

Publicado en *Herramienta* (<http://www.herramienta.com.ar>)

[Inicio](#) > Marx y el siervo propietario. Conjeturas y serendipias

Marx y el siervo propietario. Conjeturas y serendipias

Autor(es): Logiudice, Edgardo



Logiudice, Edgardo. Abogado y ex-docente de Ciencias Políticas de la Universidad de Buenos Aires y co-autor -junto a Leandro Ferreyra y Mabel Thwaytes Rey- de Gramsci Mirando al Sur, Buenos Aires, K&ai, 1994. Integró el Colectivo editorial de DOXA. Es autor de numerosos artículos y ensayos en publicaciones de Francia, Italia y nuestro país, referidos a las problemáticas de la pobreza, la propiedad, el Estado, la representación y la crítica a la ideología.

Autor de Agamben y el Estado de Excepción, Ediciones Herramienta, Buenos Aires, 2007. Integra el Consejo de redacción de Herramienta

1. Marx, crítico del derecho^[1]

la ignorancia nunca ha sido un obstáculo
para una buena cita textual
(Connolly, 2010: 213).

Entre todos los papeles que removí, investigando sobre un probable sesgo jurídico en el asunto de la alienación del trabajo en *Los manuscritos económico-filosóficos de 1844*, reparé en un texto poco citado y algo posterior a estos.^[2] Marx (1957: 48-50) decía allí: “¿Qué es el salario? Al parecer, el capitalista les *compra* a los obreros su trabajo con dinero. Ellos le *venden* por dinero su trabajo. Pero esto no es más que la apariencia”.

Extrañamente, el derecho –a diferencia del Estado– no ha tenido muy buena fortuna en la producción marxiana. Sin embargo, alguien que sí se preocupó mucho por él, el lombardo Umberto Cerroni (1965: 173) llegó a afirmar: “[...] *El capital*, con su análisis de las relaciones materiales de la sociedad burguesa capitalista, ofrece al mismo tiempo una *crítica de la economía política* y una *crítica de la teoría político jurídica* [...]”.

Marx, en efecto, parece haberse propuesto una tarea sin precedentes: la desmitificación del derecho: “Para Alemania, en resumen, la crítica de la religión está terminada y la crítica de la religión es la premisa de toda crítica” (Marx, 1955: 7). “La crítica del cielo se convierte con ello en la crítica de la tierra, la *crítica de la religión* en la *crítica del derecho*, la *crítica de la teología* en la *crítica de la política*” (Marx, 1967a: 4).

La crítica del derecho y la política son la crítica a la filosofía más acabada, a juicio de Marx, “a la par con el tiempo oficial moderno”. La que “ha tenido la más consecuente, rica y última consideración [...] de toda forma *seguida hasta nosotros de la conciencia política y jurídica alemana*, cuya expresión más noble, más universal, elevada a ciencia es precisamente la *filosofía del derecho especulativo*” (Marx, 1955:14).

Luego, en *Los manuscritos* diría: “En los *Anales Franco-Alemanes* anuncié la crítica de la ciencia del derecho y de la ciencia política en forma de una crítica de la Filosofía del Derecho de *Hegel*” (Marx, 1968: 43).

Y rememoraba en 1859:

Mi especialidad era la jurisprudencia que, no obstante, estudié como disciplina secundaria, al lado de la filosofía y la historia. En 1842-1843, siendo redactor de la *Gaceta Renana* [...] me vi, por primera vez, en la difícil obligación de opinar sobre los llamados intereses materiales. [...] El primer trabajo que emprendí para resolver las dudas que me asaltaban fue una revisión crítica de la Filosofía del Derecho, de Hegel, trabajo cuya introducción apareció en 1844, en los *Anales Franco-Alemanes* [...] que se publicaba en París (Marx, 1970: 7ss.).

Dos conceptos *jurídicos* campean en sus preocupaciones en los años cuarenta: la propiedad privada y el salario.

En 1840 Proudhon había escrito *¿Qué es la propiedad?*, cuya respuesta plantó el célebre mojón en el siglo XIX: “la propiedad es el robo”. Para los padres fundadores, el trabajo de Proudhon tiene un carácter relevante “que consiste precisamente en haber convertido el problema de la *esencia de la propiedad privada* en la cuestión vital de la economía política y de la jurisprudencia” (Marx, 1967b: 98):

Todos los desarrollos de la economía política tienen por premisa la *propiedad privada*. [...] y Proudhon somete la base de la economía política, la *propiedad privada*, a un análisis crítico, que es, además, el primer análisis resuelto, implacable y, al mismo tiempo, científico que de ella se ha hecho. Tal es el progreso científico [...] un progreso que ha venido a revolucionar la economía política, haciendo posible por vez primera una verdadera ciencia económica (ibíd.: 96).

El *Primer manuscrito* comienza con el *salario* y, en el célebre apartado sobre “El trabajo alienado”, concluye afirmando que “[...] el *salario* y la *propiedad privada* son idénticos” (Marx, 1968: 122). Y no solo eso, sino, además, juzga que el trabajo alienado no es consecuencia de la propiedad privada, sino al revés: “Pero del análisis de este concepto surge que la propiedad privada, si aparece como la razón, como la causa del trabajo alienado, más bien es una consecuencia de éste” (ibíd.: 121).

