

Fantasmía ideológica y creencia en Žižek

Germán Andrés Aristizábal Jara*

Resumen:

La ideología, un concepto central en las ciencias sociales introducido por Marx, vincula el pensamiento con la actividad social. Aunque inicialmente se consolidó en el marxismo, fue cuestionada por la Escuela de Frankfurt en los años treinta debido a la distancia entre las expectativas de emancipación y la realidad. Slavoj Žižek, en "El Sublime Objeto de la Ideología", defiende la relevancia del concepto en la actualidad, sugiriendo una reinterpretación a través del psicoanálisis lacaniano. Propone que la ideología no es solo una "falsa conciencia", sino una ilusión que estructuralmente forma parte de la realidad. Žižek analiza el fetichismo de la mercancía, donde las relaciones sociales se convierten en relaciones entre cosas, y señala que, en el capitalismo, este fetichismo se desplaza hacia los objetos. En contraste, la crítica de Peter Sloterdijk argumenta que vivimos en una era "post-ideológica", donde la ideología se torna cínica. Aceptando esto, Žižek sostiene que la ideología puede ser entendida como una ilusión que guía nuestras prácticas, sostenida por creencias que se imponen objetivamente. Esta reconceptualización plantea nuevos retos para la emancipación social, sugiriendo que nuestras creencias son fundamentales para nuestro conocimiento y acción social.

Palabras clave: Ideología, Creencia, Marx, Žižek, Teoría Crítica.

Ideological fantasy and belief in Žižek

Abstract

Ideology, a central concept in the social sciences introduced by Marx, links thought to social activity. Although it was initially consolidated in Marxism, it was questioned by the Frankfurt School in the 1930s due to the distance between expectations of emancipation and reality. Slavoj Žižek, in "The Sublime Object of Ideology," argues for the relevance of the concept today, suggesting a reinterpretation through Lacanian psychoanalysis. He proposes that ideology is not just a "false consciousness," but an illusion that is structurally part of reality. Žižek analyzes commodity fetishism, where social relations become relations between things, and points out that, in capitalism, this fetishism shifts to objects. In contrast, Peter Sloterdijk's critique argues that we live in a "post-ideological" era, where ideology becomes cynical. Accepting this, Žižek argues that ideology can be understood as an illusion that guides our practices, supported by beliefs that are objectively imposed. This reconceptualization poses new challenges for social

* Profesor asociado de Fundación Universitaria los Libertadores.

Contacto: german.aristizabal@libertadores.edu.co ; german3471@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0007-1717-4559>

emancipation, suggesting that our beliefs are fundamental to our knowledge and social action.

Keywords: Ideology, Belief, Marx, Žižek, Critical Theory.

Fantasía ideológica y creencia en Žižek

Ideología es uno de los conceptos más discutidos en las ciencias sociales. Su aparición explícita puede rastrearse por primera vez en Marx, aun cuando evoca la dialéctica de esencia y apariencia presente ya en la lógica de Hegel. A partir de este concepto, Marx pretendía articular la relación de condicionamiento que tiene todo pensamiento con respecto de la actividad social. Este concepto se convirtió en un lugar común de los desarrollos teóricos del marxismo, pero sólo a partir de los años treinta empieza a ser cuestionado por los pensadores de la Escuela de Frankfurt. No sólo no se había cumplido la promesa de emancipación, sino que ahora nos encontrábamos con una realidad totalmente distinta a la que había pensado Marx.

