ya una representación caótica de un todo, sino un rico conjunto de muchas definiciones y relaciones. El primer camino es el tomado históricamente por la Economía política en sus albores. Los economistas del siglo XVII, por ejemplo, empiezan siempre por un todo vivo, por la población, la nación, el Estado, varios Estados, etc., pero acaban siempre por destacar mediante el análisis algunas relaciones generales abstractas determinantes, tales como la división del trabajo, el dinero, el valor, etc. Tan pronto como estos factores sueltos fueron más o menos fijados y abstraídos, aparecieron sistemas económicos que de las nociones más simples -trabajo, división del trabajo, necesidad, valor de cambio, etc.- ascendieron al Estado, a los cambios entre naciones y al mercado mundial. Este último método es evidentemente el método científico correcto. Lo concreto es concreto por ser la síntesis de muchas definiciones, o sea, la unidad de aspectos múltiples. Aparece por tanto en el pensamiento como proceso de síntesis, como resultado y no punto de partida, aunque es el verdadero punto de partida y también, por consiguiente, el punto de partida de la contemplación y representación. El primer procedimiento ha reducido la representación plena a definiciones abstractas; con el segundo, las definiciones abstractas conducen a la representación de lo concreto por medio del pensamiento. Hegel se cayó [sic.] por tanto en la ilusión de concebir lo real como el resultado del pensamiento, causando éste su propia síntesis, su propia profundización y su propio movimiento, mientras que el método consistente en ascender de lo abstracto a lo concreto es tan sólo, para el pensamiento, la manera de asimilar lo concreto, de reproducirlo como categoría mental concreta. Pero esto no es en modo alguno el proceso de génesis de lo concreto como tal.¹

Este árido pasaje proviene de la «Introducción» de 1857 (que Marx no publicó) a la *Contribución a la crítica de la economía política*, importante obra teórica de Marx que anticipa los grandes temas de *El capital*. En este fragmento, vemos a Marx tratar una serie de problemas epistemológicos elementales: ¿cuáles son las condiciones de producción del conocimiento científico? ¿Cuál es la materia prima de la ciencia? ¿Cómo tiene lugar el procedimiento de apropiación de esa materia prima por el científico?

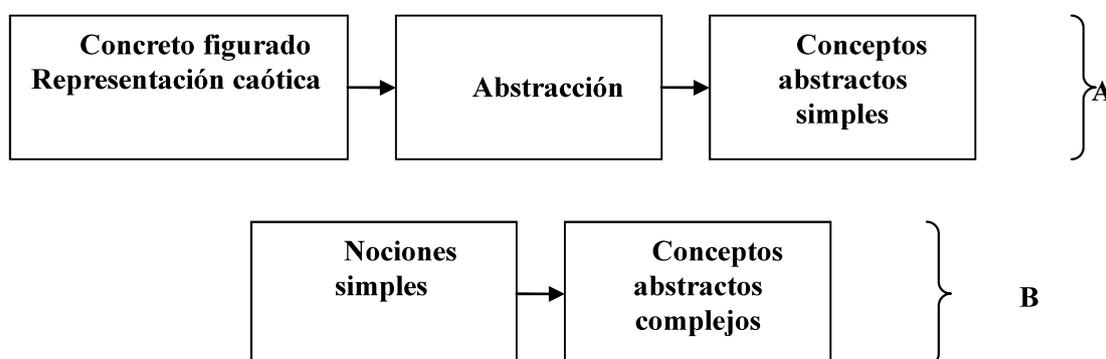
¹ Karl Marx, «Introducción», en *Contribución a la crítica de la economía política*, Moscú: Progreso, 1989, pp. 196-97. Disponible online en <http://www.moviments.net/espaimarx/docs/8d9a0adb7c204239c9635426f35c9522.pdf>.

