

Deseo, reconocimiento y satisfacción en Marx y Bataille

Gerard Moreno Ferrer¹

*Y lo invisible se prueba por lo visible,
hasta que lo visible se haga invisible y sea probado a su vez.*

León Felipe
“Paráfrasis al Canto a mí mismo
de Walt Whitman”
Canto 3

Resumen: Partiendo de la segunda nota al pie del primer libro de *El Capital*, en la que se establece una relación directa entre deseo y necesidad, procedemos con un redoblamiento de dicho libro de la obra de Marx a través del deseo de satisfacción y el deseo de reconocimiento que nos permite buscar algo similar al fetichismo de la mercancía en la construcción de la identidad. Una vez visto esto, mostraremos cómo, en las sociedades descritas por Bataille en *La noción de gasto* y *La parte maldita*, la relación entre satisfacción y reconocimiento es opuesta a la extraída del análisis anterior.

Palabras clave: Deseo, valor, reconocimiento, satisfacción, identidad.

Abstract: Based on the second footnote of the first book of *Capital*, where a direct relationship between desire and need is established, we proceed with a redoubling of this book through the desire of satisfaction and desire of recognition that allows us to search something similar to the commodity fetishism in the construction of identity. After exposing this, we will show how, in the societies described by Bataille in *The Notion of Gift* and *The Accursed Share*, the relationship between satisfaction and recognition is opposed to that obtained from our reading of Marx.

Keywords: Desire, value, recognition, satisfaction, identity.

PRESENTACIÓN

La presente comunicación nace a partir de cierta extrañeza originada al leer, en *El Anti-Edipo* de Deleuze-Guattari, que en el materialismo propiamente dicho se introduce en el deseo la producción que moviliza la maquinaria sobre la que se vuelca el cuerpo a estudiar (bien sea psicológico, social...),² a diferencia de un otro materialismo más cercano a “las formas típicas del idealismo” que obviaría el papel productivo del deseo. Ante esta primera extrañeza nos preguntamos: ¿Cómo se podría

¹ Universitat de Barcelona.

² G. Deleuze y F. Guattari (1998). *El Anti-Edipo*. Traducido por F. Monge. Barcelona: Ed. Paidós, p. 30.

comprender *El Capital* de Marx desde esta intromisión de la producción en el deseo? ¿Hay algún punto de esta obra en el que Marx lo introduzca? ¿O bien debemos suponer que el pensamiento de Marx, según la lectura de Deleuze-Guattari, no es materialista?

SATISFACCIÓN Y RECONOCIMIENTO EN MARX

Haciéndonos estas preguntas nos encontramos al inicio del primer libro de *El Capital* con una nota al pie en la que, citando a Barbon, Marx establece una relación directa entre deseo y necesidad; la cita en cuestión es la siguiente: «Deseo implica necesidad; es el apetito de la mente, y tan natural como el hambre al cuerpo [...] la mayoría (de las cosas) deben su valor a que satisfacen las necesidades de la mente»³ y a ella añade el siguiente colorario, este sí de su puño y letra: «La índole de estas necesidades, ya surjan del estómago o de la fantasía, no cambia nada las cosas»,⁴ lo cual nos lleva a afirmar que es indiferente, en el momento de establecer el valor de uso, la naturaleza de la necesidad o el deseo en cuestión.

Desde esta afirmación parecería que el valor de uso de algo, más que valorarse en tanto que a su uso directo o su revertir directamente sobre una acción útil, debería medirse, según Marx, en tanto al deseo que genera, independientemente de que luego, dicho algo, tenga o no implicación práctica alguna, pues como nos recuerda el propio Marx: «Tampoco se trata de saber cómo esa cosa satisface la necesidad humana».⁵

Pero si esto es así, vemos que el valor de uso, en tanto que se refiere a un deseo que debe ser satisfecho, no podría tener valor objetivo alguno; sino que, por el contrario, se movería en relación a un preguntar «qué estás dispuesto a hacer (dar) por lo deseado», «cuál es la magnitud de tu deseo», «hasta donde llegarías para satisfacerlo».⁶ Ante esta definición del valor de uso, y teniendo en cuenta que según Marx «el valor de cambio aparece primero como la relación cuantitativa, la proporción en que los valores de uso de un tipo se cambian por los de otro, una relación que varía continuamente con el tiempo y el lugar»,⁷ ¿cómo deslindar entre el valor de uso y el valor de cambio que parece establecer su valor cuantitativo y permitir así el intercambio?