¿Acaso vivimos todavía en una sociedad ideológica? ¿O acaso las transformaciones del capitalismo hacen imposible el uso de este concepto (obligándonos a hablar de una sociedad pos-ideológica)? En el primer capítulo de *El Sublime Objeto de la Ideología*, Slavoj Žižek pretende dar respuesta a estos interrogantes. La tesis que pretende sostener el autor es que todavía podemos hablar de ideología en el mundo contemporáneo, pero no sin volver a pensar críticamente este concepto, no sin modificaciones. Por tanto, a lo largo del texto, Žižek pretende reinterpretar las tesis de Marx (alejándolas de la interpretación común) con la ayuda del psicoanálisis lacaniano. En primer lugar, se expondrá la homología entre la interpretación de los sueños en Freud y la interpretación de la forma mercancía en Marx; en segundo lugar, se expondrá el concepto de ideología; en tercer lugar, cómo es que la ideología se constituye a través del fetichismo de la mercancía y sus respectivas formas; en cuarto lugar, la crítica que Sloterdijk hace al concepto clásico de ideología; y por último, el intento de Žižek por salvar el concepto de ideología a partir de la fantasía ideológica y la creencia.

En su exposición del concepto de síntoma, Žižek explica que hay un paralelo en la interpretación de los sueños en Freud y de la forma mercancía en Marx. La realidad se manifiesta o aparece de distintas formas. Por tanto, la pregunta usual

sería: ¿cuál es la realidad que se oculta tras las distintas formas de su manifestación? La respuesta a la que llegan ambos autores es que no hay algo así como un núcleo oculto que podamos descubrir tras la forma, no hay una realidad más allá de la forma misma en que se manifiesta. Como afirma Žižek, “no basta con reducir la forma a la esencia, al núcleo oculto, hemos de examinar el proceso mediante el cual el contenido encubierto asume esa forma (Žižek, 2001, 40)”. Por tanto, hemos de romper con la ilusión de una realidad independiente de su forma de manifestación para preguntarnos, más bien, por qué el contenido ha asumido determinadas formas de manifestarse: hemos de pasar de la pregunta por la esencia a la pregunta por la génesis.

El concepto de ideología implica una cierta relación entre el contenido y la forma, entre la esencia y su forma de manifestarse. En su versión más simplista el concepto de ideología afirma que hay una distancia entre la realidad y nuestro conocimiento sobre la misma. Ideología es la “falsa conciencia” que los individuos tienen con respecto de la realidad. Por tanto, de ello se deduce que a partir de un proceder crítico con respecto de esta falso saber, es posible llegar a la realidad tal y como ella es. No obstante, esta versión simplificada del concepto de ideología no se percata de que no hay un núcleo oculto tras la forma de manifestación. Este reconocimiento falso de la realidad es parte de la esencia de la realidad misma: esta sólo es posible en la medida en que aquellos que participan de la misma tengan una conciencia parcial de la misma, que no sean conscientes de su lógica interna. En relación a esto Žižek afirma que “nos encontramos entonces con la paradoja de un ser que puede reproducirse sólo en la medida en que seudocorrecto y desdeñado (Žižek, 2001, 56)”.

Esto quiere decir, en un sentido radical, que la realidad no tiene propiamente una consistencia ontológica sino a través de la actividad social que se encarna con la condición del no-conocimiento de sus participantes. La ideología no se debe ubicar en la conciencia por su no-saber –o su saber parcial-, sino en la realidad misma que adquiere consistencia ontológica a partir de la “falsa conciencia”. Si llegásemos a ver

este ser tal y como es en realidad, esta cambiaría de forma radicalmente. Por tanto, la crítica de la ideología no apunta a la antigua metáfora de quitarse los anteojos o de correr el velo para ver la realidad, sino más bien apunta a entender cómo es que la realidad sólo puede reproducirse a partir del no-saber de sus participantes.

Ahora bien, ¿en qué consiste esta mistificación que hace posible que la realidad tenga consistencia? Marx expone su teoría del fetichismo de la mercancía en el *Capital*. En su formulación más esquemática designa un trastrueque: las relaciones sociales entre individuos se transforman en relaciones entre cosas porque los productos del trabajo se independizan de su productor y se relacionan independientemente en el mercado.

