

El misterio de la forma mercancía

Diego Gerzovich
Universidad de Buenos Aires
dgerzovich@gmail.com

Presentación proustiana

Cuando, acabado el almuerzo, nos íbamos a sentar junto al gran ventanal del salón, mientras que la señora de Swann me preguntaba cuántos terrones quería en el café, no era solamente el taburete de seda que ella empujaba hacia mí el que exhalaba, juntamente con la dolorosa seducción que yo antaño sintiera, en el nombre de Gilberta, primero junto al espinoso rosa y luego junto al macizo de laureles, la hostilidad que me mostraron sus padres, tan bien percibida y compartida al parecer por este mueblecillo, que a mí me parecía una cobardía imponer mis pies a su acolchado ser indefenso: un alma personal le enlazaba secretamente con la luz de las dos de la tarde, tan distinta de lo que era en cualquier otra parte en aquel golfo donde movía a nuestros pies sus olas de oro, entre las que sobresalían los azulosos canapés y los vaporosos tapices como islas encantadas; y hasta el cuadro de Rubens colgado encima de la chimenea tenía ese género y casi esa potencia de seducción que las botas de cordones del señor Swann y que su abrigo con esclavina, que me inspiraba vivos deseos de tener uno igual, y que ahora Odette decía a su marido que reemplazara por otro, para estar más elegante, cuando yo les hacía el honor de acompañarlos.

Marcel Proust (*En busca del tiempo perdido*. 2. *A la sombra de las muchachas en flor*)

Antes de pensar el fetichismo de la mercancía, ¿no habría que pensar el fetichismo de la cosa? *Fetichismo de la mercancía* aparenta ser una doble negación. Fetichismo refiere a la negación de la cosa, o el hecho de tomar una cosa por otra; mercancía también refiere a la negación de un fondo: en este caso el trabajo real de los hombres en un modo de producción. Denunciar el fetichismo de la mercancía: la mercancía misma es un proceso de fetichización, porque la mercancía es la sustitución del valor en sí de la cosa por su valor de cambio. De modo que cuando uno habla en términos de mercancía, ya está efectuando la denuncia de la sustitución. Lo que se denuncia en realidad es la mercancía misma. La mercancía es un fetiche. Negar la cosa misma para resaltar su valor de cambio en el mercado. Pero lo que se niega allí es el trabajo de los hombres que es la verdadera esencia de la cosa.

El taburete de seda de Proust es horas de trabajo. Proust niega esa verdad de la cosa (el hecho de que sea producto del trabajo humano). Pero deja aparecer el alma personal del taburete de los Swann: aquello que lo conecta con su pasado inmemorial. Y esa dimensión está ausente de toda reflexión materialista. Es la dimensión de la “realidad de las cosas”.

De modo que, según la perspectiva, marxiana o proustiana, la realidad de la cosa resulta ser o bien horas de trabajo, o bien una exhalación de rememoraciones que dan cuenta de su verdad. En Proust se trata de ese taburete, y sólo ése es la cosa misma. Otro taburete idéntico a ese, retirado de otro entorno, o con otra vida, dirá otra verdad; su verdad será otra. Para Marx, no hay *ése*, se trata de un general abstracto. Todo taburete idéntico implica una cantidad igual de horas de trabajo.

Esa abstracción generalizada es, a su vez, la negación de la cosa misma. De su verdad.

Dolorosa seducción (del nombre de Gilberta) + hostilidad de sus padres: todo ello en el taburete de seda. El taburete de seda. En la cosa, en esta cosa particular, se condensan aspectos subjetivos e inmemoriales. Pero ¿qué subjetividad está mostrando Proust aquí? Hay un yo al que se le pregunta la cantidad de terrones que quiere en el café y ese mismo yo *hace* el honor de acompañar a los Swann; también es el yo cuyo deseo es no imponerle sus pies al taburete de seda. Un yo que dialoga con el lenguaje secreto de las cosas. Un yo preguntado, un yo compañía, un yo respetuoso del alma personal de las cosas. Yo que habla el lenguaje inmemorial de las cosas hasta arrancarle sus secretos: olas de oro e islas encantadas.

Proust enfoca, desde ese yo tan particular, la indefensión del *ser* de la cosa. En la época del general abstracto, de la mercantilización completa de la vida, las cosas se muestran indefensas. Hace falta un fetichismo muy delicado para protegerlas, para ver o escuchar su alma personal, su verdad.

Al fetichismo de la mercancía denunciado por Marx, Proust le opone su delicado fetichismo para proteger su espiritualidad. El espíritu de las cosas. Proust halla la vida de las cosas. Descubre la vida secreta de la cosa individual, su alma. Ella trasciende la seda, las cuatro patas, se le presenta al yo proustiano con un idioma particular. Es ella, el alma del taburete, la que reacciona con Proust a su transformación en general abstracta. Reacción delicada. Proust la escucha, su yo la narra.

El fetichismo de la mercancía es la reacción masiva y global de las cosas contra los hombres. El terrible misterio de la forma mercancía, ese que no deja de acicatearnos desde el capitalismo de consumo, es la venganza del lenguaje de las cosas que se mezcla con el de los hombres para trans-

formar la vida de estos en una Babel incontrolable e incomprensible.

Proust da el ejemplo y la lección. Para salirnos de esa Babel misteriosa de lenguajes mezclados: delicadeza, respeto y escucha atenta. El fetichismo de un hombre vaciado de su yo¹, nuestro contemporáneo, para confrontar con el fetichismo de la mercancía.