Según Marx, el punto de partida de la investigación parece ser lo real y concreto. En el caso de la economía, lo real y concreto sería la población (una población con necesidades de índole económica), como base y sujeto del proceso de producción. Sin embargo, esto que se nos aparece como real y concreto resulta ser, para Marx, ciertamente lo abstracto si ignoramos su composición en clases sociales, los elementos de dicha composición (trabajo asalariado, capital) y otras categorías como división del trabajo, trabajo asalariado, precios, valor, dinero... Por consiguiente, pasamos de una representación de lo concreto, que en realidad resulta ser lo más abstracto, a abstracciones cada vez más sutiles que nos permiten destilar una serie de conceptos simples. Marx se refiere a este proceso como un paso de lo concreto figurado (*vorgestellten Konkreten*) a abstracciones cada vez más tenues, que concluye en la elaboración de conceptos simples.



Marx se refiere a lo «concreto figurado» (*vorgestellten Konkreten*) como una representación caótica del todo (*chaotischen Vorstellung eines Ganzen*), es decir, de la totalidad. El concepto clave aquí es *representación* (*Vorstellung*). Según Marx, la ciencia económica se construye no a partir de datos objetivos presentes de manera transparente al observador, sino a partir de una representación caótica de la totalidad, que debe ser sometida a un análisis el cual nos la descompondrá en elementos simples, abstractos, pero que producen un conocimiento efectivo (a diferencia de aquella representación que, siendo «concreta», no lo es más que de manera «figurada», en palabras de Marx).

Este ha sido el procedimiento tradicional desde la economía clásica británica. Tras producir unos conceptos fundamentales, los economistas construyen sistemas económicos (estructuras teóricas) que se elevan describiendo realidades más complejas como el Estado o el mercado mundial. Marx está definiendo la economía, por tanto, como una construcción sistemática que pasa de lo más difuso a lo más definido, de lo más abstracto a lo más concreto. En sus orígenes, la economía tuvo que lidiar con una representación confusa de las poblaciones y sus funciones económicas, y sólo tras un progresivo desarrollo pudo destilar conceptos por medio de los cuales construir sistemas teóricos que permitieran un conocimiento más concreto de la totalidad. Por tanto, tenemos dos procedimientos, el que vimos arriba (que corresponde a una ciencia en gestación) y otro que corresponde a una ciencia desarrollada (una «ciencia normal», diríamos en terminología de Kuhn).



En ninguno de estos casos, Marx considera que el comienzo de la investigación tenga que ver con un acceso transparente a la cosa, ni mucho menos a los aspectos elementales de las cosas. Lo que se percibe (en forma de representación caótica de la totalidad) es demasiado confuso, y en ello resulta difícil distinguir siquiera los elementos. Sólo un proceso de abstracción nos permitirá definir esa representación en sus elementos simples. A continuación, se produce un conocimiento de lo concreto que es una totalidad, una síntesis de definiciones:

Lo concreto es concreto por ser la síntesis de muchas definiciones, o sea, la unidad de aspectos múltiples. Aparece por tanto en el pensamiento como proceso de síntesis, como resultado y no punto de partida, aunque es el verdadero punto de partida y también, por consiguiente, el punto de partida de la contemplación y representación.²

Lo concreto aparece aquí dos veces (y en ambas ocasiones tiene que ver con la totalidad): en los inicios de la teoría, de forma caótica y confusa, y en los resultados, cuando por medio de definiciones abstractas se consigue representar en un sistema económico o modelo económico lo concreto existente.

2. La forma de valor de la mercancía.

Los comienzos son siempre difíciles, y esto rige para todas las ciencias. La comprensión del *primer capítulo*, y en especial de la parte dedicada al *análisis de la mercancía*, presentará por tanto la dificultad mayor. He dado el carácter más popular posible a lo que se refiere más concretamente al *análisis de la substancia y magnitud del valor*. La *forma de valor*, cuya figura acabada es la *forma de dinero*, es sumamente simple y desprovista de

² *Ibid.*, pp. 196-97.

contenido. No obstante, hace más de dos mil años que la inteligencia humana procura en vano desentrañar su secreto [...]. ¿Por qué? Porque es más fácil estudiar el organismo desarrollado que las *células* que lo componen. Cuando analizamos las formas económicas, por otra parte, no podemos servirnos del microscopio ni de reactivos químicos. La facultad de abstraer debe hacer las veces del uno y los otros.