Identidad de la propiedad privada y el salario, *aparición* de venta del trabajo, trabajo alienado como *causa* de la propiedad privada.

Conclusiones a las que arriba el Marx, cuya especialidad era la jurisprudencia en el estudio de Hegel, de inicios de mil ochocientos cuarenta.

2. El cuerpo y el alma

es evidente que el hombre no es sólo alma, sino algo compuesto a partir del alma y del cuerpo.
(Tomás de Aquino, *Summa Theologica*, parte I, Q. 75)

Convendría, entonces, recordar algo a Hegel, para quien el trabajo se puede enajenar como una cosa. Sin embargo, me parece oportuno acudir antes a Cerroni, que nos puede orientar con su mirada. Este Sostenía que, en el terreno del derecho, la fundamentación de la igualdad de los hombres contra la esclavitud, fue decisiva la escisión del hombre en alma y cuerpo. Y cita a Leibniz:

la propiedad del cuerpo de un hombre corresponde a su alma que, mientras dure la vida, no puede ser privada de ella. Ahora bien, como el alma no puede ser objeto de adquisición, en consecuencia no se podría adquirir la propiedad del relativo cuerpo; de modo que el derecho del esclavista sobre el esclavo vendría a ser [...] una especie de usufructo (Cerroni, 1965: 205s.).

El usufructo es el derecho al uso y a los frutos de una cosa *sin su propiedad*. El esclavista no detentaría así la propiedad del esclavo sino el *uso* de su cuerpo y la propiedad de los bienes que este produjera (los frutos). El alma del esclavo sería propietaria de su cuerpo. Como el alma no se puede vender, el esclavo debe ser libre. Dice, entonces, Cerroni (1965: 206):

En cuanto el cuerpo es pertenencia del alma, es inalienable; pero en cuanto sigue siendo algo pasivo, exterior a la substancia de la persona (una cosa en propiedad) es también *disponible*. Aquí reside el fundamento teórico de la moderna propiedad del propio cuerpo, de la disponibilidad de la propia actividad práctico-sensible, el fundamento en última instancia de la moderna concepción de la disponibilidad *por tiempo determinado* de la propia actividad: presupuesto del fin de la esclavitud y de la plena expansión del trabajo asalariado.

Separación y exterioridad del cuerpo como propiedad privada del alma es condición de la libertad y del trabajo asalariado. Es decir, de la enajenación del *uso* del cuerpo, su energía y sus habilidades.

Ahora sí, Hegel. Jurídicamente no se habla de alma sino de personalidad (Hegel, 1975: 235). Pero a la que sí corresponde el atributo de la propiedad como condición de su libertad.

De mis *habilidades particulares, corporales o espirituales*, de mis posibilidades de actividad puedo *enajenar*, a otro, producciones individuales y un uso de ellas *limitado en el tiempo* [...]. Con la enajenación de *todo* mi tiempo concreto de trabajo y de la totalidad de mi producción, convertiría en propiedad de otro [...] mi personalidad (ibíd.: 101).

Así definía el “Contrato de salario. Enajenación de mi *producir o prestar servicio*, en la medida que son enajenables, es decir, por un tiempo determinado o con alguna otra limitación” (ibíd.: 116); “La esclavitud, la servidumbre, [...] son ejemplos de enajenación de la personalidad” (ibíd.: 100).

La persona para ser tal debe ser libre y para ello debe ser propietaria (ibíd.: 77). El obrero es propietario de su actividad, por eso, la puede vender. Pero no íntegra, porque dejaría de ser propietario y, por lo tanto, libre. El obrero es libre porque vende *parte* de su actividad como una cosa distinta de él, *exterior a él*. Como si fuera una mercancía.

Las conclusiones a las que había llegado la concepción especulativa del derecho, “expresión más noble, más universal, elevada a ciencia”, según Marx, son la antítesis de aquellas a las que este, conforme vimos, arribaba.

Para la filosofía especulativa y el derecho la persona inalienable –libre– poseía el atributo de la propiedad de las cosas. Entre ellas, la de la actividad de su propio cuerpo como algo exterior a la persona. Por ello, la podía enajenar, vender. A través del contrato de salario, que es el pago del uso de la propiedad. La propiedad es la causa de la enajenación del trabajo. Marx decía precisamente lo opuesto. La propiedad no es algo distinto del salario. El salario no es sino, en apariencia, la venta del trabajo. No es la propiedad privada la causa del trabajo enajenado, hecho ajeno, sino más bien al revés: el trabajo hecho ajeno es la causa de la propiedad privada.

3. El siervo propietario

[...] un modo de explotación diferente que permitía considerar propietario al explotado (pues algo tenía que vender) (Capella, 1993: 137).

Ahora convendría, entonces, volver sobre los textos de Marx. Sería necesaria una íntegra

relectura del *El capital* para poner a prueba la hipótesis de Cerroni de que este no es solo la crítica de la economía política, sino también la del derecho moderno.