A este efecto Marx recurre a una cita de Aristóteles que nos ayuda a esclarecer en qué sentido el valor de cambio no es sino un modo del valor de uso. La cita en cuestión es la siguiente: «Pues doble es el uso de cada bien, uno es inherente al objeto, otro no, como el de una sandalia, que sirve para calzarse y para cambiarse por otra cosa. Ambos son valores de uso de la sandalia, pues quien cambia la sandalia por lo que le falta, por ejemplo alimentos, utiliza la sandalia como tal sandalia.

³ K. Marx (2012). *El capital*. Libro I. Volumen I. Traducido por V. Romano García. Madrid: Ed. Akal, p. 55; citando a N. Barbon (1969). *A discourse on coining the new money lighter, in answer to Mr. Locke's considerations*. Londres, pp. 2-3.

⁴ K. Marx. *Ibid.*

⁵ K. Marx. *Ibid.*

⁶ Cfr. G. Moreno Ferrer. *Dar la vida* incl. Cronofagia n°3 (Próxima publicación).

⁷ K. Marx. *Op. cit.*, p. 57.

Pero no en su forma de uso natural. Pues no existe para el intercambio». ⁸ Vemos con ello, como decíamos, que el valor de cambio no es sino un modo del valor de uso, mal que aquí el valor no se atribuya a un uso intrínseco al propio objeto. Por el contrario, si satisface el deseo de su poseedor solo lo hace en la medida en que no le satisface a él sino a aquél con quien realiza el intercambio.

De este modo, en tanto que la producción no se dirige al propio deseo sino de un modo indirecto; en la medida en que no es sino satisfaciendo el deseo del otro que uno espera poder satisfacer, posteriormente, el suyo; la producción se ve reducida a la satisfacción del deseo del otro. Su acción se reduce al otro, y así parece decirnoslo Marx cuando declara que: «Todas las mercancías son no-valores de uso para sus poseedores, y valores de uso para sus no-poseedores». ⁹ Pero, teniendo en cuenta que lo que se persigue mediante este satisfacer el deseo del otro, en realidad, es adquirir la capacidad de satisfacer el deseo propio mediante un producto de otro que cumpla con lo que la necesidad de uno reclama, tenemos que aquél otro al que la producción de uno satisface se hace indiferente: no importa ni cómo satisfaga ni quién se satisfaga con tal producción, sino, simplemente, que genere en cualquiera el deseo necesario para que este esté dispuesto a darle el valor que, a su vez, uno está dispuesto a dar por aquello que satisfaga su deseo.

Así, lo producido se hace indiferente al deseo propio, a las propias necesidades, salvo por el hecho de que se presupone como un equivalente general de cualquier otro producto, de suerte que permita intercambiarlo por aquello que el deseo reclama.

Tenemos, pues, por un lado que lo producido se hace indiferente para el productor, el cual no está teniendo en cuenta, al producirlo, sino el deseo de otro; pero, al mismo tiempo, este otro, así como el uso que pueda hacer de lo que uno produce, se hace también indiferente en la medida en que no se busca de él más que el reconocimiento del valor de lo producido para poder adquirir aquello que satisfaga su deseo. Reconocimiento que podríamos definir con Kojève como deseo de deseo. Vemos, así, que, aunque el producir vaya dirigido a la satisfacción del deseo del otro, en la medida en que lo que se busca con ello es el reconocimiento necesario para adquirir aquello que satisfaga el propio deseo, uno pretende satisfacerse a través del reconocimiento del otro.

Ahora bien, este retorcimiento del deseo y el valor se repite con cada uno de los individuos que participa en el intercambio; de tal suerte que, cada uno de ellos, presupone su producto como equivalente general de todos los demás productos y, a su vez, se muestra indiferente tanto al uso que le pueda dar él como al uso que le puedan dar los demás, ¹⁰ generando un modo completamente abstracto de producción.

⁸ K. Marx. *Ibid.*, p. 120. Nota al pie n° 39.

⁹ K. Marx. *Ibid.*, p. 120.