Marx: forma y misterio

Luego se encarará la cuestión del misterio. Pero primero, ¿a qué se refiere Marx cuando habla de la “forma mercancía”? Si se sigue la famosa cita del tomo I de *El Capital*, Marx parece referirse con el término “forma” al modo de aparición de algo. Un modo de aparición que es engañoso respecto de ese algo que se nos aparece bajo tal forma. Hay un algo y una forma en la que ese algo se nos aparece a los hombres. Detrás de la “forma mercancía”, hay una relación social entre hombres: el trabajo. Precisemos la cuestión: la engañosa “forma mercancía” es una relación social entre cosas; y lo que esconde esa forma es una relación social entre hombres. De modo que el vínculo engañoso es entre mercancía y trabajo. La mercancía esconde el trabajo. Se nos aparece una cosa por otra; y esa sustitución es la habilitación para llamar a tal “engaño” con el nombre de fetichismo. Se nos aparece el pie de la mujer como objeto de deseo en lugar de la mujer misma. No conviene entrar ahora en los meandros del deseo, resultarían un desvío. Sí vale la pena mencionar el significado de la noción de Forma en vertientes conservadoras de la estética²: los fenómenos puros que se nos aparecen a los hombres bajo formas comunicables. Lo puro es incomunicable a los hombres pues pertenece al ámbito de lo divino. Los hombres conocemos la realidad de las formas puras a través de formas humanas que permiten que lo puro sea compartido. Por ejemplo, las formas artísticas puras se presentan bajo la forma estética; o la forma pura del derecho se representa mediante la forma jurídica. Sin las formas estéticas o jurídicas no conoceríamos aquello que nos está vedado por ser divino: la belleza o el derecho³. Esta concepción de la forma como aparición posible o comunicable de lo real-divino en principio parece alejada de la denuncia ideológica del fetichismo de la mercancía por Marx. Sin em-

1 La referencia es al “yo vaciado” del imprescindible texto de Walter Benjamin sobre la imagen en Proust (*Una imagen de Proust*)

2 En la siguiente cita de su *Teoría estética*, Adorno se refiere críticamente a este modo de concebir lo estético. Esa crítica permite exponer con claridad ese conservadurismo en la noción de forma: “En sí, el *más* hecho por los seres humanos no garantiza el contenido metafísico del arte. Éste podría ser completamente nulo, y sin embargo las obras de arte podrían poner ese más como algo que aparece. Las obras de arte llegan a ser tales en la producción del *más*; producen su propia trascendencia, no son su escenario, y de este modo quedan separadas de la trascendencia.” (Adorno, 2004:110)

3 Los ejemplos los tomo de *Catolicismo romano y forma política* de Carl Schmitt (2011), contemporáneo de Lukács un autor paradigmático (aunque no tan conocido en este sentido) del conservadurismo estético.

bargo, una lectura atenta nos muestra que el dualismo es similar y que tanto las “formas humanas” como la “forma mercancía” se presentan como una carencia de un algo que está en otro lado. Allí se acaban las semejanzas, pero no parecen despreciables.

Respecto del misterio de la forma mercancía que inquieta a Marx, no parece tan alejado del misterio de la creación artística que embelesa a los idealistas estéticos. Marx no es hombre de encantamientos, a pesar del lenguaje provocadoramente místico que usa para reflexionar sobre ese misterio. Formulemos la pregunta que constituye a la mercancía como misterio: ¿por qué se produce este engaño? O ¿cómo se produce este engaño? La respuesta de Marx no refiere a ningún tipo de “operación ideológica”, sino a la independencia y aislamiento en que se desarrollan los trabajos privados que producen mercancías.

Como los productores no entran en contacto social hasta que intercambien los productos de su trabajo, los atributos específicamente sociales de estos trabajos privados no se manifiestan sino en el marco de dicho intercambio. O en otras palabras: de hecho, 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. (Marx, 1987:89)

A este “alcanzar realidad” de los trabajos privados a través del intercambio de los productos de ese trabajo, Marx lo ampliará en el sentido de que ese intercambio de cosas es el modo en que se *ponen de manifiesto* las relaciones sociales de trabajo. La forma mercancía, y también su fetichismo, está relacionada con la socialización o comunicabilidad de los trabajos privados (el trabajo mismo) que son la esencia de esa forma. En esta relación de esencia-apariencia, hay que hablar del pasaje conceptual entre trabajo concreto (que crea valores de uso) y trabajo general-abstracto (sustento conceptual del valor de cambio). Como si el trabajo concreto se sustrajera a la comprensión y mirada de los hombres y lo único que fuera visible-comunicable fuera el producto de este trabajo. La mercancía no es el producto en sí mismo, sino el modo en que el trabajo se sustrae a la visibilidad en la comunidad. Lo que entra en el circuito de socialización-intercambio es el producto, en su forma mercancía, que niega-esconde su sustancia laboral concreta, y se expone como trabajo general abstracto. Esta sustancia-trabajo es el trasfondo humano de la cosificación. Incluso Marx va a hablar en la *Contribución a la crítica de la economía política* de una “forma pura” o natural de trabajo, “una condición natural de la existencia humana, independiente de todas las formas sociales, una condición del proceso metabólico entre el hombre y la naturaleza” (2003: 19). Entonces, tres formas: trabajo puro, trabajo concreto, trabajo abstracto. La última de las formas, la forma de trabajo del mundo-mercancía, cabe expresarla (verbalizarla) también como: *el trabajo se hace abstracto*; en el

sentido de que se hace abstracto para los hombres, y lo concreto-aparente pasa a ser el producto (la cosa producida) de ese trabajo; a esa abstracción (abstractización, deberíamos decir) la denominamos *mercancía*. Lo que ha aparecido en este proceso, y lo ha hecho como historia, es una determinada sociedad con su forma determinada de riqueza. La forma mercancía, entonces, es la “abstractización” del trabajo como modo socializado determinado de acumular riqueza⁴. Esta apariencia se denomina *cosificación* o “segunda naturaleza”.

Propongamos esta hipótesis, en principio descabellada: ¿y si la negación del trabajo humano en la forma mercancía deviniera de su incomunicabilidad? ¿Y si el trabajo fuera, en el capitalismo industrial, la “forma pura” que se manifiesta a través de su forma mercancía? Si estas hipótesis tuvieran algún asidero, las semejanzas entre la estética idealista y el materialismo marxiano se estarían cobrando un impuesto inmenso.