No obstante, Žižek afirma que lo anterior sólo es posible en la medida en que aquello que originalmente pertenece a una red conceptual adquiere valor por sí mismo, independientemente de su relación con todo lo demás. En un sentido estricto, el fetichismo de la mercancía consiste en la abstracción de una relación dinámica. En el intercambio de mercancías que Marx empieza a explicar, las mercancías solamente son intercambiables en la medida en que expresan su valor haciendo referencia a otra mercancía: tanto la mercancía A como la mercancía B son determinaciones reflexivas porque no apuntan inmediatamente a sí mismas, sino que más bien la equivalencia se logra tomando prestada la materialidad de la otra mercancía, a partir de su paso por lo otro. Ahora bien, lo propio del capitalismo es que esta red de relaciones se rompe y una de las dos mercancías se relaciona con respecto de la otra como si, de antemano, tuviera la propiedad de ser el equivalente de la otra. Si la equivalencia es una determinación reflexiva, el fetichismo consiste en la negación de ese carácter reflexivo de la determinación: A se comporta con respecto de B como si la propiedad de ser equivalente le perteneciera aún fuera de esta relación.

Žižek afirma que hay dos niveles del fetichismo que no son tenidos en cuenta en la formulación más esquemática de este concepto. Se afirma que las relaciones sociales entre personas –entre productores– se trastruecan en relaciones entre cosas:

los seres humanos sufren el destino de las cosas, y las cosas el destino de los seres humanos. Sin embargo, Žižek concluye que no hay una homología entre el destino de los seres humanos y las mercancías: “no podemos decir que las sociedades en las que la producción para el mercado es la que predomina –en último término, en las sociedades capitalistas– “con el hombre sucede lo mismo que con las mercancías” (Žižek, 2001, 52)”. En las sociedades feudales podemos encontrar relaciones entre hombres que están totalmente fetichizadas bajo la forma de señorío y servidumbre: lo que sucede es que se naturalizan y se mistifican las diferencias. Así, el rey, que sólo puede serlo por el reconocimiento de sus súbditos, se presenta a sí mismo como un rey por encima de sus relaciones con los súbditos. Las posiciones sociales, que originalmente son determinaciones reflexivas, se abstraen de la red de relaciones de la cual provienen y se presentan como algo natural: el fetichismo se ubica en el nivel de las relaciones sociales entre personas.

En las sociedades capitalistas ocurre una transformación fundamental: las posiciones sociales pierden su aura mística y todo lo que tenemos es personas libres unas con respecto de las otras, lejos de “las trabas de la veneración al Amo, del patrocinio y del cuidado del Amo por sus súbditos (Žižek, 2001, 52)”. En el capitalismo las relaciones entre los hombres están totalmente desfetichizadas, mientras que el fetichismo se traslada al mundo de las cosas. Estas aparecen como entes independientes, con vida propia. El fetichismo, en este caso, ocurre porque se rompe la red de relaciones propia del proceso productivo. Los productos, que son fruto del trabajo de los productores, aparecen como si fueran independientes de esta red de relaciones, de su relación con los productores. Por lo tanto, lo que ocurre es un desplazamiento de nivel: de las sociedades pre-capitalistas en las cuales hay un fetichismo entre los hombres, a las sociedades capitalistas en las cuales el fetichismo ocurre en las cosas. No obstante, esta es una rígida distinción que Žižek no parece justificar suficientemente: ¿acaso en las sociedades pre-capitalistas no hay una dependencia de las mercancías con respecto de su productor? ¿acaso las relaciones entre los seres humanos no están fetichizadas también en el capitalismo? A pesar de

que es clara la distinción de nivel en el fenómeno del fetichismo, parece de todo punto infundada la aseveración de que no hay fetichismo de las cosas en las sociedades pre-capitalistas y fetichismo de las personas en las sociedades capitalistas. Si bien hay cierto predominio, el fetichismo no se puede fijar unilateralmente en uno de los dos polos de la relación entre sujeto y objeto.