¹⁰ «Toda mercancía ajena es para el poseedor de mercancías un equivalente particular de la suya, de ahí que esta figure como equivalente general de todas las demás mercancías. Mas como todos los propietarios de mercancías hacen lo mismo, ninguna mercancía es equivalente general.» (K. Marx. *Ibid.*, p. 121)

De aquí podemos obtener dos problemas principales:

1. Si el uso del producto se ha hecho indiferente al productor, ¿de dónde surge este valor que le presupone, mediante el reconocimiento del cual puede esperar adquirir lo que desea?, ¿a qué refiere tal valor?
2. Por otro lado, si a través de la adquisición de un producto se reconoce la labor del productor y, a su vez, no es sino mediante este reconocimiento que se pueden producir adquisiciones (y teniendo en cuenta que todos actúan bajo esta misma lógica), ¿de dónde proviene el reconocimiento?

Si aceptamos que lo que se busca a través del producto es el reconocimiento que permita al productor adquirir aquello que desea, parece claro que lo que se reconoce y se valora, no es tanto el objeto producido como la producción misma. Ahora bien, en la medida en que su reconocimiento lo recibe a través del objeto que satisface la necesidad del otro, en la medida que el otro solo observa en el objeto el hecho de que satisface sus deseos, la producción misma se hace indiferente a tal reconocimiento; lo que el otro reconoce en lo producido es aquello que desea, no el proceso de producción que lo ha efectuado, de ahí que Marx nos diga que «en el producto logrado se extingue la mediación de sus propiedades de uso por medio del trabajo anterior».¹¹ Tenemos, de este modo, por un lado la búsqueda de reconocimiento de una producción y, por el otro, el reconocimiento de un producto.

Pero el producto, al fin y al cabo, no es más que la objetivación de la producción, y ello se ve en que si la satisfacción del otro se ve truncada debido a un defecto en el producto se le hará presente el déficit en la producción o, como diría Marx: «cuando los medios de producción hacen valer en el proceso productivo su carácter de productos de trabajo pasado, ello ocurre por medio de sus defectos. Un cuchillo que no corta, un hilo que se rompe continuamente, etcétera, recuerdan vivamente al cuchillero A y al hilandero E».¹² Vemos, con ello, que la producción estaba presupuesta en el producto y que en el reconocimiento del producto se llevaba a cabo, a su vez, el reconocimiento de una producción.

Pero, como hemos dicho, esta producción estaba presupuesta; es decir, no se daba el reconocimiento de la producción particular efectuada sobre el producto, sino el de una producción abstracta y ajena al proceso de producción concreto. El modo como se haya producido aquello que satisface el deseo propio es indiferente siempre que se corresponda con la cantidad de reconocimiento que a esta producción se presupone. Así, el valor, el reconocimiento, aquello por lo que se está dispuesto a dar el propio reconocimiento, remite a y viene de una producción: mediante la producción propia, que se realiza en vistas del deseo del otro, se pretende adquirir el reconocimiento que permita atribuir al producto de la producción de otro el reconocimiento de que es adecuada al deseo de uno mismo.

Pero, precisamente por ello, el productor debe presuponer que su producción recibirá tal reconocimiento: el reconocimiento debe haberse producido antes

¹¹ K. Marx. *Ibid.*, p. 248.

¹² K. Marx. *Ibid.*, p. 248.

de que el producto sea deseado por el otro, se debe poder calcular qué cantidad de valor estará dispuesto a atribuir el otro a aquello que se está produciendo. Vemos, así, que en esta lógica del intercambio —al producir en busca de un reconocimiento—, no solo es indiferente el a quien puede satisfacer el producto y el cómo lo satisfaga, sino que es indiferente, incluso, la intensidad del deseo, la fuerza de la necesidad que mueve al otro a la adquisición de lo producido. El valor de la producción está determinado de antemano; el deseo se reduce a abstracciones universalizantes.

De este modo, viendo que el reconocimiento se da sin tomar en cuenta el contenido concreto de la producción, lo único que de esta puede reconocerse es su duración: el tiempo de trabajo, el tiempo de vida que ha intervenido en tal producción. Tiempo que, a su vez no viene determinado por el tiempo real invertido en la producción, sino por el tiempo que previamente a la producción se espera conveniente para realizarla; no consiste, así, tanto en el tiempo de vida que *ha* intervenido en dicha producción como en el tiempo de vida que *debe* intervenir en ella.