Sin embargo, no parece que la concepción de Marx, de que el obrero moderno sigue siendo socialmente un siervo, hubiese sido un mero recurso retórico juvenil. Creo que hay al menos una muestra muy elocuente:

desde el punto de vista social, la clase obrera, aun fuera del proceso directo de trabajo, es *atributo* del capital, ni más ni menos que los instrumentos inanimados. Hasta su consumo individual es, dentro de ciertos límites, un mero factor en el proceso de reproducción del capital. [...] El cambio constante de patrono y la *fictio juris* del contrato de trabajo mantienen en pie la apariencia de la libre personalidad (Marx, 1956: 462s.).

Se entiende ahora, así, por qué no hay venta del trabajo o de la fuerza de trabajo, por qué es solo una apariencia. Mal puede vender alguien que no es propietario porque él mismo es propiedad de otro: el obrero es un atributo del capital, pertenece a la clase capitalista, como una cosa. Como una mercancía, pues siendo cosa perteneciente a alguien puede él mismo ser enajenado. Pertenece a quien dispone de sus condiciones de vida. Condiciones que el capital deja usar o consumir al obrero, bajo la *forma* de salario, en la medida en que quiera o necesite la reproducción de la clase de los que trabajan.

Veamos una serie de citas:

¿Qué es el salario? [...] al parecer, el capitalista les *compra* a los obreros su trabajo con dinero. Ellos le *venden* por dinero su trabajo. Pero esto no es más que la apariencia. [...] Con el mismo dinero [...] el capitalista podía haber comprado dos libras de azúcar o una determinada cantidad de otra mercancía. [...] Al entregarle dos marcos, el capitalista le entrega, a cambio de su jornada de trabajo, la cantidad correspondiente de carne, de ropa de leña, de luz, etc. [...] el capitalista no paga este salario del dinero que ha de obtener [...] sino de un fondo de dinero que tiene de reserva. [...] *Por tanto, el salario no es la parte del obrero en la mercancía que él produce. El salario es la parte de la mercancía ya existente, con la que el capitalista compra una determinada cantidad de fuerza de trabajo productiva.* [...] [El obrero] no pertenece a tal o cual capitalista, sino a la *clase capitalista en conjunto*.^[3]

Las necesidades del obrero *solo* son para ella [...] *la necesidad de mantenerlo durante el trabajo*, pero de mantenerlo sólo de una manera que impida que la *raza de los obreros se extinga*. El salario posee, pues, en un todo la significación que la *conservación o mantenimiento en servicio* de cualquier otro instrumento productivo [...] De modo que el salario forma parte de los *gastos* necesarios del capital y del capitalista [...]” (Marx, 1968: 128).

Un *aumento del salario* [...] no sería, por lo tanto, nada más que una *mejor retribución de los esclavos* [...] (ibíd.: 122).

La escala mínima –la única necesaria– para establecer el salario es la subsistencia del obrero durante el trabajo, más el necesario excedente para poder alimentar una familia y para que la raza de los obreros no se extinga (ibíd.: 50).

[Adam Smith] Nos dice que [...] “*todo el producto* del trabajo pertenece al obrero”. Pero al mismo tiempo nos dice que, en realidad, lo que vuelve al obrero es la parte más pequeña y estrictamente indispensable del producto; justo lo necesario, no para que exista como hombre, sino para que exista como obrero; no para que perpetúe la humanidad, sino para que perpetúe la clase esclava de los obreros (ibíd.: 55).

El cebo del ganado de labor no deja de ser un factor necesario del proceso de producción porque el ganado disfrute lo que coma. La conservación y reproducción constantes de la clase obrera son condición permanente del proceso de reproducción del capital (Marx, 1956: 462).

Se trata, entonces, de que el capital produce al productor de bienes; lo produce conservándolo y reproduciéndolo, pero esto aparece como un intercambio cuya forma jurídica son contratos de compra venta.

El salario que para el obrero es una venta, para el capitalista es una compra. El obrero no sólo cree vender, cuando en realidad lo están alimentando, sino que cree vender sólo su trabajo, su fuerza de trabajo, cuando en realidad –dado que lo mantienen con vida– se vende él mismo, íntegramente –entrega su vida, no queda su alma en casa–, sólo que lo hace en partes, las horas de la jornada laboral. Marx cita a Adam Smith:

Como los hombres, al igual que las demás especies animales, naturalmente se multiplican en proporción a sus medios de subsistencia, siempre hay mayor o menor demanda de alimentos. Siempre el sustento podrá comprar [...] una cantidad más o menos grande de trabajo, y siempre ha de hallarse alguien dispuesto a hacer algo para ganárselo (Marx, 1968: 94).

el *obrero libre* se vende él mismo y, se vende en partes [...] (Marx, 1957: 49).

El capitalista, al alimentar al obrero, lo produce. Pero, como con el trabajo del obrero, en forma de alimentos y demás condiciones de vida, compra más trabajo (paga con ellos en su forma de dinero), lo produce como mercancía. “La producción produce al hombre no solo como *mercancía*, como *mercancía humana*, el hombre definido como mercancía” (Marx, 1968: 129).