Teniendo en cuenta las distintas manifestaciones del fetichismo, es necesario preguntarnos ¿cómo es que Marx denuncia este fenómeno?, ¿cómo Marx inventó el síntoma? Marx toma una esfera determinada con principios universales y muestra cómo siempre hay un elemento que rompe con su pretendida universalidad. Lejos de determinar esta ruptura como un error o una externalidad, el procedimiento de Marx consiste precisamente en explicar cómo es que esta esfera universal sólo puede reproducirse a partir del elemento que rompe con su universalidad: hace de esta fisura un elemento esencial e interno. En virtud de esa ruptura que es esencial a cada esfera universal, esta pasa a ser su contrario: la libertad pasa a ser explotación o el cambio justo pasa a ser apropiación del plusvalor. Como se ha mencionado anteriormente, el tránsito del feudalismo al capitalismo implica la pérdida de la mística en las relaciones sociales y la consecución de un cierto tipo de libertad que es de carácter universal, aunque formal.

En los modos de producción anteriores al capitalismo, habían unos límites claros a la libertad de expresión, a la libertad de conciencia, etc. El capitalismo, por tanto, es capaz de asegurar a todos los individuos estos diferentes tipos de libertad que eran negados anteriormente. Sin embargo, hay un caso específico que rompe con esta noción universal de libertad y la transforma en su contrario: en los modos de producción anteriores al capitalismo, el productor de mercancías no es libre en la medida en que pertenece o bien al señor feudal, o bien al amo. La mencionada transformación consiste en que consiguió dar a los trabajadores la libertad de vender su fuerza de trabajo en las condiciones que se acomoden a su voluntad. Ahora bien, esta libertad universal se ve negada en la medida en que, en el momento en que el obrero vende su fuerza de trabajo libremente, inmediatamente está siendo explotado

por el capitalista: la noción universal de libertad se transforma en su contrario, en una explotación directa que niega al obrero mismo. Esta contradicción, lejos de ser un acontecimiento colateral y externo al capitalismo, es inherente a su propia dinámica. Siempre hay un elemento particular que subvierte toda una esfera que se pretende universal.

Una de las críticas más importantes a este concepto de ideología fue elaborada por Peter Sloterdijk en *Crítica de la Razón Cínica*. Según Žižek, Sloterdijk afirma que vivimos en una era pos-ideológica en la cual no es posible hacer uso del concepto de ideología. La ideología se produce cuando hay una desigualdad entre nuestro hacer y nuestro saber acerca de lo que hacemos. “La definición más elemental de ideología es probablemente la tan conocida frase de *El capital* de Marx: “ellos no lo saben, pero lo hacen” (Žižek, 2001, 55)”.

La ideología es, pues, una ingenuidad en el ámbito del conocimiento. No obstante, la crítica de Sloterdijk consiste en la afirmación de que la ideología es, ante todo, cínica. La ideología se torna cínica cuando aun siendo capaz de reconocer sus propios presupuestos, sigue encontrando razones para hacer lo que hace. Tal y como lo resume Žižek: “la fórmula, como la propone Sloterdijk, sería entonces: “ellos saben muy bien lo que hacen, pero aun así, lo hacen” (Žižek, 2001, 57)”. Según esta crítica, la ideología no es un concepto que pueda ser usado en el capitalismo contemporáneo porque, aun cuando la brecha entre el saber y la actividad social se ha cerrado, se siguen reproduciendo las condiciones objetivas del mismo. La confianza en la emancipación no puede depositarse ya en el conocimiento de la realidad porque la ideología se ha tornado cínica.