Para la sociedad burguesa la *forma de mercancía*, adoptada por el producto del trabajo, o la *forma de valor* de la mercancía, es la *forma celular económica* [...]³

En este fragmento del primer prólogo de *El capital*, Marx vuelve sobre los temas que vimos tratados de modo genérico (y creo que insuficiente) en la «Introducción» de la *Contribución*. Aquí nos encontramos de nuevo con *los comienzos*, que siguen suponiendo el periodo más arduo de la investigación. Marx se está refiriendo al primer capítulo de *El capital*, célebre por su dificultad y por su abstracción. En ese capítulo, Marx presenta su teoría del valor. Las mercancías se intercambian por otras mercancías (trueque), o por dinero (en el caso de mercados desarrollados), estableciéndose entre ellas relaciones de valor (una mercancía *x* vale tanto de la mercancía *y*, o tal cantidad de dinero). El gran enigma del mercado capitalista reside en esta relación de valor, en esta forma de valor que adoptan las mercancías.

En efecto, el valor es la categoría más simple y más vacía de contenido, pero al mismo tiempo la más enigmática. La primera distinción que hace Marx es entre *valor de uso* y *valor de cambio* (o «valor» a secas). En contra de lo que dirían hoy los economistas ortodoxos, que sostienen una teoría subjetiva del valor (según ellos, algo vale tanto como un comprador esté dispuesto a pagar: confunden de este modo valor de uso con valor de cambio y con precio), Marx sostiene una teoría objetiva del valor. Lo que establece el valor relativo de distintas mercancías, no es un dato subjetivo que dependa de la relación de mercado, sino una constante objetiva que se da más allá de las oscilaciones de precios en el mercado real. *El valor de las mercancías viene dado por tanto por algo que todas ellas tienen en común y a la vez en proporciones distintas: y ello es el constituir materializaciones de un trabajo humano considerado abstractamente.*

3. El fetichismo de la mercancía.

La lógica de equivalencias conforme al valor-trabajo se halla no obstante velada a la conciencia espontánea, que es incapaz de percibir la *ungeheure Warensammlung*, el «enorme cúmulo de mercancías» en que se aparece la riqueza en las sociedades capitalistas, como una articulación significativa de las diversas mercancías por referencia a

³ Karl Marx, «Prólogo a la primera edición», en *El capital*, Libro I, volumen 1, Madrid: Siglo XXI, 1975, pp. 5-6.

un contenido común, la cantidad de trabajo necesaria para su producción. En lugar de ello, la considera como una estructura autorreferente sometida al capricho de los sujetos libres encontrados en el mercado, y al poder de la fuerza de la costumbre para fijar determinadas proporciones más o menos estables.

En esto consiste el fetichismo de la mercancía, entendido como práctica ideológica o como ideología práctica –toda ideología es material y tiene lugar en un conjunto de prácticas. En efecto, el fetichismo de la mercancía es la ideología que subyace al intercambio de mercancías, y supone el desconocimiento del valor de cambio intrínseco a las mercancías, por el mero hecho de ser la materialización de un trabajo humano abstractamente considerado. Así, los productores, que se relacionan entre ellos por medio del intercambio de los productos de su trabajo, sustituyen (*en la práctica*) dicha relación por la relación entre los productos de su trabajo. Las relaciones sociales entre los productores son vividas como relaciones sociales entre los productos del trabajo, y de este modo el carácter social del trabajo humano se encuentra representado como un carácter objetivo inherente a dichos productos, «como propiedades sociales naturales de dichas cosas».⁴ Así, la potencia del trabajo humano para desenvolverse como cooperación social y como intercambio de los productores, que en una sociedad democrática de productores emancipados se desarrollaría racionalmente, es *reificada*: adjudicada a los productos del trabajo, que parecen obrar por sí mismos y adoptan la personalidad social de sus productores. De este modo, la planificación de la producción, que podría determinarse de forma racional y atendiendo a las necesidades sociales, es supeditada al gobierno de las cosas, las mercancías: es en el mercado donde se determina qué mercancías son socialmente valoradas, cuál es la cantidad que de ellas se demanda, y en qué sentido debe organizarse su producción. Esto produce, naturalmente, irracionalidades. Un ejemplo de ello son las burbujas económicas: supongamos que, como sucedió en España en los últimos años, el «mercado» inmobiliario nos transmite una información determinada, esto es, que el precio de la vivienda nunca descende y que existe una demanda siempre creciente. Como individuo que atiende sólo al criterio de maximización de sus beneficios, optaré por invertir en viviendas, a pesar de que una simple observación empírica (la mayoría de viviendas adquiridas en los años del *boom* han permanecido inhabitadas) debería haberme hecho reflexionar al respecto.