La relectura lukacsiana del misterio: capitalismo inhumano

Todavía en 1938, quince años después de la publicación de *Historia y conciencia de clase*, Lukács sostiene la centralidad del misterio de la mercancía. La mercancía es el elemento fundamental de la producción capitalista y el ejemplo más acabado de la existencia alienada del hombre en el capitalismo. Aún más: el fetichismo de la mercancía es la cifra de la inhumanidad reinante en el mundo capitalista:

El mismo proceso de alienación se efectúa en el caso del dinero, en el del capital y de todas las categorías de la economía capitalista: las relaciones humanas toman el aspecto de cosas, de cualidades objetivas de objetos. Cuanto más alejada se halla una de esas categorías de la producción material efectiva tanto más vacío es el fetiche, desprovisto de todo contenido humano. (Lukács, 1975: 19-20)

El humanismo es marca de época. Y tiene sus antecedentes ilustres en la crítica del liberalismo y el positivismo por Nietzsche, Pareto y Sorel, entre tantos otros. La denuncia de la alienación funciona como contraseña del marxismo crítico europeo de las primeras décadas del siglo XX, pero también subyace al Heidegger del problema de la técnica, a las críticas al liberalismo de Schmitt, y

4 El capítulo I (“La mercancía”) de la Sección Primera (“El capital en general”) de la *Contribución* comienza así: “A primera vista, la riqueza burguesa aparece como una descomunal acumulación de mercancías, y la mercancía individual como su existencia elemental” (Marx, 2003:9). A segunda vista, es decir la del materialismo histórico, lo que se revela la “abstractización” mencionada.

más cerca nuestro a los modernistas burgueses Rodó y Darío⁵, y luego a la Reforma Universitaria del 18, por sólo poner unos pocos ejemplos latinoamericanos. La defensa de lo verdaderamente humano, o del hombre como esencia, no es una especificidad del marxismo, pero Lukács ha sido uno de los representantes más constantes de esta tradición.

Luego del “develamiento del misterio” de la mercancía por Marx, Lukács toma la bandera y da un segundo paso: la *Ideologiekritik* de la conciencia cosificada de la filosofía burguesa. En Historia y conciencia de clase denuncia las limitaciones del pensamiento moderno, su incapacidad de acceder a la realidad de las cosas, la imposibilidad estructural de la conciencia cosificada de develar el misterio de la forma, la esencia de la apariencia: “El pensamiento moderno burgués, al buscar las 'condiciones de la posibilidad' de la validez de las formas en que se manifiesta su ser básico, se obstruye a sí mismo el camino que lleva a los planteamientos claros, a las cuestiones de la génesis y la caducidad, de la esencia real y el sustrato de esas formas” (Lukács, 2009: 220-221). Y luego de la referencia a una legendaria crítica hindú sobre el hecho de que el mundo descansa en un elefante, concluye: “Pero está claro que tampoco ulteriores preguntas 'críticas' podrían encontrar más que, a lo sumo, otro animal maravilloso, sin ser capaces de revelar la solución del verdadero problema”. (Lukács, 2009: 220-221)

El “verdadero problema” con el que se enfrenta Lukács en “La cosificación y la conciencia del proletariado” (1923) es el misterio de la forma mercancía⁶. Y ese famoso texto, contemporáneo de las investigaciones schmittianas⁷ sobre la esencia de la política y de las heideggerianas sobre la esencia del ser, resulta una crítica demoledora respecto de la capacidad de la filosofía burguesa de resolver ese misterio. Dicho de otro modo: Lukács ajusta las cuentas con Kant y a través de él con todo el racionalismo moderno, y lo hace poniendo al desnudo su carácter histórico y su falsedad ideológica, o sea, su pertenencia de clase. Lukács demuestra que las antinomias que continuamente aparecen en el interior de la filosofía burguesa tienen la misma estructura que las contradicciones de la producción económica burguesa. El problema fundamental del idealismo, la separación dualista del sujeto y el objeto, tiene su prototipo en el problema de la mercancía, en donde los productos del proceso de

5 El *Ariel* (1900) de José Enrique Rodó es un ejemplo paradigmático de la defensa de lo humano y la cultura frente al avance del imperialismo norteamericano y su religión del dinero y los negocios. Los poemas anti Estados Unidos de Rubén Darío (y los textos de Martí contra el gigante de siete leguas) son una marca de ese modernismo humanista y estetizante.

6 Ya al inicio del texto Lukács lo enuncia con claridad: “Pues no hay ningún problema de ese estadio evolutivo de la humanidad [ntro, la sociedad capitalista] que no remita en última instancia a dicha cuestión, y cuya solución no hay de buscar se en la del enigma de la estructura de la mercancía.” (Lukács, 2009: 187)

7 Ya debe resultar evidente al lector nuestra insistencia en vincular la reflexión marxiana, especialmente la de Lukács, sobre el tema de la forma y, luego, la crítica a Kant, con el pensador clave del decisionismo católico.

trabajo aparecen divorciados de los trabajadores que los han producido. Así como las mercancías asumen una forma reificada en el dominio de la producción, se transforman en fetiches que aparecen escindidos del proceso social de su producción, la reificada concepción del “objeto” como lo “dado” inmutable de la teoría burguesa oscurece el proceso sociohistórico a través del cual se había conformado esa cosa. Y así como las mercancías reificadas adquieren un abstracto valor de cambio, divorciado de su valor de uso social, la reificación de la lógica burguesa se manifiesta en la abstracta separación de forma y contenido. La filosofía burguesa es tan inhumana como su fundamento económico.

Hemos llegado así al tema clave de la crítica lukacsiana de Kant: el problema de la cosa en sí. La cosa⁸.

Cosa en sí es el nombre que le da Kant al conjunto de fenómenos no cognoscibles por el hombre. Las variadas funciones de la cosa en sí en el sistema kantiano tienen en común “que cada una de ellas representa una limitación o una barrera de la capacidad de conocer ‘humana’, racionalista y formal” (Lukács, 2009: 226). Pero el problema del pensamiento kantiano es que le da a las categorías racionales una significación universal. O sea, lo humano es lo racional. Y es ese racionalismo formalista el que postula la exigencia del sistema como método de conocimiento. Y ese sistema no puede concebir lo dado tal como es, sino que lo que es, debe insertarse “sin resto en el sistema racional de los conceptos del entendimiento” (Lukács, 2009: 230). Lukács comprende que ese sistema se empanaña en un dilema insoluble: porque, o lima hasta hacer desaparecer como inexistentes las irrationalidades de lo dado para ajustarlo al sistema; o bien deja entrar todo lo dado que, con su entrada al sistema lo deforma hasta transformarlo en un “mero registro descriptivo” que ha perdido todas las funciones propias de un sistema de conocimiento.