Es claro, entonces, que el salario es solo una forma de la propiedad (la que el capitalista destina a pagar), y la propiedad es la forma del salario (la que el obrero adquiere para vivir). Desde el punto de vista social se trata de distintas formas del trabajo, vistas a través del derecho, desde la posición en que el individuo se halle en cada cara del contrato. Es decir, ya sea vendedor o comprador.

En tanto el obrero separa de sí su actividad, de la que se considera propietario, y la enajena como una cosa, considera al otro propietario de lo que recibe a cambio. La enajenación del trabajo es la causa de la propiedad privada. Más adelante veremos el fenómeno histórico del cual deriva, aquel que en la filosofía jurídica reconocía su antecedente en la separación del alma y el cuerpo.

Así como vuelve extraña a él su propia actividad, así también le atribuye al extraño, como cosa propia, la actividad que no le pertenece. [...] La relación del obrero con respecto al trabajo engendra la relación del capitalista, del dueño del trabajo –cualquiera sea el nombre que se le dé– con respecto a este. La *propiedad privada* es, pues, el producto, el resultado, la necesaria consecuencia del *trabajo alienado*, de la relación exterior del obrero con la naturaleza y consigo mismo. La *propiedad privada* deriva, pues, del análisis del concepto de *trabajo alienado*, es decir, de *hombre alienado*, de trabajo que se ha vuelto extraño, de vida que se ha vuelto extraña, de hombre que se ha vuelto extraño. [...] Pero del análisis de este concepto surge que la propiedad privada, si aparece como la razón, como la causa del trabajo alienado, más bien es una consecuencia de éste, del mismo modo como los dioses no son, *en el origen*, la causa, sino el efecto de la aberración del entendimiento humano. Más tarde, esta relación se trueca en acción recíproca. Sólo en el punto culminante del desarrollo de la propiedad privada vuelve a aparecer el misterio, que es inherente a ella; a saber: por una parte, que la propiedad privada es el *producto* del trabajo alienado y, por la

otra, que es el *medio* por el cual el trabajo se aliena: es la *realización de esta alienación* (ibíd.: 120s.).

porque el salario –en el que el producto, el objeto de trabajo, remunera el trabajo mismo– no es más que una consecuencia necesaria de la alienación del trabajo, y en el salario el trabajo aparece [...] como el sirviente del salario (íd.).

Sólo una vez que se ha establecido el sistema capitalista, que reproduce la matriz mercantil en toda su extensión, la propiedad privada es la “causa” de la enajenación. Pero ello aparece así si hacemos un corte sincrónico en el momento en que “los dioses se han autonomizado”. Es decir, cuando las categorías de la propiedad privada, los contratos y el salario han cristalizado en relaciones sociales ideológicas. Relaciones asumidas acríticamente por la jurisprudencia y la economía política.

4. Servicios

Sabia e ingeniosa explicación, a fe mía, la de Gabio Basso, en su tratado *Del origen de los vocablos*, de la palabra *persona*, máscara. *Noches Áticas*, de Aulio Gelio (L: 5,7).
Julio Cortázar, *Rayuela*

Una buena parte del trabajo hoy se denomina servicios. Su carácter distintivo es la intangibilidad, es decir, no se trata de bienes físicos, pero tienen el carácter de mercancías. Según un informe del Ministerio de Economía del Gobierno de España (2010):

El sector servicios tiene una importancia clave para la economía española, en la que representa el 70% del PIB y el empleo, cifras similares a las de los demás países de la OCDE. [...] La situación es similar para la UE que, en su conjunto, es el mayor exportador mundial de servicios.

Se trata de trabajo, trabajo remunerado que se comercia bajo el nombre de *servicio*. Palabra derivada del latín *servitium*, esclavitud, condición de esclavo o siervo.

Partamos de la más complicada y también de la que no se habla casi nunca: el siervo. No se habla de él, pero vivimos en un tiempo en el que el siervo podría fungir como emblema: para todos aquéllos que, desde la infancia hasta la muerte, son empleados en actividades y trabajos que no pueden ser definidos esclavistas sólo porque son remunerados por algún capital con salarios de hambre o por el mecanismo generalizado de servicio por el que todo sirve a todo, en una serie infinita de funciones concatenadas (Calzolari, 2009).

Sin embargo, para el derecho –y para Hegel, como vimos–, ese siervo es *persona* porque contrata. Innumerables servicios, innumerables contratos, innumerables propietarios, innumerables personas. Innumerables máscaras.

5. Producción mediante el intercambio

Si alguno no quiere trabajar, tampoco coma.
(II Tesalonicenses 3, 10)

Volvamos a Cerroni (1965: 83-84), ya que estamos con él:

el derecho moderno tiene que construir [...] una serie completa de categorías, nuevas en todo sentido (esenciales en cuanto son específicas) que diferencian la sociedad *capitalista* de la sociedad *mercantil* (en esta el intercambio todavía no ha invadido la producción de modo que esta no es producción mediante el cambio, sino producción mediante la vinculación directa del productor).