Así, tanto el deseo como la producción se ven sobredeterminados por este deber que establece, con independencia del caso concreto, tanto el tiempo de producción como lo que se debe estar dispuesto a dar por lo deseado. Tenemos, entonces, un deseo que se satisface en la medida que puede satisfacer el deseo del otro pero que, a su vez, al valorar su producción —que es precisamente aquello que sirve de nexo entre su deseo y el del otro— se muestra indiferente tanto a su producción concreta como al deseo particular de aquel otro concreto que pudiera interesarse por aquello que produce.

De este modo, en la medida que el deseo identificado con la satisfacción se ve vinculado a la necesidad del reconocimiento del otro; en la medida que el reconocimiento implica una mayor adquisición, una mayor acumulación, permitiendo, así, una mayor satisfacción del deseo; en la medida que este reconocimiento se manifiesta en un valor abstracto que, independientemente a la realidad de la producción, remite simplemente al tiempo de producción socialmente establecido para llevarla a cabo y, permite con ello, su intercambiabilidad bajo una cierta reciprocidad; en la medida en que el deseo se ve sobredeterminado por este redoblamiento del deseo que es el valor de cambio; este, el deseo, no solo se muestra constantemente insatisfecho —dado que nunca alcanza el reconocimiento que su singularidad busca—, sino que además, en tanto que no es más que medio del deseo del otro, el cual es a su vez, medio del deseo propio, se ve encerrado en un círculo vicioso de medios y fines que nunca encuentra un término, de tal modo que, incluso la satisfacción que permite seguir en vida es dirigida, a su vez, a la manutención del medio de producción que realiza lo deseado por otro. El deseo propio se identifica con el deseo de un otro que se vuelve indiferente y, en ese sentido, en tanto que el reconocimiento viene de otro al que, a su vez, no se reconoce, acaba siendo, siempre, insatisfecho. De este modo, la vida debe reinvertirse en busca de un reconocimiento siempre mayor al adquirido; por ello, posterga constantemente su satisfacción comprendiendo la actualidad como un medio para alcanzarla en el futuro: Él mismo se convierte, para sí, en un valor de uso, en una producción que debe satisfacer su deseo que, a su vez, es el deseo de otro: la producción y el productor son reducidos a la forma de una mercancía.

Así, cuando en la forma del valor de cambio, se identifican reconocimiento con satisfacción entramos en una dinámica de indiferenciación con el otro a través de la cual tanto el reconocimiento como la satisfacción se dan siempre de un modo insatisfactorio y, con ello, el hombre queda atado como un medio para la satisfacción de este deseo que no es posible satisfacer. Tal vez desde aquí podamos repetir con Lacan —sabiendo, o no, que no nos estamos refiriendo bien bien a lo mismo— que «no hay relación sexual»,¹³ que «es imposible formularla», que esta «no se relaciona con el Otro en cuanto tal»; claro está que esta fórmula, desde la perspectiva mostrada solo tendría sentido en esta vinculación establecida entre deseo de satisfacción y deseo de reconocimiento, que aquí hemos mostrado en el lugar del valor de cambio pero que sospechamos podría extenderse al ámbito de la producción de la identidad del sujeto, al cómo uno se reconoce a sí mismo buscando ser reconocido.

Hemos visto, hasta aquí, el redoblamiento que se produce del fetichismo de la mercancía marxista al introducir en su juego el deseo, redoblamiento que podríamos denominar fetichismo del reconocimiento o de la identidad —comprendiendo esta identidad como ley que indica qué es acorde con ella y cómo se debe manifestar para que sea reconocida como tal, es decir, en el sentido en el que la rechazaría, por ejemplo, Foucault en *Sexo, poder y política de la identidad*—.¹⁴

SACRIFICIO Y POTLATCH EN BATAILLE

Ante esta relación descrita a partir de Marx entre el deseo y el reconocimiento, la teorización sobre los modos de economía de las sociedades de consumo efectuada por Bataille se nos revela curiosamente iluminadora; pues ella nos muestra, por un lado —bajo la forma del sacrificio—, un deseo que no busca satisfacción alguna, y, por el otro —bajo la forma del don o del potlatch—, un reconocimiento que solo se da en la renuncia a aquello que pudiera satisfacer el deseo.