El mejor modo de entender el fetichismo de la mercancía es por medio, curiosamente, de la inintencionada celebración de éste tal como la realiza Leonard E. Read en su breve texto «Yo, el lápiz». En este relato, el lápiz, que nos habla en primera persona (se trata de un fetichismo de la mercancía puro y duro), afirma que *nadie* sabe cómo fabricarlo, pues consiste en el producto de la cooperación de millones de personas que hablan lenguas distintas y que perfectamente pueden no haber visto nunca su producto acabado. Ninguna

⁴ *Ibid.*, p. 88.

mente maestra ha organizado racionalmente la producción de un lápiz, sino la Mano Invisible del mercado. Este *misterio*, la Mano Invisible, no es sino la imagen gráfica, fabulosa, del modo en que las mercancías establecen relaciones sociales por sí mismas, independientemente de la voluntad de los productores. Y semejante estado de cosas es posible porque existe una acumulación de mercancías en una relación de intercambio generalizado, como sucede en las sociedades capitalistas desarrolladas, donde el medio de cambio es el *dinero*.

4. La economía libidinal del capitalismo.

Desde el sentido común ordinario, fetichista, el valor no existe de forma previa al intercambio, sino a posteriori de éste, como el sentido de dos elementos que se descubre al finalizar el enunciado que sanciona o acuerda su intercambiabilidad. Como en un chiste (donde toda la broma cobra significado, usualmente, al cabo de la última frase), hay un efecto de sentido que se produce en la expresión de valor. Esa expresión de valor contiene en sí un trasfondo económico: un desplazamiento «energético», análogo a la descarga libidinal implicada en el chiste —entendido en sentido freudiano, como una formación del inconsciente que lleva implicada un goce.⁵ Uno de los mejores ejemplos a este respecto sigue siendo el que Freud toma de Heinrich Heine:

En el fragmento de los *Reisebilder* titulado «Los baños de Lucas», nos presenta Heine la regocijante figura de Hirsch-Hyacinth, agente de lotería y extractador de granos, que, vanagloriándose de sus relaciones con el opulento barón de Rothschild, exclama: «tan cierto como que de Dios proviene todo lo bueno, señor doctor, es que una vez me hallaba yo sentado junto a Salomón Rothschild y que me trató como a un igual suyo, muy «famillionariamente» (*famillionär*).⁶

Como bien hace notar Freud, la broma, la agudeza (*Witz*) no funciona en el nivel semántico, sino en el nivel sintáctico o formal, en la forma de expresión verbal que genera consecuentemente un plus de significado. ¿Cuál es el mecanismo formal que vemos operar aquí? Uno de los procesos característicos que rigen las formaciones del inconsciente: la condensación. Cuando el personaje del chiste se deleita del trato recibido por el aristócrata, condensa en una misma palabra dos sentidos: por un lado, la idea «me trató como a un igual, muy familiarmente»; por el otro, la idea «hasta el punto en que ello es posible a un millonario». La condensación de ambas ideas, por medio de una composición de los términos «familiarmente» (en la primera) y «millonario» (en la segunda) produce el agudo

⁵ Sigmund Freud, «El chiste y su relación con lo inconsciente», en *Obras completas*, Vol. 3, Madrid: Nueva Visión, 2001, pp. 1029-1167.