El productor vende el producto terminado, una cosa, exterior a él. No vende su actividad, sino el resultado. Ese resultado en que se materializa, se objetiva su actividad, es –respecto de él– efectivamente exterior. Es esta la razón por la que la propiedad del producto se funda en el trabajo privado y por la que los economistas dan por presupuesta la propiedad.

El contrato de salario, venta de la actividad, trata a esta *como si* fuera un producto. Por eso se *presupone* que el obrero es propietario de su fuerza de trabajo y, por lo tanto la puede enajenar. Hay aquí una *apariencia* de intercambio. Una apariencia de intercambio de equivalentes, como la que ocurre en la producción mercantil simple.

Esto es lo que decía Marx en los *Borradores*:

Este intercambio de equivalentes tiene lugar, [si bien] es solo la capa superficial de una producción que descansa sobre la apropiación de trabajo ajeno sin *intercambio*, pero bajo la *apariencia del intercambio*. Este sistema de intercambio descansa sobre el *capital* como su fundamento y si se lo considera separado de él, si se lo considera tal como se muestra en la superficie, como sistema *autónomo*, lo que se da es una mera *apariencia*, pero una *apariencia necesaria* (Marx, 1971: 472).

Se trata entonces de apropiación de trabajo ajeno bajo la apariencia necesaria de un intercambio. Este intercambio aparece como autónomo respecto a la producción, pero en realidad es el modo de apropiación específico del capitalismo, donde el trabajo tiene la forma de mercancía. La forma jurídica de este intercambio es un contrato, el de salario.

El intercambio mismo es un momento de la producción (porque, a diferencia de otras formas productivas, en el capitalismo –de matriz mercantil–, si no hay intercambio, no hay producción), momento necesario que oculta la apropiación. El salario es la forma ideológica que da cuenta del intercambio aparente, pero efectivo, al tiempo que elude la apropiación sin equivalente que es la plusvalía.

Decía el filósofo italiano:

en una sociedad fundada en el intercambio, el derecho actúa como relación de voluntad-reconocimiento (entre poseedores de mercancías), como relación meramente ideológica, porque la relación *real* entre los hombres se confía al mercado y *la misma producción se realiza bajo la forma de intercambio* (de fuerza de trabajo por salario) (Cerroni, 1965: 84s.).

Podríamos decir ahora que la figura del obrero *asalariado* oculta al siervo, al ser investido como *propietario* por el derecho.

El obrero heredó sólo las ropas del comerciante y del artesano independiente que vendía sus productos en la feria. Y se ha sentido mucho más propietario en la medida en que la forma de la producción material exigió que el capital lo alimentara mejor. Y más exigió él mismo, a través del derecho, cuanto más se sintió propietario.

Contra la intuición de Marx, los obreros tuvieron, entonces, “algo que perder”. Y lo perdieron, lo siguen perdiendo aún, con el cambio de los modos de producir y de generar ganancias reales con relativa mínima producción. Es decir con relativo mínimo consumo de subsistencia, de mantenimiento, de los siervos como clase. Es decir, el mínimo en términos absolutos, aunque no lo sea individualmente. Ello ocurre así, si tenemos en cuenta los miles de millones de seres humanos excluidos del consumo y, por lo tanto, de la “propiedad” de su trabajo.

6. El otro lado de la venta, la compra

Todo tiene Logo... “Ya sé”, hasta el pogo.
 Saravaravá...
 Su tío, mi hermana, tu abuela...
 Si no tiene Logo, falta poco, saravaravá...
 Todo “on sale”, aproveche que sale temprano
 y sin más demora.
 Sino compra ahora, va a caer en bancarrota.
 ¡Espiritual, Intelectual y Emocional!
 (Kevin Johansen, cantautor)

El otro lado de la venta de la fuerza de trabajo es, para el obrero, la compra de los bienes de subsistencia y condiciones de vida en general. Es decir los usos y los consumos.

Al reconocerse propietario de su salario, pues “se lo ha ganado con su trabajo” —el clásico fundamento de la propiedad— el obrero está reconociendo al otro como propietario de sus productos, pues se los ha “pagado” (le ha pagado su propia participación en la producción). Por lo tanto, si los necesita, deberá “comprarlos”. El obrero “compra” su subsistencia, compra su propio trabajo. El ciclo se termina así nuevamente en el intercambio y su forma jurídica es también un contrato de compraventa. Por eso, *para los que trabajan*, la vida está inundada de contratos. Pero trabajan aquellos que el capital necesita que trabajen, no todos. Los suficientes para generar ganancias, pues, el fin de los capitalistas no es satisfacer las necesidades de la gente, sino sus ganancias. La satisfacción de las necesidades de la gente es un medio, no un fin.^[4] Y produce lo que le conviene y en la cantidad que le conviene. Esto es lo mismo que decir que mantiene a los siervos que le conviene. Produce, por tanto, no solo al productor, sino al consumidor. Al tiempo que produce el consumo, produce al consumidor. Producirá el consumo y los consumidores necesarios para satisfacer sus ganancias. Tanto su tipo como su cantidad. Como cualquier mercancía, solo que esta, a diferencia de cualquier otra, es una mercancía viva que produce lo que consume y consume lo que produce. Y en ello consiste su valor específico, genera plusvalía tanto produciendo como consumiendo.