La cosa en sí es lo incognoscible por el sistema de pensamiento racional de la filosofía moderna. Y así, tanto las ciencias especiales como la filosofía burguesas renuncian a comprender la realidad como todo y como ser: “La tendencia consiste en que la clase burguesa domina crecientemente las singularidades y los detalles de su existencia social y los somete a las formas de sus necesidades, pero, al mismo tiempo y también crecientemente, pierde la posibilidad de dominar intelectualmente la sociedad como totalidad y, por lo tanto, su calificación como clase dirigente.” (Lukács, 2009: 234)

8 *The Thing* es el título de un film de John Carpenter del año 1982. Allí, una vez más, la cosa es un misterio. Misterio que llega a una base americana en la Antártida desde arriba, en helicóptero, al inicio del film. Ese arriba misterioso de donde viene la cosa, en un autor católico como Carpenter, significa sin dudas, lo trascendente. El *mysterium tremendum* de la cosa termina, en el film, por matar a todos los hombres de la base: un grupo humano confiado en la ciencia que, obviamente, nunca termina de comprender el fenómeno ante el que se encuentra. Resulta evidente que la posición de Carpenter es opuesta a la de Kant.

Asoma aquí, en la pasividad de la burguesía ante el objeto como ser y como todo, el paso posterior de Lukács: la denuncia del sujeto burgués de conocimiento como meramente contemplativo. Se trata de la deshumanización del sujeto de conocimiento, la necesidad de extirpar los momentos subjetivo-irracionales y todo lo que de antropomórfico hay en el hombre. El hombre queda transformado así en “un sujeto puramente formal”. La influencia de este joven Lukács en el modo como Adorno y Horkheimer piensan al Ulises homérico en el primer capítulo de *Dialéctica del iluminismo*, nunca podrá ser sobreestimada.

El burgués, la filosofía burguesa, ha renunciado a conocer la cosa en su ser e inscrita en su totalidad. El burgués ha renunciado a sí mismo como hombre. Esas dos renunciaciones son el objeto primordial de la Ideologiekritik de Lukács.

El comunismo le responderá con la re-humanización del hombre y de su modo de vida.

Indudablemente no es esa la respuesta de Benjamin.

Excursus sobre aura y mercancía

Más allá de consideraciones filogenéticas del término en la obra de Benjamin, sólo podrá accederse a una cabal comprensión de su concepto de *aura* si se lo vincula al de *mercancía*. Este vínculo es la clave de “París, capital del siglo XIX”. En ese texto, Benjamin, comienza con la descripción de los Pasajes comerciales de París como una sucesión de escaparates poblados de artículos de lujo. Allí, en la decoración, “el arte se pone al servicio del comerciante” (2005: 72). Y no es casual que el segundo capítulo del artículo esté dedicado a la fotografía a través de lo que Benjamin considera uno de los precursores del cinematógrafo: los panoramas, uno de los cuales, en París, era propiedad -hasta su incendio- de Daguerre, el patentador de la fotografía. Pero es a partir del tercer capítulo dedicado al caricaturista Grandville y a las Exposiciones Universales en el que Benjamin comienza a desplegar la profunda relación entre *mercancía* y *aura*. Cuando Marx, en *El capital*, habló del “fetichismo de la mercancía” prefiguró este desarrollo. Las Exposiciones Universales eran ferias de productos industriales de lujo, especialidades como las dibujaba Grandville, meca del fetiche que es la mercancía. Marx habló de esto en las famosas páginas del Libro I de *El capital*:

No obstante la mesa sigue siendo madera, una cosa ordinaria, sensible. Pero no bien entra en escena *como mercancía*, se transmuta en cosa sensorialmente suprasensible. No sólo se mantiene tiesa apoyando sus patas en el suelo, sino que se pone de cabeza frente a todas las demás mercancías y de su testa de palo brotan quimeras mucho más caprichosas que si, por libre determinación, se lanzara a bailar. (1987: 88)

Es al asumir su *forma de mercancía* que la cosa deja ver su carácter enigmático. En las Exposiciones Universales, como en el capitalismo en sí, los objetos se relacionan socialmente entre sí, al margen de los productores. Asumen su carácter fantasmático. “Es por medio de este *quid pro quo* (tomar una cosa por otra) como los productos del trabajo se convierten en mercancías, en cosas sensorialmente suprasensibles o sociales”, dice Marx (1987: 123). Las remisiones mágicas de la *forma mercancía* no le son ajenas a Marx. Por eso cuando Benjamin refiere el *fetichismo de la mercancía* se le aparece su *aura mágica*. La dialéctica aura-mercancía se declina históricamente: de un mundo no-mercantilizado (el del predominio de la magia), pasando por el lento proceso de conformación de la dominancia mercantil y el aura del lujo, hasta llegar a fines el siglo XIX con la decadencia del aura de las mercancías y el completo predominio del general abstracto, de la copia, de la producción en serie. La decadencia de la experiencia aurática coincide con la decadencia del aura de la mercancía, con la decadencia de la burguesía como clase revolucionaria, con la decadencia de la fotografía luego de su Edad de Oro del retrato, con la decadencia del capitalismo liberal, con el “arte por el arte” como estertor último, teológico, de un arte que se resiste a ser mezclado con la técnica.

La época de las Exposiciones Universales, entre las que se cuentan como más importantes la de 1851 en Londres y la de 1867 en París, es la del auge de la mercancía como fetiche. “París se confirma como la capital del lujo y de las modas”, refiere Benjamin. Pero la cumbre de una época, como se sabe, es el inicio de su decadencia (“Cada época no sólo sueña la siguiente, -dice Benjamin-, sino que soñadoramente apremia su despertar. Lleva en sí misma su final y lo despliega -según Hegel- con argucia” [2005: 59]). Es la época en la que el arte se defiende de la técnica mediante la ideología del “arte por el arte”: el arte se interioriza en las casas burguesas. Y esa es la cifra de su hundimiento junto con el individuo: “El resultado final del estilo modernista es éste: la tentativa del individuo por rivalizar sobre la base de su interioridad con la técnica le lleva a su hundimiento.” (Benjamin, 2008: 182)

En *La obra de los pasajes*, Benjamin no hace otra cosa que desplegar el sueño de una burguesía que prefigura su decadencia. En las Exposiciones Universales como despliegue magnánimo del aura de la mercancía, en la fotografía como omnipotente mecanismo de reproducción, en la arquitectura

como construcción de ingeniería; en todos estos caracteres de la cima, la burguesía sueña su propio hundimiento y apremia su despertar: en la producción en serie de objetos sin alma para el consumo masivo que llevará a la sobreproducción y a la crisis de la economía mercantil en forma de desocupación, hiperinflación y fascismo; en la fotografía como herramienta de la moda que lleva a aquella a imitar pobremente al arte aurático; y en el cine mercantilizado mediante el “star system” que no es otra cosa que un remedo patético de un aura que ya se perdió para siempre.