⁶ *Ibid.*, p. 1034.

significante «famillionarmente», abreviación que Freud representa de manera gráfica como sigue:

FAMILI AR
MILIONÄR

FAMILIONÄR

Pues bien, y como vimos arriba, este tipo de mecanismos formales de producción de sentido son los que reinan en el confuso universo de las mercancías, caracterizado por el intercambio generalizado de éstas, y mediado por un criterio económico de equivalencia (e incremento) y por un criterio libidinal (repetición sin finalidad del movimiento de un goce).

En la expresión de valor, supuesto fundamental del ciclo mercancía-dinero o dinero-mercancía, se genera un sentido que clausura una situación de caos e incertidumbre, de falta de sentido. La fijación de una relación de valor (cosa que según los economistas clásicos dependía de la fuerza de la costumbre), supone el establecimiento de una estructura simbólica a partir del exterior absoluto de una *ungeheure Warensammlung*, múltiple y caótica, donde puede acontecer cualquier cosa («los mercados», el universo del intercambio de mercancías, inexorable e impredecible), esto es, del Real irrepresentable. Si la *ungeheure Warensammlung* es el mercado capitalista, el establecimiento del intercambio generalizado ha de generar una relación de sentido, una lógica de equivalencias, que opere la condensación de dos significantes (dos mercancías diferentes) sometida a las leyes de la represión –represión de un Real carente de sentido, abierto, inconmensurable.

Es este universo confuso de intercambio de mercancías, este cúmulo de mercancías (*ungeheure Warensammlung*), el que se presenta como *volle Vorstellung*, como representación caótica de la totalidad: una confusión capitalista primordial, en la que una compra sigue a una venta y en la cual todos los criterios objetivos de valor parecen quedar dejados de lado por la pura subjetividad de las apetencias y las voluntades individuales de las partes implicadas.

Pero si lo Real del sinsentido «puls» o «pulsiona» sobre la representación caótica de la totalidad (la *volle Vorstellung*), ello es porque dicha representación caótica se encuentra dispuesta a acoger tal pulsión en su seno. No existe lo Real del mercado y sus fallos ocasionales como algo externo al orden armónico de la comunidad social en la cual los sujetos se relacionan según un orden simbólico racional (el intercambio de equivalentes):

existe lo simbólico de un sistema de equivalencias o mercado que se encuentra atravesado por un desequilibrio traumático fundamental y estructural que es su motor y la causa de sus crisis.

Lo que el mercado encarna es la totalidad autoconclusiva de un Sujeto centrado en sí mismo, completo, y que no nos necesita, pues subsiste más allá de las voluntades de cualquiera de nosotros.⁷ El mercado es una representación del gran Otro lacaniano, el Sujeto del orden simbólico, concededor y poseedor de un goce (*jouissance*) sublime, desconocido e insondable. El sujeto (con minúsculas), fascinado por esta completud, accede a la sociedad capitalista con una representación (*Vorstellung*) confusa de su totalidad, pero dicha representación es engañosa, por cuanto que se fundamenta ella misma en la concepción de ese orden simbólico de mercancías como una totalidad cerrada, como un gran Otro. El sujeto persiste en dicha representación engañosa porque, fascinado por ella, aspira a participar del goce absoluto y sublime que le atribuye, si bien dicha presunción de goce no es sino el modo desesperado de atribuir una completud y un cierre de sentido a ese gran Otro de cuya verdadera inexistencia e incompletud el sujeto sospecha (algo se pierde en ese mercado total en sí mismo, algo carece de sentido en la lógica del intercambio generalizado de mercancías bajo el capitalismo).