Prosigamos, primero, con el sacrificio: «En el sentido etimológico de la palabra», nos dice Bataille en *La noción de gasto*, «el sacrificio no es otra cosa que la producción de cosas sagradas»,¹⁵ más concretamente, nos dirá en *La parte maldita*: «El sacrificio restituye al mundo sagrado lo que el uso servil degradó y profanó [...] No es necesario que el sacrificio destruya, propiamente hablando, al animal o la planta, que el hombre debió volver una cosa para su uso. Al menos hay que destruirlas en tanto que cosas, en tanto que se han convertido en cosas».¹⁶ Vemos, así, que el sacrificio no es incompatible con el deseo de satisfacción, aunque busque, precisamente, su suspensión; conviven en la separación entre el mundo sagrado y el mundo profano.

¹³ J. Lacan (1981). *Seminario XX. Aín*. Traducido por D. Rabinovich, Delmont-Mauri y J. Sucre. Barcelona: Ed. Paidós, p. 17.

¹⁴ «Si la identidad llega a ser el problema mayor de la existencia sexual, si las gentes piensan que deben “desvelar” su “identidad propia” y que esta identidad debe llegar a ser la ley, el principio, el código de su existencia, si la cuestión que perpetuamente plantean es: “¿Esto es acorde con mi identidad?”, entonces pienso que retornarán a una especie de ética muy próxima a la de la virilidad heterosexual tradicional» (M. Foucault (1999). Una entrevista: Sexo, poder y política de la identidad, en A. Gabilondo (ed. y trad.), *Estética, ética y hermenéutica*. Barcelona: Ed. Paidós, p. 421.

¹⁵ G. Bataille (1974). *La noción de gasto*, en *Obras escogidas*. Traducido por J. Jordà. Barcelona: Barral Ed., p. 41.

¹⁶ G. Bataille (2007). *La parte maldita*. Traducido por L. A. Belloro y J. M. Fava. Buenos Aires: Las cuarenta, p. 73.

En la medida que el hombre piensa las cosas como objetos de satisfacción de su deseo, reduce todas las cosas a medios, cerrándolas en la exterioridad que se le manifiestan y configurando lo que vendría a ser el mundo profano. Pero, al pensar la satisfacción del deseo desde el objeto, el deseo se separa de la producción: su producción deviene, a su vez, un medio para su satisfacción; él mismo, en tanto que productor, es reducido a un objeto que usará para la satisfacción de su deseo, el cual, al ser motor de la producción, es introducido como medio para satisfacción de deseos futuros, de un modo similar al que veíamos en el caso descrito por Marx. Con ello, el hombre se comprende como fin en sí mismo; pero, en tanto que el fin en sí mismo del hombre parecería ser el mantenerse- su fin actual, su mantenerse ahora, remite a un mantenerse posterior, es un medio para una finalidad futura, a saber, el mantenerse en el futuro. Por ello, cuando el hombre empieza a comprenderse como fin en sí mismo se está comprendiendo, a su vez, como medio para sí (para un sí mismo futuro, claro está), de tal modo que su ser en sí mismo queda siempre postergado, proyectado, en la misma cadena de finalidades en la que se introducía el objeto.

Ahora bien, el acto de sacrificio intenta romper todos los lazos de utilidad que tal objeto pudiera tener con el mundo profano, niega la satisfacción que este pudiera ofrecer y trata de restituir la cosa a su estadio previo a la reducción a objeto. Con ello no solo restituye el objeto al mundo de lo sagrado, sino que también el sujeto mismo es sacralizado: en la medida que el objeto de deseo es destruido como tal, la producción que lo redujo a objeto pierde su finalidad bajo esta nueva producción (el sacrificio) que no busca ya una satisfacción. De este modo, bajo la forma del sacrificio se da una producción que no remite a nada más que a sí misma y un deseo que se cierra sobre sí, que, no introduciéndose en la cadena de satisfacciones, se satisface en sí mismo. Así, paradójicamente, no es sino en la renuncia a la satisfacción que el deseo se satisface. Tal vez desde aquí pueda comprenderse mejor el vínculo entre la mística y el sacrificio que Bataille dibuja en varios puntos de su obra.¹⁷

Esta estructura paradójica de la satisfacción no tardará en convertirse ella misma en un objeto de deseo bajo la forma de los rituales y las festividades que articulan las religiones. Pero, válganos como ejemplo de una posibilidad de deseo sin objeto, como ejemplo de un deseo que no busque satisfacción alguna, aunque precisamente por ello acabe satisfaciéndose.