Benjamin y la apariencia de las cosas: un giro copernicano en la concepción de la mercancía

“Las estrellas representan en Baudelaire la ingeniosa imagen de la mercancía. Ellas son lo de-nuevo-siempre-igual en grandes masas.” (Benjamin, 2008: 429)

La cita de *Zentralpark* remite al problema de la historia natural. He aquí dos polos: el de la naturaleza, representado por las estrellas; el de la historia, representado por la mercancía. Hay que estudiar, en este sentido, la relación que Benjamin construye entre el cadáver y la moda. O entre la lengua natural y la lengua materna. En los dos casos, moda y lenguaje, se trata de un punto-instante de encuentro.

Pero entre estrellas y mercancía no hay punto de encuentro, se trata de una imagen ingeniosa. La mercancía como lo-de-nuevo-siempre-igual en grandes masas. El lenguaje de las mercancía es como el de la naturaleza: la constante novedad siempre igual en cantidades multitudinarias. Se trata de una relectura del fetichismo de la mercancía marxiano.

La mercancía es un lenguaje histórico del mundo de las cosas (naturales). Es una trama abigarrada entre la historia (la forma mercancía) y la naturaleza (las cosas). El conjuro humano de ese vínculo ajeno a los hombres es la magia o fetichismo del que habla Marx.

La mercancía es una lengua particular de las cosas. Una lengua histórica, la propia del capitalismo. Las cosas, su lenguaje puro, corresponden al lenguaje pre-babélico, o sea, corresponden a la onomatopeya. Las cosas son a la onomatopeya lo que la mercancía a los idiomas históricos.

Uno de los primeros esfuerzos organizados de Walter Benjamin fue la construcción de una teo-

ría del lenguaje alejada del paradigma semiológico. En un texto temprano de esa serie lingüística, hace una afirmación bastante significativa y enigmática: todo lenguaje es onomatopéyico. La onomatopeya es la forma primera que asume el lenguaje entre los hombres. Antes de adquirir la lengua materna, pasamos una etapa de lengua onomatopéyica. En este sentido, esa lengua es el origen de todas las lenguas. La onomatopeya es la configuración lingüística de la ur-historia del lenguaje humano; es el encuentro único y olvidado entre la naturaleza y la lengua histórica, la materna. En el lenguaje onomatopéyico, se unen todas las lenguas, todos los idiomas, es el momento pre-babélico en nuestras vidas; pero allí están todos los elementos necesarios para adquirir las herramientas de nuestro lenguaje histórico. No es casual que entre ese momento onomatopéyico y el inicio del uso de nuestra lengua materna, medie un espacio de tiempo más o menos largo (puede ser un año) de un silencio, de un proceso de olvido de esa lengua originaria, y la posterior selección de los materiales adecuados para construir nuestro idioma. Este proceso que acabamos de exponer esquemáticamente, exhibe el tipo de trama espacio-temporal que venimos persiguiendo. Se trata del encuentro olvidado entre aquello que es natural en nuestro lenguaje, luego olvidado, y la consolidación histórica posterior de nuestra lengua materna.

Debe afirmarse, de todos modos, que las lenguas históricas están incluidas dentro de ese gran continente que es el lenguaje puro. Del mismo modo que las mercancías están incluidas en ese gran envase del mundo de las cosas.

También puede verse el problema del siguiente modo: si es posible, detrás de cualquier lengua histórica, percibir los restos del lenguaje puro; también es posible ver detrás de la mercancía, a la cosa. La cosa está oculta detrás de su vestidura mercantil, del mismo modo como lo onomatopéyico está oculto detrás del lenguaje de los hombres. Percibir la cosa misma es percibir su aura. Y se puede decir al revés: el aura de la cosa es la manifestación irrepetible de su lejanía. O sea: la cosa está lejos. De vez en cuando podemos percibir su fulgor. Como las estrellas que vemos: son fulgores de planetas muertos millones de años atrás. Detrás de la mercancía refulge la cosa; la estrella es la mercancía, o sea, la apariencia de algo sido, algo que nunca veremos. La luz de la estrella es “algo” de eso sido. Y así podremos afirmar: la mercancía es “algo” de la cosa sido. O la palabra es “algo” de la onomatopeya sido.

Sin embargo, los hombres mantenemos olvidada nuestra niñez, ella es irrecuperable: es absolutamente imposible recordar, como hombres, nuestra época infantil, o sea, onomatopéyica. De estos temas habla científicamente la ecolalia.

Hemos mostrado a la mercancía de dos formas: en el gran continente del mundo de las cosas;

pero también conteniendo a la cosa. Es impensable la mercancía si no es como forma histórica de las cosas; pero el único modo de acceso a las cosas que tenemos los hombres hoy es la mercancía, pues en ella anida la cosa. Del mismo modo como para Proust en la magdalena se esconde lo olvidado y sólo a través de ella eso sido se le hace presente; o como para E.T.A. Hoffmann en una verdulera anidaban los seres más extraños de Berlín; Benjamin sabe que en lo nuevo-siempre-igual de la mercancía, en la producción seriada de cosas nuevas, anida la única posibilidad histórica de acceder a lo olvidado o la cosa.