Y este modo de *representación*, dispuesta en torno a un goce, no es sino aquello que Slavoj Žižek o Mladen Dolar definen como *ideología*.⁸ En efecto, el mercado capitalista existe por y para ese goce supuesto, esa hipótesis de que *alguien* (el Otro) *goza*. Y es esta representación ideológica del mercado capitalista la que el materialista histórico debe afrontar. Por esta razón, la crítica no es la descripción de lo que sucede en la «economía de mercado» (que es como tal una ficción imaginaria) sino la abstracción de las representaciones confusas de dicho mercado con objeto de dilucidar las categorías económicas abstractas que nos permitan entender la razón de ser del modo de *producción* capitalista. La teoría es por consiguiente crítica, separación respecto de la fantasía ideológica, que en este caso es la fantasía ideológica *perversa* de participar de un goce por medio de la sumisión al Sujeto que goza, el Mercado. La desmistificación de las relaciones de mercado es la que hace posible comprender las relaciones sociales de producción capitalistas, y con ello analizar la especificidad del modo de producción capitalista.

Y dicha desmistificación de la fantasía ideológica tiene lugar por medio de la denuncia de la falla de sentido dentro del esquema de equivalencias propio del mercado capitalista.

⁷ Althusser habla en estos términos (Sujeto con mayúscula, sujetos en minúscula) en su breve caracterización de la «ideología religiosa cristiana» en las últimas páginas de «Idéologie et Appareils Idéologiques d'État», en *Sur la reproduction*, Paris: P.U.F., 1995, pp. 269-314.

⁸ Cf. Mladen Dolar, «Beyond interpellation», en *Qui Parle*, 6: 2 (Primavera-verano de 1993), pp. 75-96. Slavoj Žižek, *The sublime object of ideology*, New York: Verso, 2008.

Dicha falla de sentido, que el goce capitalista procura clausurar, es al mismo tiempo su causa y su motor, la fuente primordial de su puesta en movimiento, su razón de ser. Este lugar del capital donde se anudan el sentido y el sinsentido, este punto cero de su sentido que es al mismo tiempo causa y razón de ser de todo el modo capitalista de producir, se llama por supuesto *plusvalor* (la fuente de la ganancia capitalista).

Como es sabido, Marx supera la confusión del análisis de la mercancía recurriendo a una teoría laborista del valor que ya había sido propuesta por los economistas clásicos como Adam Smith o David Ricardo: el trabajo contenido en una mercancía es la constante que determina su valor. Sin embargo, Adam Smith retrocedió respecto de esta explicación, a la hora de determinar el origen de la ganancia capitalista (en efecto, si el valor de la mercancía es el valor del trabajo contenido, y éste se retribuye en la forma de salarios, el único que obtendría un beneficio de la venta sería el obrero).

Adam Smith pretende resolver el problema por medio de su teoría de los costes de producción. La economía clásica considera que el coste de los salarios se traslada sin más, junto con el coste de los medios de producción y materias primas, al producto. Sobre este coste, y una vez en el mercado, el vendedor añadiría un sobreprecio, que sería la fuente de la ganancia capitalista. Con independencia de la fluctuación de los precios en una economía de mercado, Marx considera que el origen de la ganancia está dentro del propio proceso productivo, en vez de acontecer en el momento de la venta (el error de Adam Smith está en ignorar dicho proceso productivo, centrándose en la observación empírica de los procesos de compra-venta en los mercados, sometidos a toda clase de fluctuaciones de precios, motivadas por causas a menudo subjetivas).⁹

¿Cómo tiene lugar, por tanto, la apropiación de plusvalor por parte del capitalista? A diferencia de una pieza de maquinaria, el trabajador puede incorporar un valor nuevo al producto, que sobrepasa su retribución. Ello es así porque el empresario no adquiere el producto del trabajo del trabajador, sino sólo su capacidad de trabajo durante una jornada laboral, de tal forma que a cambio de un salario determinado (que depende del coste de la vida, de las necesidades históricas, y del estado de la correlación de fuerzas en la lucha de