Por otro lado, tenemos la inversión de la relación satisfacción-reconocimiento que se da en la lógica del potlatch que Bataille extrae del *Ensayo sobre el don* de Marcel Mauss.

¹⁷ Por ejemplo: «Aunque sea claramente distinta de ella, la experiencia mística se da, me parece, a partir de la experiencia universal que constituye el sacrificio religioso. Introduce en el mundo dominado por un pensamiento que se atiene a la experiencia de los objetos (y al conocimiento de lo que la experiencia de los objetos desarrolla en nosotros), un elemento que, en las construcciones de ese pensamiento intelectual, no tiene ningún lugar, como no sea negativamente, en tanto que determinación de sus límites. En efecto, lo que la experiencia mística revela es una ausencia de objeto» (G. Bataille (2010). *El erotismo*. Traducido por A. Vicens. Barcelona: Tusquets Ed., p. 28).

El potlatch es un modo de relación económica que Mauss detecta en algunas tribus del noroeste del continente americano y que, posteriormente, busca sus similares en otras sociedades tribales. Según esta lógica, bajo la relación económica (comercial podríamos decir nosotros) no se encuentra el intercambio, sino la humillación del otro y la exaltación de uno mismo. El potlatch consiste en hacer un gran don a otro, un don que no solo no pretende ser recuperado, sino que el hecho de que sea devuelto es visto como una ofensa que exige devolverlo de nuevo con creces. El objetivo de este don es renunciar a una capacidad propia de satisfacción para humillar al otro; aquí, cómo en el caso que describíamos al inicio, también se satisface el deseo del otro, pero el hecho de que el otro encuentre esta satisfacción es visto como una ofensa que debe responderse con un don-ofensa mayor.

Seguramente, el hecho de que este don sea interpretado como una ofensa no puede entenderse sino dentro del marco de la lógica del sacrificio; a saber, si lo sagrado excluye el mundo de lo profano en el que el hombre busca la satisfacción del deseo, entonces, con una mayor acumulación de objetos de deseo se produce una disminución del rango de aquel que lo acumula: se lo aleja de lo sagrado. Así, conforme mayor es el don recibido mayor es la ofensa al igual que, conforme mayor es el don realizado mayor es el reconocimiento, mayor rango social se adquiere; precisamente por ello, el ideal que se esconde tras el potlatch es que no pueda ser devuelto. Ello lo aleja de la lógica del intercambio con la que en un principio podría identificarse. No se trata aquí de esconder un intercambio con usura bajo una forma religiosa que justifique el comercio; al contrario, lo que aquí se está evaluando es el valor que uno mismo se da: se trata de ver hasta donde se está dispuesto a renunciar a su satisfacción para abstraerse del mundo de los objetos y acercarse más al mundo de lo sagrado. Esto se ve sobre todo en aquellos casos en los que el don en lugar de ser entregado a aquel que se humilla es directamente destruido ante él: «Todavía en el siglo XIX sucedía que algún jefe tlingit se presentara ante algún rival para degollar esclavos delante de él. En el término dado, la destrucción era devuelta matando a un número de esclavos más grande. Los Tchoukchi del noroeste siberiano tienen instituciones parecidas. Sacrificaban perros de gran valor: tenían que atemorizar, sofocar, al grupo rival. Los indios de la costa noroeste incendiaban pueblos o destrozaban canoas. Tenían lingotes de cobre impresos con valor convencional (siguiendo su celebridad, su antigüedad) a veces, a estos lingotes que valían una fortuna los tiraban al mar o los rompían».¹⁸

Claro que, en la medida que se adquiría un reconocimiento, y de ello ya nos advierte Bataille,¹⁹ ya se producía una cierta satisfacción, de nuevo; más aún en tanto que, poco a poco, se fue olvidando la humillación del otro por el exceso de satisfacción y se centró la atención en el reconocimiento bajo la forma, por ejemplo, de la limosna; pues con ello se perdió la necesidad de arriesgar incluso los medios de

¹⁸ G. Bataille, *La parte... Op. cit.*, p. 84.