Aprovechemos la metáfora, pues a fin de cuentas estamos apelando a una metáfora como atajo para darle significado a un misterio. No para revelarlo, sino para darle un significado nuevo. Pues bien: del mismo modo como no comprendemos el lenguaje infantil de la onomatopeya (o balbuceo), tampoco comprendemos el lenguaje de las cosas. Se podría objetar: entre las cosas no hay lenguaje, pues hay silencio. Pero entonces ¿por qué no suponer que hay algo ahí semejante a un lenguaje de gestos? ¿Por qué no suponer que el in-fante con su balbuceo onomatopéyico se comunica con las cosas y nosotros mismos como hombres ya olvidamos ese modo comunicativo?

¿Y si Babel fuera un episodio correctivo del Antiguo Testamento? ¿Por qué el primer hombre, Adam, llega al mundo como hombre y no como in-fante? Babel es el episodio inicial del lenguaje de los hombres, en Babel nace el hombre histórico porque nacen las lenguas maternas o históricas. Adam sólo habla el lenguaje puro de Dios, por eso nuestras lenguas son post-adánicas.

Entonces, las cosas hablan entre sí y con los in-fantes un lenguaje que nosotros, hombres de la historia, no conocemos ni comprendemos; aunque en realidad, debemos decir que lo hemos olvidado, pues somos aquellos in-fantes con unos años más (también puede decirse millones de años después que Adam). La mercancía aparece así con claridad como una lengua histórica de las cosas, su lengua materna desde el siglo XVI. O sea, como niños nos relacionamos con las cosas, como hombres nos relacionamos con las mercancías. Pero el lenguaje de la mercancía es la lengua materna de las cosas, no de los hombres, y eso instituye una dificultad mayor. Si entendemos a la mercancía como un ropaje de la cosa nos resignamos a la incompreensión. Y además, dejamos de lado la lucha de clases.

Hasta aquí el enano teológico, que ya no es tan feo como en la época de las Tesis sobre el concepto de historia. A partir de aquí el muñeco llamado “materialismo histórico”⁹.

De una cita de un libro de Georges Friedman (1936: 242), *La crise du progrès*, extraída por Benja-

9 Por supuesto la referencia es la primera de esas Tesis.

min en el Konvolut X “Marx” de *El libro de los Pasajes*: “La civilización mecanizada del porvenir no representa de ninguna manera para él¹⁰ el triunfo del espíritu sobre la materia... sino más bien el triunfo de los principios racionales y generales de las cosas sobre la energía y las cualidades propias del organismo viviente.” (Benjamin, 2005: 666)

Esta cita de Cournot-Friedman-Benjamin desmiente el optimismo progresista frente a la creciente mecanización. ¿Pero cómo lo hace? No apelando a la condena del “mundo actual” por la alienación del hombre, sino afirmando el advenimiento de un tiempo en el que la racionalidad de las cosas predominará por sobre la energía del hombre como ser viviente. La primera reacción, casi natural, ante este pronóstico es la denuncia de la alienación del hombre en un mundo mercantilizado; o sea, la denuncia del fetichismo de la mercancía. Pero lo que esta cita tiene de valioso no es eso. Benjamin propone dar cuenta de la existencia de un “lenguaje de las cosas” que convive en el mundo con el “lenguaje de los hombres”, o sea, los hombres compartimos el mundo con las cosas que fabricamos con nuestro trabajo, y el modo de organización del trabajo en el capitalismo pone al mundo humano en segundo término, respecto del mundo de las cosas. Benjamin va a insistir en diversos lugares con el concepto de “autoalienación”¹¹. Los hombres a través de su trabajo producen las condiciones de su enajenación del mundo:

Autoalienación: “El trabajador produce el capital, el capital le produce a él, por tanto el trabajador se produce a sí mismo, y... produce sus cualidades humanas... en cuanto existen para el capital que le es *ajeno*... El trabajador sólo existe como trabajador mientras existe para sí como capital, y sólo existe como capital mientras existe *un capital para él*. La existencia del capital es su existencia... al igual que determina el contenido de su vida de un modo que le resulta indiferente... La producción produce al hombre... como un... *ser deshumanizado*.” Karl Marx, *El materialismo histórico. Los manuscritos, I*, Leipzig, Landshut y Mayer eds., pp.361-362 (Economía nacional y filosofía). (Benjamin, 2005:664)

La autoalienación consiste en la deshumanización provocada por la productividad “humana” del capital que por su origen humano es tan humano como el propio trabajador. El trabajador existe

10 Él es Cournot, un escritor francés contemporáneo de Marx

11 Karl Korsch ha sabido decir en su gran libro sobre Marx que “lo que Marx denomina ‘fetichismo del mundo de la mercancía’ es sólo la expresión científica de lo que antes había denominado ‘autoalienación humana’” (1975: 106). Korsch sabe también que el concepto de “fetichismo de la mercancía” ha funcionado en el Marx de *El capital* como una especie de aspiradora conceptual para todas las categorías alienadas de la economía. O sea: “todas las categorías económicas son un único y gran fetiche.” (1975: 132) Y con esta claridad, Marx supera a los economistas y teóricos sociales burgueses. Benjamin, es necesario afirmarlo aquí, dota al concepto de fetichismo de la mercancía de la misma centralidad. Sólo que, como estamos tratando de mostrar, lo hace dando un giro copernicano respecto de todas las lecturas metafísicas (y me arriesgo a incluir aquí al Lukács de *Historia y conciencia de clase*) de la obra de Marx.

porque existe el capital, y sólo existe para sí mismo y como trabajador, en tanto sea capital (de trabajo). Sin capital no hay hombre-trabajador, y también viceversa. Cuanto más trabaja el hombre, tanto más poderoso se torna el mundo ajeno, objetivo, que crea ante sí; tanto más pobre se torna él mismo, su mundo interior; es tanto menos dueño de sí mismo. El trabajo, decía Marx en *Los manuscritos de 1844*, existe como algo ajeno al hombre, se convierte en una fuerza autónoma de él.

El mundo de las cosas toma elementos del mundo humano del que proviene y pasa a ser el mundo principal; el hombre queda en un segundo plano, transformado en materia natural, ser viviente.