Del lado de la compra aparecen dos determinaciones complementarias, sólo aparentemente antitéticas: el consumismo y el subconsumo.

Vimos que la apariencia de venta de la fuerza de trabajo oculta la manutención del siervo de cuyo trabajo se apropia el capitalista, la clase de los capitalistas. La apariencia de compra oculta ese gasto de mantenimiento y conservación. Pero también oculta otra apropiación. Sólo que ésta es una apropiación futura. Y, quizá, debemos buscar acá, en el consumo, y no en la producción, hoy, el mecanismo de lo que llamamos consumismo.

Pero veamos.

Con el consumo se cierra el ciclo, se realiza la mercancía y, *en principio*, genera la necesidad de una nueva producción. Aunque, en realidad, para el capitalista industrial el ciclo se cierra con la venta de la mercancía y no necesariamente con su consumo, pues, al vender la plusvalía que aquella encierra ya ha sido apropiada en el pago del precio. Lo que significa que no es el consumo, ni las necesidades, el motor del capital, sino su dinámica de acumulación. La conversión de plusvalía en capital. Pero el capital, para el capitalista *industrial*, no es tal si no está continuamente produciendo mercancías. Para lo cual necesita seguir produciendo siervos. Y mantenerlos es un mal necesario.

Ahora bien, al alimentar a los siervos no solamente provee el sustento sino que, con él, genera un nuevo ciclo que ya encierra la capacidad de otra nueva plusvalía. De modo que al mantenerlo está produciendo plusvalía futura contenida en el mismo sustento. Podríamos decir que en el alimento ya está en potencia, *in nuce*, una nueva plusvalía. Es decir que, al

alimentarlo, ya hay una nueva apropiación del trabajo ajeno futuro. Si esto es así, la misma forma jurídica de “compra” de sus condiciones de vida, oculta al consumidor no solo su carácter de siervo, sino también la de apropiación de su trabajo futuro. Podemos decir, entonces, que el consumo es también una forma de apropiación del trabajo ajeno (Logiudice, 2011a).

Aunque, por otro lado, el modo de constreñir al siervo a trabajar es obligándolo a consumir. Para ello, antes, hay que generar la necesidad. Esta es la tarea de la publicidad para el consumo, el *marketing* y el *branding*. Por este camino llegamos al *consumo abstracto*, el logo (Logiudice, 2011b).

Pero generando la necesidad o el deseo, su satisfacción garantiza el trabajo futuro si, no siendo aun necesario o conveniente el trabajo presente –efectivo–, el *préstamo para el consumo* facilita la ilusión de la compra. Es decir, facilita la ilusión de propiedad (por ejemplo, de un automóvil): se “compra” sin pagar. Se genera la deuda que deberá ser satisfecha con trabajo futuro.

Vimos que, para el capitalista industrial, la realización de su plusvalía es independiente del consumo, basta con vender. Pues bien, para la clase capitalista en general, en particular para el sector financiero del capital, también es indiferente que se consuma o no, en tanto se pueda realizar la ganancia.

Si al alimentar a los siervos ya hay apropiación del trabajo ajeno futuro, *en principio*, cuanto más los alimente más trabajo futuro estará comprometido. El objetivo del capital sería así embuchar a sus siervos. Sin embargo, esto no es absolutamente necesario para obtener ganancias. El trabajo futuro es una expectativa, como lo es la plusvalía que él encierra. Si el capitalista consigue vender esa expectativa es suficiente para realizar la ganancia y para él también termina el ciclo.

La llamada ingeniería o arquitectura financiera se basa en la venta de la plusvalía futura, la expectativa de plusvalía. Ella sirve, también a través de contratos, de garantías de negocios sobre bienes aún no producidos, pero que se compran y se venden como si fueran bienes tangibles. Se denominan, precisamente, *futuros*. Se producen así: ganancias no ya sobre la producción, sino en el intercambio de bienes virtuales, de consumos virtuales (Logiudice, 2011c).

De este modo, no es necesario producir realmente todo lo que se comercia. Por lo tanto, no es necesario mantener a tantos siervos-productores. Basta su virtualidad.

Las políticas del consumismo tienen la paradoja de que crean más consumidores virtuales que reales. Pero esa virtualidad funciona como un bien intangible que garantiza otros negocios: emisión de títulos de deuda, bonos, etc. El *apalancamiento*.

En la operatoria financiera sucede algo similar a lo que en la jerga bancaria se conoce como el *encaje*: no es necesario que los bancos mantengan en la caja la totalidad de los depósitos, no todos los depositantes acudirán a la vez a retirarlos. En el sistema de estos negocios financieros se supone que no todas las garantías deberán hacerse efectivas al mismo tiempo. Es decir, que todos los títulos, bonos, etc. deban realizarse a la vez.

Entonces, no es necesario que toda la producción virtual esté realizada. Basta alguna determinada proporción calculada. Por lo tanto, no es necesario que todos los consumidores sean reales. De allí que se hable de capitales ficticios y ganancias ficticias.

Con estas expresiones se quieren significar distintos fenómenos que, creo, en definitiva se circunscriben a que los capitales que se negocian exceden a la llamada producción real.