¹⁹ «El don tiene la virtud de un desbordamiento del sujeto que da pero, a cambio del objeto dado, el sujeto se apropia del desbordamiento: considera su virtud en tanto tiene la fuerza como una riqueza, como un *poder*, que le pertenece desde ese momento. Se enriquece del desprecio por la riqueza y donde se revela avaro es por el efecto de su generosidad.» (*Ibid.*, p. 86)

subsistencia y, por lo tanto, este modo relación quedó reducido al mero reconocimiento del rango social que uno ya posee.²⁰ Pero sírvanos, como en el caso del sacrificio, como ejemplo de un modo de desear que no vincule un mayor número de objetos de deseo que lo satisfagan con un mayor reconocimiento.

CONCLUSIÓN

Resumiendo, hemos visto en primer lugar –mediante una tergiversación de Marx generada por la intromisión del deseo en su definición del valor de uso–, cómo, a través del valor de cambio, el deseo de reconocimiento se identifica con el deseo de satisfacción y cómo esta identificación acaba reduciendo la producción, el productor y el otro a una indiferencia absoluta en la apelación a una relación de reconocimiento previa a cualquier contacto real. Por otro lado, hemos visto –mediante Bataille– como el sacrificio constituye un deseo sin objeto o un deseo sin satisfacción y como el potlatch invierte la relación reconocimiento-deseo descrita en Marx.

Estos últimos modelos no los hemos expuesto con la intención de reivindicarlos (son modos de deseo pasados que, seguramente, bajo nuestro modo de socialización no serían posibles), pero sí para mostrar que el modo de deseo que se esconde bajo el valor de cambio –y que creo poder afirmar que es aquel bajo el que nos relacionamos en la actualidad, y no solo a nivel mercantil– no ha sido siempre y que, por lo tanto, no tiene por qué seguir siendo siempre así: no es necesario juzgar el reconocimiento esperable de una acción, ni la acción esperable de un reconocimiento, así como tampoco reducir la producción al reconocimiento de la satisfacción del deseo de otro; pues al relacionarnos de este modo apelamos a una especie de gran otro (un Otro, un estado, un mercado, un Dios...) que establece el valor que *debe* esperarse de los actos (morales, legales, productivos, sociales...) previamente a la relación que los constituye; y no es necesario, principalmente, porque somos nosotros mismos los que lo situamos allí cuando tras nuestras acciones buscamos tanto el reconocimiento como la satisfacción. Cabe decir aquí, para terminar, que cuando decimos nosotros no nos referimos a la mera suma de la voluntad de los individuos.²¹

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Deleuze, G. y Guattari, F. (1998). *El Anti-Edipo*. Traducido por F. Monge. Barcelona: Ed. Paidós.
- Bataille, G. (2010). *El erotismo*. Traducido por A. Vicens. Barcelona: Tusquets Ed.
- (2007). *La parte maldita*. Traducido por L. A. Belloro y J. M. Fava. Buenos Aires:

²⁰ «Solamente en la medida en que se asegure la estabilidad y que ni siquiera unas pérdidas considerables puedan comprometerla, se someten al régimen del gasto improductivo. Los componentes elementales del potlath reaparecen en estas nuevas condiciones bajo unas formas que ya no son tan directamente agonísticas: el gasto sigue destinado a adquirir o a mantener el rango, pero, en principio, ya no tiene como objetivo el hacérselo perder a otro». (G. Bataille, La noción... *Op. cit.*, p. 48)

²¹ Cif. Ruíz Pozo y Moreno Ferrer (2013). Ser-nos(otros), en “Un esforç més/Un esfuerzo más”. *Espai en Blanc*, 12-13, pp. 147-152.

Las cuarenta.

— (1974). La noción de gasto, en *Obras escogidas*. Traducido por J. Jordà. Barcelona: Barral Ed.

Marx, K. (2012). *El capital, 8 vol.* Vol 1. Traducido por V. Romano García. Madrid: Ed. Akal.