Benjamin no niega el fetichismo de la mercancía, al contrario. Piensa su consecuencia más urgente: la centralidad que asume para los hombres desplazados, transformados en organismos vivientes a merced de fuerzas ajenas a nosotros mismos, la centralidad que asume para nosotros, decía, el mundo de las cosas. La humanidad se autoaliena mediante el trabajo y ese proceso la deshumaniza, la mimetiza con la cosa; pero no esperemos de Benjamin un viaje hacia el rescate del mundo perdido de la soberanía humana, a la Bataille. No. Benjamin se propone pensar la energía y las cualidades propias del organismo viviente¹² en un mundo en el que la victoria se la han apropiado los cadáveres-cosas, en un mundo donde el predominio es de lo inorgánico. Este es el sentido específico de la reflexión de Benjamin sobre la mercancía por antonomasia: la moda.

La moda está en conflicto con lo orgánico. No es el cuerpo, sino el cadáver, el objeto perfecto de sus prácticas. En el vivo, percibe su arte los derechos del cadáver. Ella conecta al vivo con el mundo inorgánico. El pelo y las uñas que se sitúan a medias de lo inorgánico y de lo orgánico, han estado expuestos desde siempre a su acción. El fetichismo, que sucumbe al *sex appeal* de lo inorgánico, es el nervio vital de la moda. El culto a la mercancía pone a éste al servicio de lo inorgánico. La moda conspira a favor del mundo inorgánico. Por otra parte, es precisamente ella la que supera a la muerte. Es ella la que trae al presente lo fenecido. La moda es contemporánea de todo pasado. (Benjamin, 2005: 1015)

!!!La moda conecta al mundo vivo con el mundo inorgánico!!! El cuerpo viviente no es el maniquí perfecto para nuestras ropas, sino nuestro cadáver. El cadáver es el cuerpo vivo devenido naturaleza. La mercancía, percibida de este modo, es la cifra de una nueva relación del ser viviente humano con la naturaleza. A través de la mercancía, el hombre-trabajador-consumidor se vincula con el

12 Esta insistencia de Benjamin en referirse a lo humano como organismo viviente tiene implicancias y referencias múltiples y, desde nuestro punto de vista, son de enorme importancia política y teórica. No es este el espacio para desarrollarlas, pero deberán ser investigadas con urgencia.

mundo de lo inorgánico. Lo inorgánico es la naturaleza petrificada. La moda es el medio de transporte universal y omnipresente de lo natural petrificado al ahora de lo nuevo. La moda trae lo olvidado, lo perdido, lo muerto al presente. En el mismo sentido, Benjamin enfoca su mirada en el pelo y las uñas, su crecimiento *post mortem* en los humanos lo ubican en la dimensión exacta del cruce entre naturaleza e historia: el pelo y las uñas, siempre nuevas-siempre iguales-crecen incluso después de la muerte. El fetichismo de la mercancía aparece así expuesto en una nueva dimensión.

“La moda es el eterno retorno de lo nuevo.” (Benjamin, 2005: 686)

Esta relación de naturaleza e historia (historia natural) en la industria capitalista no le ha sido ajena a Marx: “La naturaleza en la historia humana –la naturaleza que deviene [!] acto generador de la sociedad humana- es la naturaleza real del hombre, y por eso la naturaleza, tal como llega a ser por la industria –si bien bajo una figura alienada-, es la verdadera naturaleza antropológica.” Karl Marx, *El materialismo histórico. Los manuscritos, I*, Leipzig, Landshut y Mayer eds. p.304 (Economía nacional y filosofía) (en Benjamin, 2005: 665)

Ese signo de admiración interpuesto en la cita es de Benjamin. Su admiración está centrada en la conciencia que Marx tenía de la “actividad” fundante de la naturaleza en la sociedad humana; pero también debe sumarse admiración del gran Marx respecto de la dialéctica perfecta de la frase. Por sobre el fondo natural de la sociedad humana se sobreimprime la actividad histórica del hombre, alienada pero humana e histórica al fin, la industria capitalista. El hombre crea una segunda naturaleza, cuya base es la primera, y es ésta, la naturaleza misma, “la verdadera naturaleza antropológica” (Marx, 2004: 604). La naturaleza misma, la primera, el resto natural sobre el que está montada la segunda, o sea la industria, ese resto es antropológico.

En su reconocible trabajo sobre grandes períodos de tiempo, Benjamin consigue construir en un gesto una enorme parábola de la modernidad, del siglo XVII al XIX pasando por toda la historia geológica de las formas de lo inorgánico: “Los emblemas retornan como mercancías.” (*Zentralpark*, Benjamin, 2007: 290)

Claro que podemos repetir que toda mercancía es el eterno retorno de lo nuevo. Se nos podrá acusar aquí de que estamos en el mero reino de la legitimación de lo existente, de lo nuevo fetichizado, de la venta de novedades “filosóficas” para la aceptación de lo en torno; a fin de cuentas que no podemos salir de la prisión de la apariencia. Benjamin ha confrontado, incluso con un lenguaje que puede parecer peligroso¹³, con esa acusación hipotética.

13 Nuestra lectura de Benjamin resulta en un permanente hallazgo de instancias de peligro. Peligro de la teología, peligro de la metafísica, peligro del misticismo. Peligro de mimesis con sus lecturas francamente reaccionarias,

El problema de la apariencia¹⁴ ha sido uno de los interrogantes más recurrentes en el pensamiento hermenéutico de Benjamin. Ensayemos unos primeros apuntes para ayudar a desandar ese camino, en el sentido de nuestro trabajo. A la apariencia hay que sobreponerle un primer nombre: lo nuevo. Y un segundo, en otro registro: el instante del despertar. Es posible combinar esos nombres: Benjamin se ha preguntado “¿Dónde, en lo nuevo, discurre el límite entre realidad y apariencia?” (2005: 995)

De este modo, la dialéctica benjaminiana divide la apariencia a su vez en dos ámbitos: la realidad de esa apariencia y la apariencia de esa aparición. Lo nuevo, la aparición o manifestación remite a dos espacios: su propia apariencia y su realidad o esencia. Y así el segundo grado de apariencia se subdivide a su vez en los dos niveles. Dialéctica detenida significa parar ese motor incansable en un punto de esa apocatástasis de la cosa, de ese poner una cosa en su puesto primitivo, de ese proceso de restauración de su origen, detener en un punto ese recorrido a contrapelo del tiempo corriente y remitir, de un salto, al origen, a lo inmemorial de esa cosa. Ese salto se llama imagen dialéctica.