⁹ «He aquí por qué todos los escritores anticuados de Economía política que sentaban la tesis de que los salarios regulan los precios, intentaban probarla presentando la ganancia y la renta del suelo *como simples porcentajes adicionales sobre los salarios*. Ninguno era capaz, naturalmente, de reducir los límites de estos recargos porcentuales a una ley económica. Parecían creer, por el contrario, que las ganancias se fijaban por la tradición, la costumbre, la voluntad del capitalista o por cualquier otro método igualmente arbitrario o inexplicable. Cuando dicen que las ganancias se determinan por la competencia entre los capitalistas, no dicen absolutamente nada. Esta competencia, indudablemente, nivela las distintas cuotas de ganancia de las diversas industrias, o sea, las reduce a un nivel medio, pero jamás puede determinar este nivel mismo o la cuota general de ganancia» (Karl Marx, «Salario, precio y ganancia», en Karl Marx y Friedrich Engels, *Obras escogidas*, O. Cit., pp. 429-30).

clases) el obrero consiente en ceder todo el producto de su trabajo.¹⁰ La diferencia entre el tiempo de trabajo que el trabajador dedica a reproducir el valor de su salario (es decir, a trabajar *para sí mismo*) y el tiempo total de su jornada laboral, recibe el nombre de *trabajo excedente* o *plustrabajo*, fuente del *plusvalor* y por consiguiente de la ganancia capitalista.

El plusvalor alude pues a una relación de intercambio (fuerza de trabajo - salario) que no se regula por el principio de equivalencia. Es una relación que se encuentra determinada por el conflicto social y por relaciones de fuerza políticas y económicas entre clases sociales. Y este conflicto social, llamado *lucha de clases* y enraizado en las relaciones sociales dentro de la empresa, es lo Real traumático del capitalismo: el elemento irracional que atraviesa necesariamente el por otro lado racional y apolítico régimen de intercambio de mercancías. Esta irracionalidad del sistema es la que se encuentra censurada por la lógica libidinal del mercado capitalista, operando como la fuente de *jouissance* de sus sublimes representaciones y al mismo tiempo como amenaza potencial de ruptura. Los conceptos de plusvalor y de lucha de clases son por tanto categorías críticas por medio de las cuales disolver la representación ideológica del capitalismo como un gran Mercado que pone en relación a los individuos libres e iguales.

5. Bibliografía

ALTHUSSER, Louis: «Idéologie et Appareils Idéologiques d'État», en *Sur la reproduction*, Paris: P.U.F., 1995, pp. 269-314.

DOLAR, Mladen: «Beyond interpellation», en *Qui Parle*, 6: 2 (Primavera-verano de 1993), pp. 75-96.

FREUD, Sigmund: «El chiste y su relación con lo inconsciente», en *Obras completas*, Vol. 3, Madrid: Nueva Visión, 2001, pp. 1029-1167.

LACAN, Jacques: *El seminario 3: Las psicosis*, Buenos Aires: Paidós, 2004.

MARX, Karl: «Das Kapital», en Karl Marx/Friedrich Engels, *Werke*, Band 23, Berlin: Dietz Verlag, 1968.

_____ : *El capital*, 8 Vol., Madrid, Siglo XXI, 1975-1981.

¹⁰ «El *valor* diario o semanal de la fuerza de trabajo y el *ejercicio* diario o semanal de esta misma fuerza de trabajo son dos cosas completamente distintas, tan distintas como el pienso que consume un caballo y el tiempo que puede llevar sobre sus lomos al jinete. La cantidad de trabajo que sirve de límite al *valor* de la fuerza de trabajo del obrero no limita, ni mucho menos, la cantidad de trabajo que su fuerza de trabajo puede ejecutar» (Ibid., p. 443).

_____ : «Introducción», en *Contribución a la crítica de la economía política*, Moscú: Progreso, 1989, pp. 178-219.

_____ : «Salario, precio y ganancia», en Karl Marx y Friedrich Engels, *Obras escogidas*, vol. 1, Madrid: Akal, 1975, pp. 429-30.

ŽIŽEK, Slavoj: *The sublime object of ideology*, New York: Verso, 2008.

Luis Felip López-Espinosa

felip885@gmail.com