Acá el fenómeno se complica por la presencia de bienes intangibles, cuya valuación no siempre responde a los mismos parámetros y porque muchos de esos bienes son, precisamente, expectativas.

Pero el hecho de que no toda la producción esté *presente*, vimos, significa también que no es necesario que estén presentes, en acto, los productores. Por lo tanto no hay por qué mantenerlos. No interesa, entonces, que consuman, si con lo que consumen ya es suficiente para garantizar los negocios que generan las ganancias que operan en el ámbito financiero. Es decir, si para que se generen ganancias en el ámbito del capital financiero no es

absolutamente necesario que existan ya los bienes sobre los cuales se negocia (se otorgan préstamos, se emiten bonos, etc.), tampoco es necesario que existan ya sus productores y, por lo tanto, lo que éstos consumen. Sin embargo, sobre este consumo virtual, no existente aún, se realizan negocios (la venta de una *clientela* presunta, la cartera o portafolio, etc.).[5] Estos consumidores virtuales lo son en base a los resultados esperados de la publicidad, pero no están insertados efectivamente en las cadenas de intercambio. Es decir, de los contratos de compraventa, la forma jurídica de aquellos.

Se trata de los pobres modernos (o postmodernos) que no son pobres porque no trabajan y luego no consumen, sino a la inversa: son pobres porque no consumen y, luego, no trabajan. No les dan de comer porque no interesa su trabajo.[6]

De este modo, no es ya el derecho, la enajenación contractual, quien genera al propietario privado, sino la publicidad para el consumo.

Las conductas ya no las genera el derecho. La normatividad operará en el espacio de la publicidad. La fuerza coactiva de la norma no residirá en la amenaza del monopolio del uso de la fuerza por el Estado, sino en el monopolio de la manutención. Obligando a trabajar para pagar las deudas o negando el acceso a la producción, limitándola.

Pero es la “compra”, real o virtual, la que genera la idea de propiedad. Es la publicidad la que genera al propietario: esa pequeña propiedad del consumista (íd.). El siervo sigue disfrazado de propietario. No ya propietario-trabajador sino *propietario-consumidor*, ya sea su consumo real, a plazos o virtual.[7] O cliente (*cliens*) propietario. Propietario de una frágil y efímera propiedad, la de la supervivencia, vale decir destinada al uso que agota la cosa.

Si la ilusión de la propiedad de la fuerza de trabajo, la apariencia de su venta, ocultaba la desigualdad (propietarios y no-propietarios) la apariencia de compra de los bienes de consumo también parece hacerlo. Apariencias *operativas*. Casi como la imagen lumínica de una estrella apagada, diría; con el riesgo que comporta toda metáfora.

El consumo no solo parece ser una forma más de apropiación del trabajo ajeno por medio de un contrato, sino también una forma ideológica ocultadora de la desigualdad social. De la existencia de dominantes y dominados. Creo que a esta forma ideológica apuntan las actuales estrategias de *fidelización* tanto en el ámbito del consumo[8] como en el de las relaciones laborales.

Y la fidelidad es propia de los siervos, que son en realidad cosas ajenas, alienadas. No otra cosa, parecen ser los ciudadanos que “se integran en los anuncios publicitarios de las ropas que visten, de los motores que los transportan” (Capella, 1993: 136). Fieles a un logo, en cuyas virtudes, como en la de un fetiche, se confía. Y “‘confiarse’ es siempre un no liberarse de la servidumbre, es conservar la *fidelitas* al Señor” (Prestipino, 2011: 5).

Quizá tan siervo, pero no servil, fuesen los proletarios, para Marx, que no tenían más nada que perder que sus *cadenas*.

¿Qué cadenas podían ser esas sino la *forma* contractual, la apariencia de compraventa?

En el apartado “Proletarios y comunistas” de *El manifiesto comunista*, hay un breve párrafo en que se postula la *abolición de la compraventa*. Según algunas traducciones, del trapicheo o del tráfico. Pero cualquiera sea su traducción, se refiere al trabajo asalariado como condición de la abolición de las relaciones de producción burguesas y la propia burguesía.

¿Por qué habría de abolirse una apariencia si no es porque se trata de una cadena que oculta la verdadera dominación? Tanto por su forma de venta como de compra. Y esta es, para el consumidor, la forma jurídica del consumo.

La desmitificación de la religión no acabó con ella, pero abrió otras puertas al conocimiento. Quizá la desmitificación del derecho abra otras, liberadoras de la enajenación secular. Quizá la des-alienación deba hacer el camino de la des-enajenación jurídica, puesto que la alienación no parece ser más que la aparente enajenación.

Pero no se trata sólo de una cuestión cognitiva, sino política. Puesto que tras la mistificación religiosa o ideológica, es decir, jurídica, y, en el capitalismo actual, publicitaria, se halla la dominación. Se trata, entonces, de hegemonía. Vale decir, política.