Esta noción de imagen dialéctica, la categoría hermenéutica-historiográfica benjaminiana, permite comprender el vínculo de lo nuevo con lo inorgánico (el ahora, la novedad del producto, y lo sido, lo natural-inorgánico¹⁵) en el *cuerpo de la mercancía*. Cuerpo-cadáver-siempre-nuevo-igual que, por otra parte, sirve de equivalente general abstracto, cuerpo sustituible. O la sustituibilidad de los cuerpos como un aspecto del lenguaje de las cosas en comunicación íntima con el lenguaje de nuestros cuerpos vivientes¹⁶: “Dialéctica de la producción de mercancías: la novedad del producto (en cuanto estimulante de la demanda) cobra un significado desconocido hasta entonces; en la producción en masa lo igual-siempre-de-nuevo es manifiesto ahí por vez primera.” (*Zentralpark*, Benjamin,

conservadoras, teológico-políticas. Sólo gracias a esa peligrosidad de las apuestas benjaminianas, es que resulta una de las obras más sólidamente provocadoras, en términos políticos, del siglo XX.

14 “Barroco es la grandeza de la apariencia” como dice Max Kommerell (1990). Y no es necesario ampliar aquí los vínculos de Benjamin con determinado barroco (y también, con determinado romanticismo).

15 “Lo muerto era un anticipo de la fuerza viva de trabajo; en segundo lugar, queda devorado por el fuego de ésta y, posteriormente, en tercer lugar, vuelve a sentarse en el trono[...] Aquello muerto que la técnica toma entre sus manos, es la economía [...] La acción del hombre, en cuanto cada caso ‘único acto productivo conjunto’ (II, 201), es ya más que el portador de esta acción... La acción culmina ya en un ámbito superior, que tiene el futuro para sí, la técnica; el portador de esta acción, en cuanto individuo aislado, permanece aún en el ámbito de la economía, como también su producto pertenece a este ámbito... En su continente occidental, la técnica en conjunto es una única acción cuando se impone como técnica; la fisonomía de la tierra se transforma en primer lugar en el ámbito de la técnica, superándose incluso el abismo entre ciudad y campo. Pero cuando la economía, lo muerto, tiene primacía, la repetición de magnitudes homólogas mediante existencias absolutamente sustituibles, la producción de mercancías mediante el asalariado, vencen sobre la irrepetibilidad de la acción técnica.” Hugo Fischer, *Karl Marx y su relación con el estado y la economía*, Jena 1932, pp. 43-45 (las citas son de *El capital (II)*, Hamburgo, 1921) (Benjamin, 2005: 666) La extensión de la cita, creo, está ampliamente justificada. No sólo por el despliegue de la cuestión de lo muerto y lo vivo, la economía y la técnica, en el sentido que estamos tratando de introducir; sino también como recuerdo del modo como Benjamin piensa la segunda técnica (la técnica de la época de la reproductibilidad técnica de la obra de arte) en oposición con la primera, la del ritual, la del mito, la del sacrificio humano.

16 Es Hannah Arendt, aunque en un sentido bastante diferente en el que aparece Benjamin, quien investiga el vínculo entre el hombre como ser viviente y su carácter superfluo. Cfr. *La condición humana*.

2007: 290)

Cada vez que una novedad industrial para el consumo sale al encuentro del consumidor para -en su carácter novedoso- estimular la demanda, se verifica lo-nuevo-siempre-igual como si fuera la primera vez. Cuando el producto-novedad consigue levantar la mirada del consumidor y ser elegida como única, en ese encuentro de miradas fugaz pero decisivo, radica el secreto del aura de la mercancía. Esa experiencia aurática de consumo (la de los objetos de lujo en los Pasajes de París), sin dudas, sólo sobrevive deshilachada y plenamente masificada en la empobrecida experiencia del hombre actual. Pero esa pobreza no es concebida por Benjamin negativamente; por el contrario, se trata de una forma de barbarie, positiva¹⁷.

Descargados de culpa y aura, ahí vamos nosotros, nuevos bárbaros; caminamos libres, como el caballo (caballo u hombre, ¿qué importa?) kafkiano Bucéfalo eterno estudioso del derecho, hacia los mercados de chucherías de algún suburbio de una ciudad latinoamericana.

17 Por supuesto la referencia es el extraordinario (y en general bastante mal comprendido) “Experiencia y pobreza” que Benjamin escribiera en 1933.

Bibliografía

Adorno, T. (2004). *Teoría estética*. Madrid: Akal

Arendt, H. (2003). *La condicion humana*, Buenos Aires: Paidós

Benjamin, W. (2005). *Libro de los Pasajes*. (L. Fernández Castañeda, I. Herrera, F. Guerrero, Trads.) Madrid, Akal.

----- (2008). *Obras. Libro I / vol. 2* (A. Brotons Muñoz, Trad.) Madrid: Abada.

----- (2007). *Obras. Libro II / vol. 1* (J. Navarro Pérez, Trad.) Madrid: Abada

Kommerell, M. (1990). *Lessing y Aristóteles*, Madrid: Visor.

Korsch, K. (1975). *Karl Marx*, Barcelona: Ariel

Lukács, G. (1975). *La crisis de la filosofía burguesa*, (A. Llanos, trad.), La Pléyade: Buenos Aires.

----- (2009). *Historia y conciencia de clase*, (M. Sacristán, Trad.), Ediciones R y R, Buenos Aires.

Marx, K. (1987). *El capital Tomo 1, Vol. 1* (Pedro Scaron, trad.), Siglo XXI, México.

----- (2003). *Contribución a la crítica de la economía política*, (Tula, Mames, Scaron, Murmis, Aricó, trads.), Siglo XXI, México.

----- (2004). *Manuscritos Económico-Filosóficos de 1844* (Vedda, Aren, Rotemberg, trads.), Colihue: Buenos Aires.

Proust, M. (1970). *En busca del tiempo perdido. 2. A la sombra de las muchachas en flor* (Pedro Salinas, trad.), Madrid

Schmitt, C. (2011). *Catolicismo romano y forma política*, Madrid: Tecnos.