Žižek, por su parte, asume que la crítica de Sloterdijk es acertada: nos encontramos ante un modo de proceder cínico en el cual sabemos lo que hacemos, pero aún así lo hacemos. Pero, ¿acaso esto basta para concluir que nos hallamos en una época pos-ideológica? ¿Debemos desechar el concepto de ideología por anticuado? La tesis fundamental de Žižek es que, aun cuando la crítica de Sloterdijk es cierta, todavía podemos hacer uso del concepto de ideología, pero no sin una

transformación del mismo. No se trata de que no haya una ilusión, como parece decir Sloterdijk, sino más bien que esa ilusión, lejos de ubicarse en el conocimiento, debe ubicarse en la realidad misma. Žižek afirma que, “si el lugar de la ilusión está en la realidad del hacer, entonces esta fórmula se puede leer de otra manera: “ellos saben que, en su actividad, siguen una ilusión, pero aun así, lo hacen” (Žižek, 2001, 61). La ideología, por tanto, no es una distancia entre nuestro saber y nuestro hacer, sino más bien una ilusión que estructura nuestra realidad práctica, es una fantasía ideológica. El problema no es que los individuos no sepan que el dinero no es algo mágico, sino más bien actúan como si fuera en realidad algo mágico. Los individuos son fetichistas en la práctica, no en la teoría.

Por último, con el fin de articular el concepto de fantasía ideológica hace falta un elemento fundamental, la creencia. El concepto de ideología ha sufrido una transformación significativa: hemos pasado de una ingenuidad ubicada en el campo del saber, a una ilusión que se reproduce siempre en nuestras prácticas sociales efectivas. La realidad social se articula a partir de una fantasía que consiste en que, aun sabiendo lo que hacemos, nos comportamos prácticamente como si no lo supiéramos. No obstante, esta fantasía no puede ser explicada satisfactoriamente sin el concepto de creencia que es aquello que sostiene la fantasía ideológica. La creencia, lejos de ser un procedimiento interno es algo que se manifiesta siempre en nuestra actividad social y la articula. El ejemplo que Žižek propone se concentra en la exposición que hace Kafka de la burocracia. Si bien podría parecer, a primera vista, que la exposición de la burocracia exagera en su caracterización de la misma como todopoderosa, más bien se está exponiendo la creencia que articula la fantasía ideológica y con ellos la realidad práctica.

El análisis que Žižek propone se diferencia fundamentalmente del concepto tradicional de ideología en que, si este último busca determinar las relaciones sociales que preceden la conceptualización, el nuevo concepto de ideología se preocupa, más bien, por encontrar la creencia que construye la fantasía ideológica que articula nuestra realidad social. Volviendo al ejemplo de Kafka y la burocracia:

si bien teóricamente sabemos que esta última no es omnipotente, en nuestra actividad social nos comportamos como si creyéramos en su omnipotencia. Ahora bien, a partir de esto surge una pregunta para esta nueva conceptualización de la ideología: si el materialismo histórico, en polémica con el idealismo hegeliano afirmaba que el ser social condiciona la conciencia, entonces ¿la tesis de que es la creencia la que articula nuestra práctica social no implicaría entonces un “retroceso” a la tesis idealista de la primacía de la conciencia sobre el ser? La respuesta a esta pregunta implica entonces una reconceptualización también del concepto de creencia. Para Žižek la creencia no es algo que nosotros elegimos arbitrariamente, sino más bien algo que se impone objetivamente. Nosotros no creemos porque encontremos razones suficientes para creer, sino que más bien somos capaces de saber en la medida en que ya de antemano creemos. La creencia es, pues, condición de posibilidad de todo saber. No obstante, no queda algo claro en la exposición que Žižek hace de la creencia ¿de dónde se nos impone objetivamente tal creencia?, ¿acaso la creencia no se impone a partir de la práctica social misma?, ¿no implicaría ello un círculo argumentativo en la exposición del nuevo concepto de ideología?, y por último, ¿si el proceder clásico pretender llegar a la emancipación social a través del concepto de conciencia de clase, cómo es que se pretende articular este nuevo análisis de la ideología con una propuesta de emancipación social?

Referencias:

- Marx, K. (2014). *La ideología alemana*. Ediciones Akal.
- Žižek, S. (2001). *El sublime objeto de la ideología*. Siglo veintiuno editores.
- Žižek, S. (2003). *Ideología: un mapa de la cuestión*. Fondo de Cultura Económica.