Artículo escrito en agosto de 2012 para su publicación en *Herramienta*

Bibliografía

- Calzolari, Stefano, “*Il servo, il puttana, il moderato: tre figure della democrazia reale*”, 2009. En: <http://www.puntorosso.it/saperecondiviso_calzolari.html>
- Capella, Juan Ramón, *Los ciudadanos siervos*. Trotta: Madrid, 1993.
- Cerroni, Umberto. *Marx y el derecho moderno*. Jorge Álvarez: Buenos Aires, 1965.
- Connolly, John, *Los amantes*. Tusquets: Buenos Aires, 2010.
- Gobierno de España, Ministerio de Economía y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio, “Importancia del comercio internacional de servicios”, 2010. En: <<http://www.comercio.gob.es/es-es/comercio-exterior/informacion-sectorial/servicios/paginas/importancia-comercio-internacional.aspx>>
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich, *Principios de la Filosofía del Derecho o Derecho Natural y Ciencia Política*. Traducción de Juan Luis Vermal sobre el texto alemán de J. Hoffmeister. Sudamericana: Buenos Aires, 1975.
- Logiudice, Edgardo, “El marxismo y el consumo. El consumo ¿es una nueva forma de apropiación del trabajo ajeno?”, 2011 [2011a]. <<http://www.herramienta.com.ar/herramienta-web-10/el-marxismo-y-el-consumo>>
- , “La publicidad como normatividad dominante. Aspectos epistémicos y estructurales. Fe religiosa y fe profana”. En: *Mientras tanto* 96 (noviembre de 2011) [2011b].
- , “El marxismo y la propiedad privada ¿Hay una nueva propiedad privada?”, 2011 [2011c]. En: <<http://www.herramienta.com.ar/herramienta-web-9/el-marxismo-y-la-propiedad-privada-hay-una-nueva-propiedad-privada>>
- Marx, Carlos, “Introducción para la crítica de la ‘Filosofía del Derecho’ de Hegel”. En: Hegel, Guillermo Federico, *Filosofía del Derecho*. Editorial Claridad: Buenos Aires, 1955.
- , *El capital. Crítica de la Economía Política*. Tomo I. Editorial Cartago: Buenos Aires, 1956.
- , *Trabajo asalariado y capital*. En: Marx, Carlos / Engels, Federico, *Obras Escogidas*. Cartago: Buenos Aires, 1957, pp. 48-50.
- , “En torno a la crítica de la Filosofía del Derecho de Hegel. Introducción”. En: Marx, Carlos / Engels, Federico, *La Sagrada Familia y otros escritos filosóficos de la primera época*. Editorial Grijalbo: México, 1967 [1967a].
- , “La sagrada familia, o Crítica de la crítica crítica. Contra Bruno Bauer y consortes”. En: –, *La sagrada familia y otros escritos filosóficos de la primera época*. Grijalbo: México, 1967 [1967b].
- , *Manuscritos de 1844. Economía política y filosofía*. Arandú: Buenos Aires, 1968.
- , *Contribución a la crítica de la Economía Política*. Estudio: Buenos Aires, 1970.
- , *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (borrador) 1857-1858*. Volumen 1. Siglo XXI: Buenos Aires, 1971.
- Prestipino, Giuseppe, *Diario di viaggio nelle città gramsciane*. Punto Rosso: Milán, 2011.
- Steltekolschik, Gabriel, “Serendipia. El azar y la sagacidad”. En: *Revista Exactamente* 49 (abril de 2012).

[1]. “*Je ne cherche pas, je trouve*”, dicen que dijo Picasso. Lo mismo deben haber pensado los que descubrieron el sildenafil testeando un fármaco para cardíacos (Steltekolschik, 2012).

[2]. Se trata del *Trabajo asalariado y capital*, de 1847. Aunque el texto del folleto fue modificado por Engels en 1891, no lo fue en este punto.

[3]. Ver nota 1.

[4]. La “satisfacción de las necesidades” resta como “fin ideal”, decía Marx. Es decir, ideológico, legitimador del verdadero fin de la producción capitalista: la ganancia.

[5]. Según la American Marketing Association (AMA), el *cliente* es “*el comprador potencial o real de los productos o servicios*”. Ver: <<http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>>

[6]. Tengo que decir acá que esta idea revierte mis caracterizaciones del pobre moderno en trabajos dedicados a la pobreza. En ellos yo partía de la secuencia *no-productor/no-consumidor/no contratante*, etc.; fundado en *una* lectura de la *Introducción de 1857*, quizá no suficientemente atenta.

[7]. La misma expresión *cliente* evoca su denominación romana, su dependencia de un *patrón* y el carácter de *proletarios* de muchos de ellos.

[8]. PLUSTM es una plataforma de clase mundial para la administración, control en tiempo real, puesta en producción y monitoreo de estrategias corporativas de fidelización o incentivos dirigidas a distintos segmentos de clientes. Ver: <<http://www.aplicaciones.com.co/portal/portal/aplicaciones/Fidelizacion+de+Clientes>>

Revista Herramienta N° 51 Filosofía Marxismo

© Ediciones Herramienta. Se autoriza la reproducción de los artículos en cualquier medio a condición de la mención de la fuente.

URL del envío: <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-51/marx-y-el-siervo-propietario-conjeturas-y-serendipias>